

Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung

Gewidmet
Prof. Dr. Rolf Kreibich
zum 70. Geburtstag

Reinhold Popp • Elmar Schüll
Herausgeber

Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung

Beiträge aus Wissenschaft und Praxis

Wissenschaftliche Schriftenreihe „Zukunft und
Forschung“ des Zentrums für Zukunftsstudien
Salzburg. Band 1



Springer

Reinhold Popp
Zentrum für Zukunftsstudien
Fachhochschule Salzburg
Forschungsgesellschaft mbH
Urstein Süd 1
5412 Puch/Salzburg
Österreich
www.fhs-forschung.at
reinhold.popp@fh-salzburg.ac.at

Elmar Schüll
Zentrum für Zukunftsstudien
Fachhochschule Salzburg
Forschungsgesellschaft mbH
Urstein Süd 1
5412 Puch/Salzburg
Österreich
www.fhs-forschung.at
elmar.schuell@fh-salzburg.ac.at

ISBN 978-3-540-78563-7

e-ISBN 978-3-540-78564-4

DOI 10.1007/978-3-540-78564-4

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2009 Springer-Verlag Berlin Heidelberg

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Uta Schöll
Einbandgestaltung: deblik Berlin

Gedruckt auf säurefreiem Papier

9 8 7 6 5 4 3 2 1

springer.de

Vorwort

Das Zentrum für Zukunftsstudien in Salzburg wurde Anfang 2005 gegründet und ist das erste Forschungszentrum der FHS-Forschungsgesellschaft mbH. Es wird von den Spitzenverbänden der Arbeitgeberseite (Wirtschaftskammer Salzburg) und Arbeitnehmerseite (Arbeiterkammer Salzburg) getragen, ist über die FHS-Forschungsgesellschaft mbH mit der Fachhochschule Salzburg verbunden und ist das einzige in eine Hochschule integrierte Institut für Zukunftsforschung in Österreich.

Aufgabe des Zentrums für Zukunftsstudien ist es, zukunftsorientierte Forschung zu betreiben, um das notwendige Wissen und die wissenschaftliche Fundierung für die Initiierung, Begleitung und Steuerung gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse offerieren zu können. Innerhalb der sozial- und geisteswissenschaftlichen Ausrichtung reicht das Leistungsspektrum des Zentrums für Zukunftsstudien von der Grundlagenforschung bis zur Initiierung und wissenschaftlichen Begleitung von Innovationsprojekten in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik.

Am Zentrum für Zukunftsstudien – und auch in dieser Publikation – geht es also nicht um kurzlebige Trends und weitgehend beliebige Modeerscheinungen, sondern vielmehr um seriöse Studien zu möglichen „Zukünften“, kombiniert mit wissenschaftlich fundierten Vorschlägen für die Gestaltung wünschenswerter Zukunftsentwicklungen. Für diesen speziellen, vorausschauend-aktivierenden Forschungsansatz gibt es – jedenfalls in der Wissenschaftslandschaft des mitteleuropäischen Raums – noch immer einen erheblichen Nachholbedarf. Umso erfreulicher ist unseres Erachtens die hohe Zahl an Beiträgen zu diesem Sammelband. Viele Autorinnen und Autoren sind Mitglieder in dem im Mai 2007 am Standort des Zentrums für Zukunftsstudien in Salzburg gegründeten „Netzwerk Zukunftsforschung“. Der vorliegende Band ist somit auch ein erfreuliches Zeichen für die dynamische Entwicklung dieses Forschungsnetzwerks.

Die außerordentlich große Bereitschaft zur Mitwirkung an diesem Buch hat auch damit zu tun, dass es aus Anlass des 70. Geburtstags von Rolf Kreibich entstanden ist – einem der wichtigsten Repräsentanten der deutschsprachigen Zukunftsforschung. Die außerordentliche Bedeutung von Rolf Kreibich innerhalb der deutschsprachigen Zukunftsforschung spiegelt sich in den Fachartikeln wider: kaum ein Beitrag in dieser als wissenschaftliche Fachpublikation konzipierten Festschrift kommt ohne Verweis auf Bücher, Gedanken und das gesellschaftliche Engagement von Rolf Kreibich aus.

An dieser Stelle möchten wir allen Autorinnen und Autoren danken, die einen Beitrag für den vorliegenden Band verfasst haben. Außerdem danken wir Dr. Robert Gaßner und Dr. Edgar Göll für ihre wertvollen inhaltlichen und organisatorischen Hinweise bei der Vorbereitung dieses Sammelbandes.

Univ.-Prof. Dr. Reinhold Popp und Elmar Schüll M.A.
Salzburg im August 2008

Gefördert von



Einleitung

Der vorliegende Sammelband bietet einen aktuellen Überblick über Methoden, Themen und Entwicklungen der zukunftsorientierten Forschung im deutschsprachigen Raum. Der 70. Geburtstag von Rolf Kreibich, dem Gründer, Geschäftsführer und wissenschaftlichen Leiter des Berliner Instituts für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) ist der Anlass für diese – eigentlich längst überfällige – Bestandsaufnahme in Buchform. Dementsprechend sind Menschen und Organisationen, die Rolf Kreibich und seiner Arbeit im IZT nahestehen, besonders zahlreich in dem Sammelband vertreten. Und dies zu Recht, denn zu Rolf Kreibichs Ehren ist dieses Buch entstanden.

In ihrer Gesamtheit dürften die fast fünfzig Beiträge einen Eindruck von dem Forschungs- und Handlungsfeld vermitteln, das mit den Begriffen Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung im deutschsprachigen Raum umrissen ist: Der Sammelband enthält Beiträge aus Deutschland, Österreich und der Schweiz; er enthält Beiträge von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern mit natur-, geistes- und sozialwissenschaftlichem Hintergrund; Artikel von Politikern und aus politiknahen Forschungseinrichtungen sind ebenso enthalten wie Beiträge aus Nichtregierungsorganisationen, Stiftungen und von engagierten Einzelpersonen. Zeitgenossen und Weggefährten Rolf Kreibichs kommen genauso zu Wort wie Nachwuchsforscherinnen und Nachwuchsforscher. Wir haben in diesem Buch Beiträge aus dem Kontext der privatwirtschaftlich organisierten Zukunftsforschung und aus Organisationen, die gemeinnützige Ziele verfolgen. Mehrere Beiträge stammen von an Hochschulen tätigen oder bereits emeritierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern.

Die Probleme dieser Welt sind in aller Regel „un-diszipliniert“, und als problemgetriebenes und an der Praxis orientiertes Forschungsfeld verweigert sich Zukunftsforschung einer allzu umstandslosen Unterteilung entlang etablierter Disziplinen und gewohnter Kategorien. Entsprechend ist die thematische Sortierung des inhaltlich sehr breiten Spektrums an Beiträgen in diesem Band keine einfache Aufgabe – angesichts des Umfangs dieser Publikation und deren angestrebter Handhabbarkeit aber eine Notwendigkeit.

Die Binnenstruktur des Sammelbandes ist dreiteilig. *Philosophie und Geschichte der Zukunftsforschung* lautet der erste größere Bereich, in dem Beiträge zu grundsätzlichen, historischen und erkenntnistheoretischen Fragestellungen versammelt sind. Wie denken wir über Zukunft nach? Was kann und soll Zukunftsforschung

überhaupt leisten? Oder, um den Titel eines Beitrags zu zitieren: Wovon ist die Zukunftsforschung eine Wissenschaft? Fragen dieser Art werden in dem ersten der drei Bereiche verfolgt. Eine gewisse Sonderstellung nimmt dabei der Artikel „Zukunftsentwicklung aus postmoderner Perspektive“ von Gernot Wersig, den wir gerne noch unter uns wüssten, ein. Ursprünglich im Rahmen der im Wintersemester 2002/2003 an der Freien Universität Berlin durchgeführten Vorlesungsreihe „Zukunftsforschung heute“ entstanden, wird sein Beitrag im vorliegenden Sammelband erstmals in gedruckter Form veröffentlicht. Die grundsätzlichen und relativ zeitunabhängigen Überlegungen Wersigs haben seit der Entstehung des Textes sicher nichts an Relevanz und Aussagekraft verloren.

Die Beiträge, die im zweiten großen Bereich *Methodologie und Methodik der Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung* versammelt sind, stellen auf vielerlei Weise und aus unterschiedlicher Perspektive eine für die zukunftsorientierte Forschung zentrale Frage – die Methodenfrage. Wie gehen Individuen, wie gehen Unternehmen mit der Zukunft und der mit ihr verbundenen Unsicherheit um? Auf welche Weise können wir Wissen über die Zukunft erlangen, obwohl sie sich prinzipiell außerhalb unseres Erfahrungsbereichs befindet?

Diese letzte Frage spricht einen für die Methodendiskussion zentralen Aspekt an: Dass Zukunft als Untersuchungsobjekt nicht zur Verfügung steht, und die sich aus diesem Umstand ergebenden Konsequenzen sind immer wieder ein Kritikpunkt an Zukunftsforschung als wissenschaftlicher Disziplin. Über das Wissenschaftsverständnis, das dieser Kritik zugrunde liegt, ließe sich trefflich streiten – die in der Zukunftsforschung verwendeten Methoden erfahren dadurch jedenfalls zusätzliche Aufmerksamkeit.

Interessant ist dieser zweite Bereich des vorliegenden Sammelbandes auch aufgrund seiner Vielfalt. Ein entscheidendes Qualitätskriterium für Forschungsmethoden ist deren Angemessenheit in Bezug auf Forschungsziel und -gegenstand. So vielfältig und unterschiedlich die Problemstellungen sind, die mit zukunftsorientierter Forschung bearbeitet werden, so unterschiedlich und vielfältig müssen die im Forschungsprozess jeweils verwendeten Instrumente, Verfahren und Methoden sein.

Dabei kann auch der umfangreiche zweite Teil dieses Sammelbandes keine auch nur halbwegs umfassende Darstellung der in der zukunftsorientierten Forschung gebräuchlichsten Methoden leisten. Zu einzelnen Methoden und Instrumenten sind aber wertvolle Beiträge versammelt. Die Artikel zu Technologiefrüherkennung und Technikfolgenabschätzung, zur Erkennung „schwacher Signale“, zu Szenarien, Delphi-Befragungen, Zukunftswerkstätten oder Diskursanalysen machen das breite Spektrum des Methodenrepertoires deutlich, das heute in zukunftsorientierter Forschung zum Einsatz kommt. Holger Rust zeigt in seinem Beitrag *Verkaufte Zukunft – Strategien und Inhalte der kommerziellen „Trendforscher“* schließlich auf, wo bei aller methodischer Vielfalt die Grenzen des wissenschaftlichen Arbeitens überschritten sind und die Aktivitäten der Kaffeesatzleser und Kristallkugelschauer beginnen, die schon immer mit den Sorgen und Hoffnungen der Menschen ihr Geld verdienen.

Im dritten großen Teil *Ausgewählte Fragen der Zukunftsforschung* geht es um konkrete Problemstellungen, Anwendungsbereiche und Themenfelder zukunfts-

orientierter Forschung. Zukunft ist immer die Zukunft von *etwas*, und die erkenntnistheoretischen und methodischen Überlegungen, die in den ersten beiden Teilen angestellt werden, müssen ihre Konkretisierung in der Praxis erfahren, um nicht im Allgemeinen und damit Unverbindlichen zu bleiben. Der dritte Teil dieses Sammelbandes gewährt in diesem Sinne Einblick in aktuelle Forschungsergebnisse und Entwicklungen in vier verschiedenen Themenfeldern: *Mobilität und Verkehr*, *Globalisierung und Regionalisierung*, *Wissenschaft und Bildung* sowie *Ökonomie, Ökologie und Soziale Gerechtigkeit*.

Damit sind nicht alle „zukunftsträchtigen“ Themen erfasst, zu denen in Deutschland, Österreich und der Schweiz Forschung betrieben wird – auch hier handelt es sich selbstverständlich um eine Auswahl. Durch die Weite der Themenfelder und die Anzahl der Beiträge wird jedoch ein breites Spektrum abgedeckt. Wie verlässlich sind die Prognosen zur demografischen Entwicklung? Was sind die wichtigsten Aussagen der Szenarien zum Klimawandel? Welche Überschneidungen gibt es zwischen Regionalentwicklung und Zukunftsforschung? Wie könnte Mobilität in Zukunft gestaltet werden? Diese und viele andere Fragen werden in diesem dritten Teil behandelt.

Trotz der für einen Sammelband beachtlichen Anzahl an Artikeln eignet sich diese Auswahl aus den eingangs genannten Gründen sicher nur sehr bedingt als „Stichprobe“. Bei der ungemein spannenden Durchsicht der einzelnen Beiträge sind uns allerdings immer wieder zwei Tendenzen aufgefallen, die sich vielleicht doch bis zu einem gewissen Grad in der Zukunftsforschungslandschaft im deutschsprachigen Raum allgemein wiederfinden:

Zum einen lassen mehrere Textbeiträge darauf schließen, dass Zukunft und Zukunftsforschung mehr oder weniger bewusst in einem sehr engen Zusammenhang mit Nachhaltigkeit und dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung gesehen werden. Die synonyme Verwendung der Termini „nachhaltige Entwicklung“ und „zukunftsfähige Entwicklung“ legt eine inhaltliche Übereinstimmung der beiden Begriffe nahe. Faktisch wird der Großteil des Nachhaltigkeitsdiskurses jedoch aus einer vorwiegend ökologisch orientierten Perspektive geführt, und die enorme Bedeutung mehrerer globaler Herausforderungen im Ökologiebereich (Stichwort: Klimawandel) für unsere Zukunft dürfte einen nicht geringen Beitrag zur Karriere des Nachhaltigkeitsbegriffes geleistet haben. Aus diesen und anderen Gründen hat Zukunftsforschung in der Wahrnehmung vieler also viel mit Nachhaltigkeit zu tun.

Diese, im ersten Moment vielleicht nebensächliche erscheinende Beobachtung gewinnt an Brisanz, wenn eine nachhaltige Ausrichtung zum Lackmest für Zukunftsforschung insgesamt wird, denn damit sind auch die konzeptionellen und methodologischen Fragestellungen tangiert, die in den ersten beiden Kapiteln des Sammelbandes angesprochen werden: Ist Zukunftsforschung automatisch „gute“ Zukunftsforschung, wenn sie dabei hilft, dem international anerkannten Ziel einer nachhaltigen Entwicklung möglichst nahezukommen? Ist beispielsweise eine Zukunftswerkstatt nur dann als erfolgreich zu bezeichnen, wenn sie ein im Sinne der nachhaltigen Entwicklung akzeptables Ergebnis hervorgebracht hat? Oder ist Zukunftsforschung bei allen Schwierigkeiten mit der Wertfreiheit nicht zunächst

einmal Forschung und damit in erster Linie forschungsimmanenten Qualitätskriterien verpflichtet?

Zum anderen lassen viele der im dritten Kapitel versammelten Beiträge zu den Anwendungsfeldern zukunftsorientierter Forschung einen gewissen Hang zum großen Ganzen, zum Allgemeinen erkennen. Es geht in der Zukunftsforschung anscheinend häufig um Herausforderungen, Probleme und Entwicklungen mit globalem und universellem Charakter. Dadurch läuft Zukunftsforschung unseres Erachtens jedoch Gefahr, im Allgemeinen zu bleiben. Wenn das Konkrete, Besondere und Lokale zu sehr in den Hintergrund treten, kann Forschung generell – und Zukunftsforschung als ein aus der Praxis heraus entstandenes Forschungsfeld im Besonderen – rasch einen unverbindlichen Charakter bekommen.

Rolf Kreibich hat über lange Jahre gezeigt, dass ein Bewusstsein über die globalen Herausforderungen und Zusammenhänge sehr gut mit Interesse am Besonderen und Engagement im Lokalen zusammengeht. In diesem Sinne wünschen wir ihm und allen Leserinnen und Lesern eine bereichernde Lektüre.

Reinhold Popp und Elmar Schüll

Inhalt

Philosophie und Geschichte der Zukunftsforschung	1
<i>Holger Rust</i> : Verkaufte Zukunft. Strategien und Inhalte der kommerziellen „Trendforscher“	3
<i>Horst W. Opaschowski</i> : Zukunft neu denken	17
<i>Armin Grunwald</i> : Wovon ist die Zukunftsforschung eine Wissenschaft?	25
<i>Michael F. Jischa</i> : Gedanken zur Wahrnehmung der Zukunft	37
<i>Gernot Wersig</i> : Zukunftsentwicklung aus postmoderner Perspektive	51
<i>Günter Altner</i> : Kunst und Kultur im Horizont von Nachhaltigkeit und Zukunftsforschung	77
<i>Peter Heintel</i> : Zukunftsgestaltung. Ein philosophischer Essay	87
<i>Herbert W. Franke</i> : Visionen einer besseren Welt	99
<i>Werner Mittelstaedt</i> : Evolutionäre Zukunftsforschung. Ein Denkanstoß	117
Methodologie und Methodik der Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung	129
<i>Reinhold Popp</i> : Partizipative Zukunftsforschung in der Praxisfalle? Zukünfte wissenschaftlich erforschen – Zukunft partizipativ gestalten	131
<i>Karlheinz Steinmüller</i> : Virtuelle Geschichte und Zukunftsszenarien. Zum Gedankenexperiment in Zukunftsforschung und Geschichtswissenschaft	145
<i>Eckard Minx und Ingo Kollosche</i> : Kontingenz und zyklische Zukunftsbetrachtung. Klimawandel, Umweltmentalitäten und die Geschichte einer Erregung	161

<i>Christian Neuhaus: Zukunftsbilder in der Organisation</i>	175
<i>Axel Zweck: Foresight, Technologiefrüherkennung und Technikfolgenabschätzung. Instrumente für ein zukunftsorientiertes Technologiemanagement</i>	195
<i>Kerstin Cuhls: Delphi-Befragungen in der Zukunftsforschung</i>	207
<i>Elmar Schüll: Zur Forschungslogik explorativer und normativer Zukunftsforschung</i>	223
<i>Lars Gerhold: Für eine Subjektorientierung in der Zukunftsforschung</i>	235
<i>Jan Oliver Schwarz: „Schwache Signale“ in Unternehmen: Irrtümer, Irritationen und Innovationen</i>	245
<i>Siegfried Behrendt: Integriertes Technologie-Roadmapping. Ein Instrument zur Nachhaltigkeitsorientierung von Unternehmen und Verbänden in frühen Innovationsphasen</i>	255
<i>Norbert R. Müllert: Zukunftswerkstätten. Über Chancen demokratischer Zukunftsgestaltung</i>	269
<i>Klaus Burmeister und Beate Schulz-Montag: Corporate Foresight. Praxis und Perspektiven</i>	277
<i>Gereon Klein: Zirkuläre, kooperative Entscheidungsvorbereitung für mittelfristige Planungsvorhaben</i>	293
Ausgewählte Fragen der Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung	305
<i>Mobilität und Verkehr</i>	305
<i>Christine Ahrend: Spotlights – Zukünfte in Mobilitätsroutinen</i>	307
<i>Weert Canzler: Mobilität, Verkehr, Zukunftsforschung</i>	313
<i>Meinolf Dierkes, Lutz Marz und Thomas Aigle: Die automobile Wende. Analyse einer Innovationslandschaft</i>	323
<i>Globalisierung und Regionalisierung</i>	341
<i>Edgar Göll: Zukunftsforschung und -gestaltung. Anmerkungen aus interkultureller Perspektive</i>	343
<i>Roland Scherer und Manfred Walser: Regionen und ihr Blick in die Zukunft. Die Entwicklung der Zukunftsvorausschau auf der regionalen Ebene am Beispiel der Regio Bodensee</i>	357
<i>Jürgen Kunze: Globalisierung 1968 – 2008 – 2048. Eine neue Regionalisierung</i>	369

<i>Michael Müller: Zeit der Zuspitzung: Gewalt oder Nachhaltigkeit</i>	389
<i>Peter H. Mettler: Zukünftige Geopolitik. Ein Essay</i>	403
<i>Thomas Haderlapp und Rita Trattnigg: Zukunftsfähigkeit als partizipative Gestaltungsaufgabe. Zur Rolle von Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft</i>	419
<i>Wissenschaft und Bildung</i>	437
<i>Hans Georg Graf: Quartäre Evolutionsphase Wissensgesellschaft</i>	439
<i>Günter Ropohl: Information und Sinn. Bildungsgesellschaft als Zukunft der „Wissensgesellschaft“</i>	455
<i>Jan Gregersen: Hochschule@Zukunft 2030. Ergebnisse einer Delphi-Studie</i>	467
<i>Gerhard Bosch: Strategien des lebenslangen Lernens. Zur bildungspolitischen Unterfütterung der Rentenreformen</i>	483
<i>Ökonomie, Ökologie, Soziale Gerechtigkeit</i>	499
<i>Ernst Ulrich von Weizsäcker: Neuausrichtung des technischen Fortschritts</i>	501
<i>Christoph Zöpel: Die Funktionen von Wissenschaft und Politik in der Weltgesellschaft – auf der Grundlage des Konzepts der Nachhaltigkeit und des Rechts auf menschliche Sicherheit</i>	507
<i>Gerd Bosbach und Klaus Binger: Demografische Modellrechnungen. Fakten und Interpretationsspielräume</i>	523
<i>Carsten Loose und Meinhard Schulz Baldes: Sicherheitsrisiko Klimawandel. Konfliktkonstellationen und Szenarien des WBGU</i>	539
<i>Ortwin Renn: Integriertes Risikomanagement als Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung</i>	553
<i>Eva Senghaas-Knobloch: „Soziale Nachhaltigkeit“ – Konzeptionelle Perspektiven</i>	569
<i>Wolfram Jörß und Timon Wehnert: New Approaches in European Energy Foresight</i>	579
<i>Holger Rogall: Ökologische Ökonomie – Zukunftsforschung</i>	587
<i>Georg Simonis: Governanceprobleme der Zukunftsforschung. Die internationale Klimapolitik als Beispiel</i>	605
<i>Udo Ernst Simonis: Zukünftige Positionierung der globalen Umweltpolitik. Zur Errichtung einer Weltumweltorganisation</i>	619
<i>Martin Jänicke: Umweltinnovation als Megatrend</i>	627

<i>Hermann Scheer: Renewable energy is the future</i>	647
<i>Alfred Auer, Hans Holzinger und Walter Spielmann:</i> Nachhaltigkeit zwischen Rhetorik und Realität – der versprochene Paradigmenwechsel lässt auf sich warten	667
<i>Hans Diefenbacher: Indikatoren nachhaltiger Entwicklung</i> für die Bundesrepublik Deutschland. Zwischenbilanz einer Wanderung zwischen Theorie und Praxis	683
Autorenporträts	695
Sachverzeichnis	707

Philosophie und Geschichte der Zukunftsforschung

Verkaufte Zukunft

Strategien und Inhalte der kommerziellen „Trendforscher“

Holger Rust

Von Selbstpreneuren und Universalgenies

Eine kursorische Analyse von Zeitungen und Zeitschriften über die Gesellschaft der Zukunft fördert eine Reihe erstaunlicher Schöpfungen zu Tage: Die Arbeitswelt von morgen sei, folgt man dem meistzitierten und nach eigener Aussage „renommiertesten“ Trendforscher, dem Frontmann eines von ihm gegründeten „Zukunfts-instituts“, Matthias Horx, charakterisiert von Groundworkern, High Skill Workers, Hobbyworkern und Teleworkern, Freeployees und Selbstpreneuren. In einer Studie für den Beate-Uhse-Konzern über die vorgeblichen Sex-Styles 2010 identifizierte Horx unter anderem die Pleasure Parents, Cool Cats oder Sex Gourmets. Für andere Zeitschriften werden ja nach Bedarf Glücksstrateginnen und Tiger Ladies oder Silver Grannys aufs soziologische Tapet gebracht. In der „aktuellen Männerstudie“ des „Zukunfts-instituts“ treten Health-Hedonisten und Self-Designer neben Work-Life-Venturists und Every-Day-Managern auf. Die Typologie der „Lebensstile 2020“ setzt sich aus weiteren seltsamen Avataren zusammen, die CommuniTeens heißen oder Inbetweens, Young Globalists, Silverpreneure oder Greyhopper. Die Leser stoßen auf Latte-Macchiato-, VIB- oder Netzwerk-Familien, auf die Trends zum Downaging oder zur Opalution, zur Bike Mania und zu Creative Hubs ... insgesamt also auf eine unglaubliche und von keiner kontextuellen Logik gezähmte, von keinem sinnvollen Bezugsrahmen geordnete Ansammlung von Feuilletonismen. Dass all diese Typologien in Konkurrenz zu hundert anderen aus anderen Marktforschungs-Abteilungen oder Forschungseinrichtungen stehen, dass selbst die kommerzielle Marktforschung sich in ihren neuesten methodologischen Offenbarungen gegenüber einem solchen Konstruktivismus höchst skeptisch zeigt (Koschnick 2006), beeindruckt die Produzenten dieser Trend-Soziologismen in keiner Weise: Sie erklären schlicht die Verkäuflichkeit und die publizistische Verbreitung zu Belegen der Validität ihrer Befunde.

Nun ließe sich diese Ansammlung von semantischen Zumutungen als der intellektuell eher schlichte Versuch werten, unsicheren Repräsentanten des mittleren Managements und einer Reihe von Online-Journalisten auf der Suche nach „Content“ die Illusion der Zukunftssicherheit zu verleihen. Doch eine derartige Attitüde übersieht eines: dass diese Strategie, die von den Urhebern dieser boulevardesken

Studien „Naming“ genannt wird, *Wissenschaft* zu sein beansprucht, und nicht nur das, sondern das Ergebnis der neuen *Universalwissenschaft*, der „sozioevolutionären“ Trend- und Zukunftsforschung. Besagter Matthias Horx, in den 1970er Jahren kurzzeitiger Soziologiestudent in Frankfurt, danach für einige Jahre Autor von Szenemagazinen, 1993 dann Trend- und Zukunftsforscher, schreibt auf seiner Homepage in einem Interview mit sich selbst: „Der Zukunftsforscher ist im Prinzip ein Privatgelehrter, der *alle* wichtigen Disziplinen der Welterkenntnis beherrschen muss. Er muss wahnsinnig viele Bücher, Zeitschriften und Studien lesen. Er muss über die wichtigsten Erkenntnisse der Sozial-, Geistes- und Naturwissenschaften auf dem neuesten Stand sein. Er sollte die wichtigsten Philosophen, Ökonomen und Intellektuellen kennen und über ein tiefes Verständnis der Menschheits-Geschichte verfügen.“ Und weiter: „Die Zukunftswissenschaft will ja *alle* Wissenschaften, von der Soziologie und Ökonomie über die Kognitions- und Systemwissenschaften bis hin zur Philosophie und Evolutionstheorie, zu einem einzigen erkenntnistheoretischen Modell zusammenfassen. Sie ist Teil jenes universalwissenschaftlichen Versuchs, den John Brockmann einmal ‚Die Dritte Kultur‘ genannt hat.“¹ Nun ist allerdings das Netzwerk, das der Literaturagent John Brockman (mit *einem* n) als „Dritte Kultur“ bezeichnet, ganz im Gegensatz zu dieser Beschreibung eine Vereinigung von Physikern, Biologen, Neurowissenschaftlern, Psychologen und Autoren, die in kritischer Gemeinschaft die Ergebnisse der von ihnen jeweils in hoher Spezialisierung betriebenen Disziplinen durch Disput und Diskurs im Fokus gemeinsam gestellter Fragen auf den Prüfstand stellen (vgl. Brockman 2004 oder URL: www.edge.org).

Stereotype machen die Welt einfacher

Basis für diesen Anspruch auf die Repräsentation eines universalwissenschaftlichen Genies ist eine Offensive gegen die klassische Sozialwissenschaft. Es handelt sich dabei nicht um eine kritische Auseinandersetzung mit dem Unvermögen oder dem Unwillen der Sozialwissenschaften und ihrer Repräsentanten, die oft zitierte „Wirtschaftsnähe“ zu praktizieren und ihre Forschung auf Verwertbarkeit hin zu orientieren. Es handelt sich um diskreditierende Angriffe auf Traditionen, Methoden und Personen, die offensichtlich ein Ziel haben – in der harten Konkurrenz von Hunderten von boulevardesken Trend- und Zukunftsangeboten einen Wettbewerbsvorteil zu behaupten und dazu ein Renommee von Wissenschaftlichkeit einzusetzen, das die verbreiteten Ressentiments gegenüber einer akademischen und unabhängigen Sozialwissenschaft nutzt, um eine verkaufsfördernde Alternative aufzubauen. Dabei gilt als Bezugspunkt der Diskreditierung die Kritik der professionellen Soziologie an der Vordergründigkeit und empirischen Irrelevanz der boulevardesken „Trend- und Zukunftsforschung“. Die Welt, aus der diese kritischen Stimmen an der Trendforschung stammen, wird von dem genannten „Trendforscher“ Horx mit Personen

¹ Im Internet unter <http://www.horx.com/Schlusselfragen.aspx> (31.07.2008).

bevölkert, die jenem Zerrbild des bigotten 68ers entsprechen, der gegenwärtig als Prototyp für die Blockade der Innovationskraft in der Bundesrepublik verantwortlich gemacht wird. Derartige Figuren entstammen einer „toten Kultur aus Subventionen und verbeamtetem Rebellentum, Innovationsunfähigkeit und berufsständischem Gejammer“ (Horx 1997, S. 127). Wer die Globalisierung kritisiere, „wie die wackernen linken Globalisierungsalarmisten, schickt uns weiter in eine tiefe Krise hinein und zurück in eine politische Gemengelage, in der in Deutschland und anderswo immer schon der Terror wohnte“ (Horx 1997, S. 247). Veranstaltungen, auf denen derartige Personen auftauchen, „versacken blitzschnell in jenem ideologischen Debattieren, das alle zur Genüge kennen, die in studentischen Hörsaalveranstaltungen groß geworden sind“ (Horx 1997, S. 69). So „knurrte ein öffentlich-rechtlicher Rundfunkreporter“ beim „Vertilgen“ der Lachshäppchen nach der Pressekonferenz über Faith Popcorn, die wolle doch nur Geld machen (Horx 1997, S. 69).

Diese Diskreditierung richtet sich nun konsequenterweise auch gegen die wissenschaftlichen Repräsentanten der von ihm angegriffenen Soziologie, wie etwa Richard Sennett (Horx 2005b, S. 1): „Wenn wir an Richard Sennett denken, dann haben wir den Soziologen schlechthin vor Augen: sanfte Stimme, goldene Brille; das Timbre eines amerikanisch-europäischen Intellektuellen, der einem gewaltigen Entlastungsbedürfnis von uns selbstwert-gebeutelten Europäern entspricht.“ Dass Sennett sich über die gesellschaftlichen Konsequenzen der spätkapitalistischen Wirtschaftsweise Gedanken macht und damit die Horx'sche Idee eines „Smart Capitalism“ verwirft, resultiert für Horx aus traumatischen Kindheitserlebnissen (Horx 2005b, S. 1). Die Schlussfolgerung richtet sich wieder gegen die Soziologie generell, als deren revolutionärer Erneuerer sich der Trendforscher Matthias Horx deklariert: „Als ich jung war, herrschte an den soziologischen Fakultäten der eherne Ton der ideologischen Zurichtung. Dann kam die wunderbare Zeit, in der die Identität einer ganzen Generation allein durch Dagegensein gesichert war. Heute könnte Soziologie, so träume ich, wieder echte Fragen stellen. Sie könnte die Neugier auf Zukunft zurückholen in unsere von ideologischen Regressionen geprägte Diskurswelt. Die gelungene Anstrengung der Emanzipation des Menschen weiterzeichnen ... Gesellschaftliche Prozesse ausloten, Aufbrüche kartographieren ... Ach, was sage ich. Könnte. Wenn sie nur wollte ...“ (Horx 2005b, S. 3).

Hinter dieser wortmächtig zelebrierten „Emanzipation des Menschen“ verbirgt sich das simple Modell einer Gesellschaft von dienstleistenden „Ich-AGs“, die dankbar als neue Selbstständige die Dreckarbeit für die kreative Klasse verrichten. Diese „kreative Klasse“ rekrutiere sich ihrerseits aus den durchsetzungsfähigen Individuen, wie sie einleitend skizziert wurden. Wichtig sei die „Selfness“, also die Fähigkeit, sich selbst zu kennen und realistisch einzuschätzen. Denn diese neue Gesellschaft erfordere von jedem Einzelnen Engagement und die Bereitschaft, sich aus der lähmenden Fürsorge des Sozialstaates zurückzuziehen. „Das neue Sozialsystem wird nicht mehr daran gemessen, wie viele Klienten es durchfüttern kann. Sondern wie vielen Menschen es dazu verhilft, sich aus dem Sumpf des sozialen Abseits zu befreien. Eine solche Sozialpolitik darf sich nicht durch die alte Betroffenheits-Rhetorik von ihrer Aufgabe abbringen lassen. Und die heißt: Empowerment“ (Horx 2005a). Diese Underdogs stecken „wir“ dann in eine Kon-

kurrenz um Billig-Jobs: Wir lassen also Newcomer in unsere Gesellschaft („ins Boot“), die „zu niedrigen Löhnen Arbeiten ausführen, die unsere Gesellschaft nicht mehr bereit oder in der Lage ist, auszuführen. Wir bevorzugen dabei die Mobilien, die Leistungsfähigen und die Spezialisierten“ (1997, S. 243). So entstehe allmählich der gesellschaftliche „Konsens der partiellen Ungleichheit“, ein neuer „gesellschaftlicher Kontrakt“.

Am Ende stehe eine ökonomische Welt, in der sich die Wertschöpfungen immer mehr um das Individuum ranken: Alles wird zu Me-Märkten.“ Wer es nicht aus eigener Kraft schaffe, werde sich in einer neuen Unterschicht wiederfinden: Unsere Gesellschaft werde sich, so Horx, „den Luxus von 20 Prozent Ausrangierten leisten, die ihr Leben vor 35 Fernsehprogrammen fristen, sich auskömmlich bei Aldi, Hofer und Penny versorgen können. Bei häuslicherem Sinn reicht es sogar gelegentlich zu Billigflügen nach Mallorca“ (Horx 1997, S. 168).

Dass sich Horx mit dieser Standortbestimmung in die Nähe der Kritischen Theorie einordnet, erscheint amüsant und wieder als einer der vom ihm gepflegten journalistischen Ausrutscher: „Ich bin ein gnadenlos illusionsloser Optimist“, sagt der 50 Jahre alte Soziologe und Publizist, der sich in der Tradition der von Adorno und Horkheimer gegründeten Frankfurter Schule sieht. „Wenn ich mir die grundlegenden Trends auf diesem Planeten anschau, dann sehe ich, dass sich langfristig – unter großen Schwierigkeiten – die meisten Dinge zum Besten wenden.“ (SZ-online am 15.12.2005 und eine Reihe anderer Medien). Aber auch hinter dieser im Licht der vorangehenden gesellschaftspolitischen Bemerkungen absurden Behauptung steckt mehr – und offensichtlich Argumentationssystem. Bereits im ersten methodologischen Versuch von 1996, die Trendforschung als Universalwissenschaft zu begründen, werden Karl Marx und Friedrich Engels als „Trendforscherpaar“ (Horx u. Wippermann 1996, S. 70) und Jürgen Habermas als „Trendforscher“ identifiziert (Horx u. Wippermann 1996, S. 30). Und im letzten Teil eines Buches namens „Zukunfts-Manifest“ leitet Horx das Kapitel „Warum ich Optimist bin“ mit einer Passage aus der Einführungsrede des Gründungsdirektors des „Instituts für Sozialforschung“, Max Grünberg, vom 22. Juni 1924 ein (Horx 1997, S. 271). „Neue Ordnung“, so wird Grünberg zitiert, „entringt sich aus der Fülle der Zeiten. Und sie fördern ihrerseits bewusst die Selbstüberwindung des Überlebten um des Werden willen und um es zum schnellen Reifen zu bringen.“

Wie es so weit kommen konnte

Einer der Ausgangspunkte für eine derartig dreiste Umwidmung soziologischer und anderer wissenschaftlicher Positionen liegt, schaut man sich die Geschichte des Gedankens und die Geschichte der wissenschaftlich inspirierten Zukunftsforschung näher an, in der allmählichen Desillusionierung der in den 1960er Jahren mit großem Optimismus weltweit betriebenen interdisziplinären Zukunftsforschung. Am Beginn der wissenschaftlichen Zukunftsforschung standen die in den 1950er Jahren stark angewachsenen Zweifel an den Fähigkeiten politisch-ideologischer

Systeme und an ihrer Behauptung einer gewissenmaßen evolutionär (wenngleich auch mitunter in dialektischen Sprüngen) sich entwickelnden historischen Logik. So verlegte sich die Hoffnung auf die Wissenschaft, auf eine Art rationalistischer Aufklärung über das, was Zukunft sein könnte. Diese Initiativen repräsentieren ein breites kulturelles Fundament für die demokratische Gestaltung der Zukunft. Am Beginn stehen Namen wie Bertrand de Jouvenel oder Daniel Bell.

Daniel Bell, Wirtschafts-Journalist, Professor in Harvard und politischer Berater, ist Autor von bekannten und einflussreichen Büchern, von denen einige für das Nachrichtenmagazin „Time“ immerhin zu den hundert wichtigsten Büchern der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zählten. Weniger bekannt sind die bereits 1963 ausgearbeiteten methodologischen Vorschläge zur Zukunftsforschung unter dem Titel: „Douze modes de prévision en science sociale. Enumeration préliminaire“ (Bell 1963). Das Ziel sollte die kontinuierliche Diskussion über zukunftssträchtige Entwicklungen sein, eine „art de la conjecture“. Die 1960er Jahre sind, ausgehend von diesem Impuls, geprägt von Versuchen, eine tragfähige Methodologie der Zukunftsforschung und somit die Zukunftsforschung zu einer exakten Wissenschaft zu entwickeln. Aber schon 1969 deutet sich in einem Beitrag von Andrew Schonfield vom British Science Research Council eine gewisse Desillusionierung an, die die sozialwissenschaftliche Zukunftsforschung fortan charakterisieren wird: „[...] erkennt man wieder, wie solche einfachen und zuverlässig erscheinenden statistischen Messungen nur dann zu gebrauchen sind, wenn sie mit spekulativer sozialer Phantasie ausgewertet werden. Es gibt hier kein Ding an sich. Die Futurologie bleibt an die Phantasie gebunden. Sie kann nicht einfach dadurch in eine respektable, harte' Wissenschaft verwandelt werden, dass man die Wirtschaftler und die Technologen veranlasst, sie mit ein paar Zahlen zu beliefern.“ Bereits in dieser frühen Relativierung der pragmatischen Potenziale der Zukunftsforschung setzt sich Schonfield mit dem beginnenden Interesse der Industrie an dieser Forschung auseinander: „Die praktischen Aufgaben eines Studiums der Futurologie liegen auf öffentlich-politischem Gebiet besonders klar zutage, doch hat sich auch ein ausgesprochenes geschäftliches Interesse dafür ergeben“ (Schonfield 1969, S. 36/37).

Dieses in den 1960er Jahren erwachende Interesse der Wirtschaft führte dann zu einer bezeichnenden Spezialisierung der Zukunftsforschung, die vom russischstämmigen amerikanischen Wirtschaftswissenschaftler Igor Ansoff ausging und bis heute unter dem Begriff der „Weak Signal Research“ diskutiert wird. Aufbauend auf seinen Erfahrungen bei Lockheed entwickelte Ansoff als Wissenschaftler seine Theorien zur Unternehmensstrategie, die er in seinem Hauptwerk „Management Strategie“ dokumentierte. Eine wesentliche Aufgabe sei das „Strategic Issue Management“ mit dem Ziel der Identifikation bedeutsamer schwacher Signale, die als frühe Indikatoren denkbarer Zukünfte interpretiert werden könnten: „imprecise early indications about impending impactful events“ (Ansoff 1980, S. 131). Die Idee der Weak Signal Research ist von vielen Unternehmensberatungen aufgegriffen worden, ohne dass allerdings eine überzeugende Methodologie entstanden wäre. Gleichzeitig hat sich unter dem Eindruck der wachsenden wissenschaftlichen Einsichten in die Unvorhersagbarkeit der Zukunft Bescheidenheit breitgemacht. Diese Einsichten wurden gerade durch die wissenschaftlichen Versuche gewonnen,

mit denen man die Foresight-Prägnanz verbessern wollte: Chaostheorie, Kontingenztheorien, Komplexitätstheorien, finanzmarktanalytische und -mathematische Modelle, Rational Choice- und Public Choice-Theorien, um nur wenige zu nennen. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Zukunft ist daher leiser geworden, wenngleich nicht weniger bedeutend, wie sich an der Repräsentanz der in diesem Buch skizzierten privatrechtlichen, staatlichen, öffentlich-rechtlichen und akademischen Institutionen und ihrer Vertreter, an ihren Fragen und ihren Methoden eindrucksvoll ablesen lässt. Eines ist allen diesen Institutionen eigen – und mit dieser Eigenheit lässt sich seriöse Forschung von der Boulevardforschung etwa eines Matthias Horx und seines Netzwerkes deutlich unterscheiden: die kritische Auseinandersetzung mit den Befunden, die auf klaren Fragestellungen aufbauen, mit nachvollziehbaren Methoden erarbeitet worden sind und in eindeutigen und unmissverständlichen Begriffen benannt sind. Derartige Diskurse, Diskussionen und Debatten spielen sich in globalen Netzwerken zwischen Expertinnen und Experten ab, die aus ihrer jeweiligen, speziellen, disziplinären Sichtweise Lösungen konkreter Fragestellungen gleichzeitig empirisch prüfen und philosophisch durchdenken. Es ist höchst unwahrscheinlich, dass dieser Community eine Tendenz entgangen wäre, die bedeutsam für den soziokulturellen oder wirtschaftspolitischen Zusammenhang ist. Das Problem ist nur die relativierende Vorsicht, mit der die Prognosen formuliert werden: Der Markt verlangt knackige Gewissheiten, Best Practices und die Illusion einer konkurrenzfähigen Einsicht. Relativierungen stören. Die Rhythmen der wissenschaftlichen Einsichten und des Strategiemangements sind inkompatibel.

In diese Bedarfsnische stößt die boulevardeske Trendforschung vor. Sie nutzt das vermeintliche Defizit kritischer Wissenschaft und wirbt mit einer eigenen Art von Wissenschaftlichkeit, die sie mit eigens erfundenen Methoden schmückt, von denen nur wenige genannt werden sollen: Appreciative Inquiry, Causal Layered Analysis, Cross-Impact Analysis, Environmental Scanning, Field Anomaly Relaxation, Framing, Genius Forecasting, Moot Hearings, Morphological Analysis, Multicriteria Decision Analysis, Normative Forecasting, Personal Storytelling, Playback Theatre, Relevance Trees, Scanning, Scenarios, Signed Digraphs, Story Telling, Technology Sequence Analysis, Time Series Extrapolation, Trend Extrapolation, Trend Impact Analysis, Trend-Barometer, Unified Modeling Language und Weiteres.

Bei näherer Betrachtung allerdings kaschieren die großartigen Anglizismen, mit wenigen Ausnahmen, dass es sich in der Praxis um rein intuitive Betrachtungen handelt, die, wie John Naisbitt in seinem letzten Buch ausgeführt hat, auf der Grundlage der individuellen „Mind Sets“ der Trendforscher zu Aussagen über die Zukunft verdichtet werden. Ein Mind Sets bestehe aus „bestimmten Regeln“, die ein Mensch im Laufe der Jahre entwickelt habe, um Informationen zu filtern und das Denken zu disziplinieren. „An ihnen stimme ich die Informationen, die ich sammle, ab und messe ich sie. Meine Werte und mein Denken sind der Nährboden, auf den diese Informationen fallen. [...] Schließlich begann ich mit dem Gedanken zu spielen, ein Buch auf dieser Idee aufzubauen, um zu zeigen, wie vor meinem geistigen Auge mithilfe der richtigen Mind-Sets die Bilder der Zukunft entstehen“ (Naisbitt 2007, S. 10).

Matthias Horx übernimmt diese Idee, verwendet nur andere Begriffe: Wesentlich für die Treffsicherheit der Analyse sei die Erfahrung, das „justierte Radarsystem“,

eine „Grundsensibilität“ (Horx 2008, S. 5), „Verifizierung“, „Kontextanalyse“, „Tiefen-Exploration“ ... „Hier kann uns unsere inzwischen 15jährige Erfahrung im Umgang mit demografischen Daten, auch bei Zeitgeistphänomenen helfen, die Spreu (Fake-Trends) vom Weizen (tatsächliche Trends) zu trennen. Unsere langjährige Arbeit mit unseren Kunden bildet ein zweites Standbein der Früherkennung“ (Horx 2005d, Vorwort). Er setzt auch in den anderen Reports des Zukunftsinstituts auf seine Erfahrung und begründet seine Methodologie in der individuellen Fähigkeit, Dinge besser zu sehen als andere. Die größte Treffsicherheit erzielten laut Horx „hyperbelesene, pragmatische Universalisten“. Allerdings werden Skeptiker mit dem Hinweis beruhigt, es würden regelmäßig „einhundertsiebzig internationale Medien sowie das Internet [...] ständig für Sie ausgewertet.“ Dieser Hinweis, der eine klassische Empirie nahelegt, ist ergänzt durch das Versprechen der Exklusivität. „Alle bedeutenden Entwicklungen, die sich weltweit anbahnen, landen als kompakte Information in Ihren Händen, lange bevor die Allgemeinheit davon erfährt.“²

Aber das Validitätsproblem, das sich bei den Mind Sets und der Intuition „hyperbelesener Universalisten“ unter methodologischen Gesichtspunkten auftut, bleibt auch bei dieser Analyse ungelöst. Erstens: Wenn Medien, die der Allgemeinheit zugänglich sind, die Quelle der Zukunftsorientierung darstellen, basiert die gesamte Auswertung auf öffentlich zugänglichen Quellen, bei denen in einer nicht quantifizierbaren Zahl von Fällen Meldungen über die Zukunft aus den Institutionen der Trendforscher kommen. Gleichzeitig ist es geradezu ein Charakteristikum der Medien, eher die Verkäuflichkeit ihrer Inhalte zum redaktionellen Prinzip zu erheben – weshalb die wenigen Studien, die bislang die Contentanalyse als Mittel der Foresight-Forschung getestet haben, keinen Anhaltspunkt dafür gefunden haben, dass Medien Zukünfte gewissermaßen in sich tragen. Im Gegenteil: Sie sind Mittler der Konventionalität (vgl. dazu Uskali 2005), gelegentlich auch Instrumentarien zur Durchsetzung gesellschaftspolitischer Tendenzen – und dies in zunehmendem Maße durch die neue Welle der Medienkonzentration. Zweitens: Der individuelle „Mind Set“, die Erfahrung des Trendforschers, stellt die Weichen für die Erkenntnis, so dass eine relativierende Kontrolle – oberstes wissenschaftliches Prinzip aller Disziplinen – ausgeschaltet wird. Der Verweis auf Diskussionen greift fehl, weil diese Diskussionen in Netzwerken (etwa dem „Zukunftsinstitut“ und affilierten Initiativen) stattfinden, deren Mitglieder die gemeinsam erarbeiteten Trends als freie Coaches, Beraterinnen und Berater, selbstständige Zukunftsforscher und Projektmitarbeiter verkaufen und die somit an einer konstruktiven Kritik im Sinne des Kritischen Rationalismus keinerlei Interesse haben können. Andere Trendforscher, wie der Schweizer David Bosshart, Leiter des Gottlieb Duttweiler Instituts, geben das auch unumwunden zu. Etwas lerne man von den Amerikanern „auf harte Weise: Informationen haben einen Cash Value. Geht man unvorsichtig damit um, begibt man sich auf eine Ebene, wo man von jedermann kopiert werden kann. [...] In den USA geht es einzig darum, ob man aus der Trendforschung ein Produkt machen kann, mit dem man Geld verdient. [...] Das Entscheidende ist doch, Informationen aufzubereiten, so dass sie einen Käufer finden, der Nutzen daraus ziehen kann.“

² Im Internet unter http://www.zukunftsinstitut.de/zkl_static/about.html (31.07.2008).

Den Versuch des deutschen Trendforschers Horx, wissenschaftlich zu sein, könne er nur belächeln.³

Bosshart und Horx sind beide die Erben einer zweiten Tradition, die sich etwa ab dem Jahr 1970 als Alternative zur beschriebenen wissenschaftlichen Zukunftsforschung etabliert hat. Am Anfang dieser zweiten Linie steht Alvin Toffler mit seinem Weltbestseller „Future Shock“, einem Sachbuch, das 1970 als umfassendes gesellschaftliches Leitmotiv den „Disease of Change“, die Krankheit durch den Wandel oder die am Wandel diagnostizierte Krankheit und damit das Grundmotiv des Bedrohungs-Szenarios formulierte. Gestützt durch anekdotische Evidenz und opportune Belegketten aus Einzelbeobachtungen, die als Markierungen der Zukunft charakterisiert wurden, entwickelte Toffler einen neuen Stil, der den öffentlichen Bedürfnissen entgegenkam und die News Values der unmittelbaren Betroffenheit und der Sensationslust durch die Prophezeiung revolutionärer Veränderungen befriedigte. Im Vorwort von „Future Shock“ wird dieses Verfahren noch sehr vorsichtig als tastender Versuch etikettiert und die Zukunft als grundsätzlich uneinsehbar charakterisiert. Gleichwohl ignoriert der ehemalige Journalist geschickt die Tatsache, dass auch er die methodologischen und analytischen Probleme nicht lösen konnte, denen sich die Akademiker ausgesetzt sahen. „The inability to speak with precision and certainty about the future [...] is no excuse for silence“ (Toffler 1971, S. 15).

John Naisbitt und seine Frau Patricia Aburdene nahmen den Impuls Tofflers 1982 für ihr erstes Buch „Megatrends“ auf und popularisierten die Methodologie der Contentanalyse für das Geschäft. Naisbitt war schon Jahre zuvor als Trendforscher tätig gewesen. Nach einem Studium an der University of Utah arbeitete er zunächst 1953 und 1954 als Public Relations-Assistent bei Eastman Kodak, wechselte dann in die politische Administration unter John F. Kennedy, wo er für den Bildungsbeauftragten Francis Keppel ebenfalls als Public Relations-Assistent arbeitete; später wurde er in der Johnson-Administration in einer ähnlichen Funktion für den Erziehungsminister John Gardner tätig. 1966 verließ Naisbitt Washington und trat eine Position in der von IBM geführten Unternehmung Science Research Associates an, ein Verlag, der Lern- und Bildungsmaterialien für Schüler publizierte und heute zum Verlag McGraw Hill gehört. Die Erfahrungen, die Naisbitt hier sammelte, führten offensichtlich zur Gründung eines eigenen Unternehmens, der Urban Research Corporation. Doch die thematisch sehr stark auf Stadtforschung und Integrationspolitik konzentrierten und methodologisch anspruchsvollen, mithin teuren Studien schienen nicht ausreichend, um das Unternehmen auf Dauer zu erhalten. Was auch immer geschah (in den autobiografischen Passagen von „Mind Set“ erfährt man nichts darüber) – die Spuren des Unternehmens verlieren sich im Jahr 1977.

Mittlerweile hatten sowohl Toffler und seine Ehefrau Heidi als auch eine Reihe anderer Gurus eine sichere und vor allem zahlungskräftige Zielgruppe für den Absatz der aus „Threats and Opportunities“ komponierten Botschaften ihrer global ausgreifenden Trendforschung identifiziert: die Manager. Das Motiv für diese Adressierung stammte aus einem Nebenweig der Wirtschaftswissenschaften, der sich in der Manier der amerikanischen Sachbuch-Industrie popularisierte und vor

³ Im Internet unter <http://www.persoennlich.com/pdf/interviews/interviews10.pdf> (31.07.2008).

allem durch die Bücher der beiden emigrierten Österreicher Ernest Dichter und Peter Drucker inspiriert wurde. Vor allem Drucker beherrschte diese Szene, nicht zuletzt auch deshalb, weil seine managementkritischen Arbeiten auch als Zukunftsentwürfe ausgelegt waren, wie bereits das in den 1950er Jahren erschienene Werk „America’s Next Twenty Years“ und später dann, 1969, „The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society“ oder 1981 „Toward the Next Economics“ (Drucker 1957, 1969 und 1981).

Die Erfolge der Tofflers, von Aburdene u. Naisbitt, inspirierten weitere Protagonisten zu weiterer Differenzierung, etwa Faith Plotkin. Sie gründete 1974 zusammen mit ihrer Freundin Lys Margold das Institut für Markt- und Trendforschung „Brain Reserve“ in New York. Plotkin wurde unter dem Namen Popcorn bekannt. Einige Biografien begründen diesen Namenswechsel damit, dass einer ihrer Chefs diesen Namen nicht richtig aussprechen konnte und sie daher einfach Popcorn nannte. Sie selber erzählt die Geschichte in ihren „Popcorn-Reports“ allerdings anders: Es sei ihre Marketingentscheidung gewesen, diesen Namen zu wählen. Auch für ihre Partnerin sei ein bunterer Name wichtig gewesen, man wählte „Marigold“, was im deutschen „Margarite“ heißt. Hier nun entsteht ein weiteres Kennzeichen der boulevardesken Trendforschung – das „Naming“, die Erfindung schmissiger Begriffe, die gedankliche Exklusivität simulieren.

Jedes Jahr führe, so weitere Informationen aus den Selbstdarstellungen, Brain Reserve Interviews mit 4000 Konsumenten und 3500 Experten durch. Seit der ersten Folge der „Popcorn Reports“ (ab 1990) wirbeln die semantischen Erfindungen Plotkins weltweit durch die Zeitgeist-Gazetten: Cocooning, EVEolution, Mancipation, Being Alive Trend, Fantasy Adventure, Anchoring (die spirituelle Wende zum Jahrtausendwechsel), AltarEgo (neue Religiosität), Restoration (Schlafbars) oder die Belly Babies – die gegenüber den künftigen geklonten Retortenkindern natürlich gezeugten und geborenen Kinder, die einen höheren gesellschaftlichen Status erreichen werden. Die Beratung durch Brain Reserve fußt auf der simplen Idee, dass sich ein Unternehmen mit mindestens vier der Trends, die Popcorn (er)findet, in Übereinstimmung finden müsse. Dann sei Erfolg garantiert. Diese Idee gilt im Übrigen auch für Individuen, was zum gesellschaftspolitisch und damit auch soziologisch bedeutsamsten Kernmotiv führt: zu der bereits vor Jahren entwickelten Strategie des „Clicking“ (Popcorn et al. 1996). In diesem Begriff soll sich die große Chance für jede Person verdichten, aus der Entwicklung zur Dienstleistungsgesellschaft den individuellen Nutzen zu ziehen und sich selbstständig zu machen.

Hier nun also liegt der Ursprung der Geschäftsidee der deutschen Protagonisten der Boulevardtrendforschung, Matthias Horx und Peter Wippermann, die 1993 das „Trendbüro“ gründeten – als deckungsgleiche Kopie der „Brain-Reserve“ und mit demselben erkenntnistheoretischen Führungsanspruch, den Naisbitt für sich formulierte, der letztlich aber nichts anderes darstellt als die kaschierte Zweitvermarktung längst andernorts erforschter Entwicklungen: „Trendforschung ist nicht zuletzt die Supervision der Supervisionäre. Profan ausgedrückt: Wir analysieren diejenigen, die Analysen machen. Wir recherchieren diejenigen, die recherchieren. Wir bilden uns Meinungen aus Meinungen“ (Horx u. Wippermann 1996). Eine differenzierte Beschreibung, wie dieses Projekt der Universalwissenschaft im Einzelnen verläuft,

sucht man vergebens. Auch der Versuch, aus unterschiedlichen Quellen der breit gestreuten Essays des Trendforschers ein in sich geschlossenes Gedankengebäude zu konstruieren, scheitert an der Widersprüchlichkeit, der Beliebigkeit und der eklatanten Fehlinterpretation der von ihm zur Grundlage seiner universalwissenschaftlichen „evolutionären Sozialforschung“ erhobenen interdisziplinären Bruchstücke aus allerlei Wissenschaften, darunter die Evolutionstheorie und die Quantentheorie (Horx 2005c; 2008).

Ist, was beliebt, auch wirklich erlaubt?

Skepsis ist aber vor allem dann angebracht – und interessanterweise gerade auf dem Gebiet der Nutzwerteffekte – wenn man sich die „Erfolge“ der Trendforschung anschaut. Dass Naisbitt 1982 einen der wesentlichen Trends auf dem Konsumsektor, der 1983 losbrach, mit keinem auch nur andeutenden Hinweis erwähnt – das aus der geburtenstarken Kohorte der Baby Boomers erwachsende Mentalitätsmilieu der „Young Urban Professionals“ –, kennzeichnet diese Trendforschung ebenso wie der ständige Nachvollzug sattsam bekannter Entwicklungen. Bei Naisbitt war es das wenig kreative Aufgreifen der Idee Daniel Bells. Sein Nachfahre Horx reklamiert, gut dreißig Jahre nachdem in Pädagogik und betrieblicher Personalwissenschaft das Konzept der „Selbstkompetenz“ entwickelt wurde, als seine wichtigste Entdeckung und den dazu passenden Begriff die „Selfness“. Und während renommierte Wirtschaftsmedien das Konzept der „kreativen Klasse“ (von dem Horx behauptet, er habe es in Deutschland „eingeführt“) höchst kritisch auf unbeabsichtigte soziologische Nebenwirkungen hin analysieren (backlash against the talent elite), wird der Trend für 2008 unter einem neuen Begriff („creative hubs“) erneut verkauft. Nun sind derartige Unkonsistenzen möglicherweise praktisch unbedeutend, weil sie eher auf die „Scores“ von Online-Erwähnungen zielen und mithin eine Art von „Guerrilla Marketing“ darstellen. Wenn aber Unternehmen auf dieser Basis ihre Zukünfte planen, könnten unangenehme Zeitverzögerungen oder Irrwege die Folge sein. Nur selten zeigt sich die Konfrontation mit der harten Wirtschaftswirklichkeit so deutlich wie etwa beim Engagement des „Zukunftsinstituts“, und auch hier wieder namentlich des Matthias Horx, für den Hersteller von Sexartikeln Beate Uhse, wo die Anleger gänzlich andere Zukunftsfantasien hegten als das „Zukunftsinstitut“. Der Aktienkurs brach nach der Verkündung der Sex Styles 2010, in denen Horx ein Potenzial von 25 Millionen Kunden sah, noch einmal um mehr als die Hälfte ein. Auch das vom „Zukunftsinstitut“ mit einem Preis für besonders trendgerechtes Management honorierte Solarunternehmen „Conergy“ konnte mit der Auszeichnung wenig punkten. Kurze Zeit nach der optimistischen Prognose der Zukunftsfähigkeit wechselte man nach einem dramatischen Geschäftseinbruch die Führung aus. Dass dennoch viele Unternehmen in ihren Presseaussendungen derartige Trendsoziologismen als objektive Basis ihrer strategischen Ausrichtung und deren Urheber als wissenschaftliche Kapazitäten darlegen, bietet eine weitere anschauliche Illustration eines Prozesses der zirkulären Verstärkung des affirmativen Opportunismus.

Verkaufte Zukunft

Nun ist die Grundgesamtheit der Unternehmen, die ihr strategisches Management tatsächlich auf die Konstruktivismen der boulevardesken Trendforschung gründen, nicht zu eruieren. Daher kann auch nicht eingeschätzt werden, welche empirische Relevanz die publizistische Resonanz auf die Trend-Soziologismen besitzt. Geht man allerdings von der Selbstdarstellung der Trendforscher aus, dann ist sie sehr hoch. In diesem Falle wäre aber zu fragen, warum die unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten (sowohl was die quantitative als auch was die qualitative Forschung betrifft) inakzeptable Praxis voluntaristischer Boulevardsoziologie von einem hart kalkulierenden Management als wissenschaftliche Beratungsalternative akzeptiert wird. Darüber lässt sich nur mutmaßen – und eine der empirisch begründeten Mutmaßungen führt zu den Erfahrungen aus der sozialpsychologischen Forschung über Entscheidungsprozesse in Situationen der Unsicherheit. Wenn man sich eine Sammlung derartiger Presseaussendungen anlegt (vgl. z. B. Rust 2008), fühlt man sich gelegentlich in eine modernisierte Version des Märchens von „Des Kaisers neue Kleider“ versetzt – oder amüsiert an den Vortrag erinnert, den ein gewisser Myron L. Fox vor versammelten Experten im Jahre 1970 unter dem eindrucksvollen Titel „Die Anwendung der mathematischen Spieltheorie in der Ausbildung von Ärzten“ abliefern. Den Teilnehmern des Weiterbildungsprogramms der University of Southern California School of Medicine wurde Fox als Autorität auf dem Gebiet der Anwendung von Mathematik auf menschliches Verhalten vorgestellt. Das Publikum hing an seinen Lippen und begann nach dem einstündigen Vortrag, fleißig Fragen zu stellen, die er virtuos beantwortete. Auf dem Beurteilungsbogen gaben alle Zuhörer an, der Vortrag habe sie zum Denken angeregt, fanden zudem, Fox habe das Material gut geordnet, interessant vermittelt und ausreichend Beispiele eingebaut. Was die Zuhörer nicht wussten, war dies: Dr. Fox war ein Schauspieler, dem man die Aufgabe angetragen hatte, aus einem Fachartikel über Spieltheorie einen Vortrag zu entwickeln, der ausschließlich aus unklarem Gerede, erfundenen Wörtern und widersprüchlichen Feststellungen bestand (Naftulin et al. 1973).

Informativ in diesem Zusammenhang ist eine jüngere Relativierung der Theorie des „Two Step Flow of Communication“. Unter diesem Begriff verdichteten die Kommunikationsforscher Paul Lazarsfeld und Bernard Berelson in den 1940er Jahren die Beobachtung, die in der ersten großen Wahlkampfstudie in Sandusky, Ohio gemacht wurde: Dass die in der Allgemeinheit akzeptierten Botschaften vor allem von belesenen und angesehenen, einflussreichen Personen verbreitet würden – und nicht direkt durch die Medien. Duncan J. Watts und Peter S. Dodds haben kürzlich nach einer Reihe experimenteller Simulationen eine Verfeinerung dieses Prozesses formuliert: „In the models that we have studied, in fact, it is generally the case that most social change is driven not by influentials, but by easily influenced individuals influencing other easily influenced individuals“ (Watts, Dodds 2007). Das heißt also, dass sich eine Kaskade aufbaut, in der es zu einer affirmativen Anpassung der Trendforschung an die Bedürfnisse ihrer Auftraggeber kommt, die dann durch so genannte Best Practices bestätigt werden. Die hier angesprochenen neueren sozial-

psychologischen Befunde legen nahe, dass sich in dieser Praxis ein bewusstseinsmodellierender Konstruktivismus verbirgt, der einem opportunistischen „Mind Set“ folgt. In der Soziologie spricht man vom „Bias“ oder, moderner, von „Präferenzverfälschung“ (Kuran 1997). Dabei dreht sich der Prozess des „Two Step Flow“ signifikant um: Die Medien produzieren auf ihrer Suche nach opportunen Testimonials, die schnell und mit einfachen Botschaften „Content“ liefern, Media-Intellectuals, die sie dann an die Stelle der relativierenden und komplex argumentierenden professionellen Wissenschaftler platzieren. Matthias Horx beispielsweise wird zum „Soziologieprofessor“, mindestens aber zum „Soziologen“ ernannt, wie kürzlich erst wieder im Nachrichtenmagazin Focus anlässlich einer Empowerment-Tournee für Manager, auf der auch der Trendforscher auftrat. „Dass Horx bei den ‚Erfolgsmacher‘-Seminaren des Focus auftritt, ist nur folgerichtig: Er ist ein echter Macher“ (Focus Online 2008). Die Ausgabe 28/2008 des Nachrichtenmagazins Focus bietet gar eine Titelgeschichte über den ebenso simplen wie undifferenzierten Gedanken, den Horx in seinem Buch „Anleitung zum Zukunftsoptimismus“ ausbreitet, dass „alles“ immer besser werde. In dieser Titelgeschichte dokumentiert sich ein Höhepunkt dieser journalistischen Praxis: Der Lauftext besteht aus nichts Anderem als Passagen aus dem Buch des Matthias Horx, wird vertieft durch ein Interview mit Matthias Horx, der dann noch einmal in einem zwei Seiten umfassenden Essay zu sich selber Stellung nimmt, was dann schließlich abgerundet wird durch ein paar anekdotische „Belege“ über die Fehler der von Horx so genannten „Panik-Propheeten“ (die Angst vor dem Atomkrieg war nichts als Ausdruck eines apokalyptischen Alarmismus; das Volk der Maya ging „vermutlich“ unter, weil es „auf Umweltheimsuchungen hysterisch reagierte“ [83]). Dass „speziell Afrika nicht nur deshalb ein geschlagener Kontinent ist, weil er kolonialisiert war, sondern weil die rituellen Jäger- und Sammlerkulturen den Sprung in die industrielle Moderne verwehren“, spitzt diese Art der Weltbetrachtung zynisch zu. Wer anderer Meinung ist, findet sich als apokalyptischer Spießer, 68er-Fundamentalist, Schwarzer Pädagoge, perfider Egoist, Verwalter des Schreckens, zumindest aber als fanatischer Adept, Panik-Prophet oder auch schlicht als „so genannter intellektueller Zeitgenosse“ apostrophiert. Wobei an anderen Stellen, um auch dies noch anzufügen, die Kritik des Autors dieses Beitrags immer wieder als Verfechtung eigener kommerzieller Interessen diskreditiert wird. Ginge es allerdings darum, hätte die professionelle Zukunftsforschung, wie sie in diesem Buch geehrt wird, ganz andere Möglichkeiten – auch auf den medialen Boulevards. Aber die Aufgabe der Akademien und Universitäten besteht nun einmal darin, Kompetenz für Zukünfte aufzubauen, wohl wissend, dass das der einzige Weg ist, den Unwägbarkeiten des in scheinbar chaotischer Emergenz sich stetig entwickelnden „Noch Nicht Seins“ (Ernst Bloch) zu begegnen.

Es wäre nun ein weiterer Schritt zu unternehmen, nämlich die Expertise der Strategien seriöser Zukunftsforschung zu untersuchen. Da dieser Beitrag sich mit der anderen Seite beschäftigte und in vielen Aufsätzen dieser Festschrift die methodologischen Möglichkeiten und Grenzen sehr differenziert dargelegt werden, kann ich mich auf wenige Hinweise beschränken, deren wichtigster die bereits skizzierte kommunikative Grundstruktur der Forschung darstellt – mithin der für

alle Nutzer und Interessenten völlig transparente Prozess von der Fragestellung bis hin zur Formulierung der Befunde. Neben dieser Nachvollziehbarkeit ist eines der wesentlichen Kriterien für eine pragmatisch bedeutsame Sozialwissenschaft (und das ist die Zukunftsforschung) die kategoriale Klarheit ihres Begriffsarsenals. Das bedeutet auch, Auswertungen von Daten von der Interpretation zu trennen und Spekulationen als solche kenntlich zu machen. Ein weiteres – und nach meiner Auffassung das wichtigste – Kriterium scheint die Unabhängigkeit von vorgegebenen Interessen zu sein. Wirklichkeit lässt sich, wenn überhaupt, nur in der Auseinandersetzung empirisch geschulter Geister erfassen, die im Fokus eines Problems aus der jeweiligen disziplinären Sicht argumentieren und sich dann auf denkbare Lösungen einigen. Erst wenn beide Seiten, Forscher und Interessenten, diese Kriterien akzeptieren und fördern, kann ein Erkenntnisgewinn für das Strategische Management entstehen. Die in diesen Tagen ihr hundertjähriges Bestehen feiernde Harvard Business School hat dieses Prinzip zu ihrem Forschungsleitbild erklärt. Der Dekan der Fakultät betont in der Einladung zu den Centennial-Feiern: „The School’s research budget of over \$70 million is entirely self-funded to ensure objectivity and to provide faculty with the freedom and flexibility to pursue novel and innovative lines of investigation.“

Die deutsche Praxis, die sich gern auf die amerikanischen Elite-Universitäten beruft, zeigt allerdings, dass wir von dieser selbstbewussten Funktionsbestimmung der Wissenschaft, auch unter dem Druck einer bildungspolitischen Nutzwertideologie, weiter entfernt sind als je zuvor. Die Wissenschaft pflegt ihre Stärken nicht, sondern wird dazu instrumentalisiert, genau jene Funktion zu versehen, die die boulevardeske Trend- und Zukunftsforschung längst virtuos zu ihrem Verkaufshit erhoben hat: die Funktion der affirmativen Konstruktion strategischer Zukunftsmodelle. Als Belohnung winken dieser Art der Forschung neben der Förderung auch publizistische Anerkennung. Ob sie tatsächlich Zukunftsorientierung bietet, ist allerdings mehr als zweifelhaft.

Literaturverzeichnis

- Ansoff I (1980) Strategic Issue Management. *Strategic Management Journal*. Jg 1:131–148
- Bell D (1963) *Bulletin Sedeis* 863. Supplement *Futuribles*, 64
- Brockman J (Hrsg) (2004) *Die neuen Humanisten. Wissenschaft an der Grenze*. Ullstein, Berlin
- Drucker P (1957) *America’s Next Twenty Years*. Harper & Brothers, New York
- Drucker P (1969) *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. Harper & Row, New York
- Drucker P (1981) *Toward the Next Economics, and Other Essays*. Harper & Row, New York
- Focus Online 2008: http://www.focus.de/wissen/campus/tid-9285/zukunftsforschung_aid_265916.html (31.07.2008)
- Horx M (1997) *Das Zukunftsmanifest. Aufbruch aus der Jammerkultur*. Econ/List, München
- Horx M (2005a) *Der Traum von der Gesellschaft der Hochgebildeten. Wie die Transformation in eine Wissensgesellschaft gelingen kann*. Im Internet unter <http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/9/0,3672,2248297,00.html> (31.07.2008)

- Horx M (2005b) Sehnsucht nach dem Feudalismus. Rezension des Buches: Die Kultur des neuen Kapitalismus. Von Richard Sennett. Berlin Verlag. Im Internet unter <http://www.welt.de/data/2005/05/28/723812.html?s=1> (31.07.2008)
- Horx M (2005c) Gesellschaft im Wandel. In: PM Heft 11:46–49, Fortsetzung in weiteren Ausgaben
- Horx M (2005d) Trend-Report 2006. Soziokulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen. Eigenverlag, Kelkheim
- Horx M (2008) Steckt Gott im Quant? PM-Magazin 1:60–64
- Horx M, Wippermann P (1996) Was ist Trendforschung? Econ, München
- Koschnick W J (2006) Von der Poesie der schönen Namensgebung. Glanz und Elend der Lifestyle-Typologien. In: Koschnick W J (Hrsg) Focus Jahrbuch 2006 – Schwerpunkt Lifestyle-Forschung. Focus Verlag, München:43–96
- Kuran T (1997) Leben in Lüge: Präferenzverfälschungen und ihre gesellschaftlichen Folgen. Mohr Siebeck, Tübingen
- Naftulin D H et al. (1973) The Doctor Fox Lecture: A Paradigm of Educational Seduction. In: Journal of Medical Education, 48, 7:630–635
- Naisbitt J (1982) Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives. Warner Books, New York
- Naisbitt J (2007) Mind Set! Hanser, München
- Popcorn F (1990) The Popcorn Report: Faith Popcorn on the Future of Your Company, Your World, Your Life. Harper Collins/Harperbusiness, New York
- Popcorn F, Marigold L, Bierenbroodspot G (1996) Clicking: 16 Trends to Future Fit Your Life, Your Work, and Your Business. Harper Collins/Harperbusiness, New York
- Rust H (2008) Zukunfts-Illusionen. Kritik der Trendforschung. VS Verlag, Wiesbaden
- Schonfield A (1969) Thoughts about the Future. In dt. Übersetzung im Internet unter <http://files.osa.ceu.hu/holdings/300/8/3/text/98-1-181.shtml> (31.07.2008)
- Toffler A (1970) Future Shock. Hier zit n der Taschenbuchausgabe (1971) Pan Books, London
- Uskali T (2005) Paying Attention to Weak Signals – the Key Concept for Innovation Journalism. In: Innovation Journalism, Jg 2, 11. Im Internet unter <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-11.pdf> (31.07.2008)
- Watts D J, Dodds P S (2007) Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. In: Journal of Consumer Research, Jg 34

Weiterführende Literatur

- Horx M (2005e) Wie wir leben werden. Die Zukunft beginnt jetzt. Campus, Frankfurt/M
- Horx M (2007) Trend Report 2008. Soziokulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen. Eigenverlag, Kelkheim

Zukunft neu denken

Horst W. Opaschowski

1 Am Anfang steht ein Traum

Traum. Ahnung. Vorstellung. Idee: Wünsche und Visionen von einer besseren Zukunft gibt es in der gesamten Menschheitsgeschichte. Dahinter verbirgt sich die uralte Sehnsucht nach dem guten Leben, aber auch der Wunsch, dem kommenden Leben einen tieferen Sinn zu geben und nicht nur blindlings in den Tag hineinzuleben. Wer in die Zukunft sehen oder gar „die Zukunft voraussagen will, muss möglichst viel vom Gegenwärtigen und Vergangenen wissen“ (Gehmacher 1968, S. 63). Erst danach lassen sich Berechnungen anstellen und kreative Zukunftsideen und Visionen entwickeln. Die Träume von gestern und die Visionen von morgen liegen nicht weit auseinander – ganz im Goethe’schen Sinne, wonach der Mensch nur deshalb träume, damit er nicht aufhöre zu sehen: Zukunfts-Träume sind eine Art Fern-Sehen.

Vor über vier Jahrzehnten wagte Olaf Helmer erstmals eine Langfrist-Vorhersage für die nächsten fünfzig Jahre. In seinem „Social Technology Report on a *Long-Range Forecasting Study*“ (Helmer 1966/67) stützte er sich auf die so genannte Delphi-Technik, in der 82 Experten aus aller Welt zur Einschätzung von 50 Jahren Zukunft befragt wurden. Die Expertengruppe setzte sich aus Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlern, Ingenieuren und Mathematikern, Physikern und Schriftstellern zusammen. In jeweils vier Befragungswellen wurden die Ergebnisse aufeinander abgestimmt.

Das Problem: Technologiemöglichkeiten wurden als Zukunftswirklichkeiten beschrieben bzw. einfach in die Zukunft projiziert und hochgerechnet. Ganz selbstverständlich gingen die Experten von dem „Immer-schneller“-Prinzip aus. Fast alles, was seinerzeit vorstellbar war, schien offensichtlich auch machbar zu sein. Und so sollte das nächste halbe Jahrhundert werden:

- 1970: Rettung verunglückter Astronauten,
- 1975: provisorische Mondbasis,
- 1980: Wetterlenkung auf der Erde,
- 1985: Rohstoffgewinnung auf dem Mond,
- 1990: Forschungsstationen auf erdnahen Planeten,
- 1995: weltweiter Flugverkehr auf ballistischen Bahnen,
- 2000: Autobahnen für automatisches Fahren,

2005: ständige Marsbasis,
 2010: Symbiose Mensch–Maschine,
 2015: Medikamente zur Intelligenzsteigerung,
 2020: Umfliegen des Pluto,
 2025: intergalaktische Nachrichtenverbindung,
 2025: lang anhaltendes Koma, das Reisen in die Zeit erlaubt.

Das war *Futurismus pur* zwischen Fantasterei und Science Fiction. Wer so einseitig technologisch-technokratisch denkt, muss einfach an der sozialen Wirklichkeit scheitern, an dem, was der Mensch braucht oder was er wirklich will. Statt Haushaltsroboter und chemische Leckerbissen aus der Retorte anzukündigen, sollte eher *Zukunftsforschung als Zukunftsvorsorge* verstanden werden, wozu beispielsweise die Immunisierung gegen bestimmte Krankheiten oder die Lebensstandard-sicherung und Vermeidung von Armut gehören.

Nicht ganz so weit aus dem Fenster lehnte sich Ernst Gehmacher 1968 in seinem Zukunftsreport „*So leben wir in 30 Jahren*“. Auf den ersten Blick finden wir hier die gleichen technologiegläubigen Zukunftsentwürfe: Von superleichten Kunststoffhäusern über elektrische Stadtautos und Luftkissenbahnen bis zu Haushaltsrobotern und regelmäßigem Verkehr zum Mond und zu unseren Nachbarplaneten. Andererseits finden sich bei Gehmacher auch Prognosen, die das *gesellschaftliche Leben nachhaltig verändern*:

- Ein langes Leben für jeden,
- die Kinderzahl wird sinken,
- das tägliche Leben wird ein Stadtleben sein,
- Konferenzen werden über Fernsehtelefone abgewickelt,
- statt in Büchern zu stöbern, verrichten Datenverarbeitungsanlagen die „Sucharbeit“,
- fremdsprachige Texte werden vom Computer übersetzt,
- Maschinen nehmen den Menschen die Arbeit weg.

Hier wird die technologische Vorausschau zum Blick in die Zukunft mit sozialen Folgen. Dabei stellt sich die „Was wäre, wenn?“-Frage: Was wäre gewesen oder geworden, wenn Politik und Wirtschaft aufgrund dieser Vorausschau die gesellschaftlichen Weichen rechtzeitig *vor vierzig Jahren* anders gestellt hätten? Hätte es eine neue Familienpolitik schon in den siebziger Jahren gegeben, als Folge des absehbaren demografischen Wandels, oder eine „Agenda 1984“ (statt „Agenda 2010“) mit grundlegenden Reformansätzen der Sozialpolitik? Im Nachhinein sind dies natürlich illusorische Fragen. Will die Politik überhaupt ernsthaft so weit vorausdenken?

2 Zukunftsforschung gegen Zukunftsangst

Seit Anfang des 19. Jahrhunderts wurde die Zukunft geradezu als offene Forschungslandschaft gesehen. Die empirischen Sozialwissenschaften betrieben systematische Zukunftsforschung. Es wurde der Weg bereitet für einen ganz