

Horst Opaschowski

1961
MAUERBAU

1949
GRÜNDUNG

1968
DEUTSCHER
HERBST

Wissen, was wird

1989
MAUERFALL

Eine kleine
Geschichte der
Zukunft
Deutschlands

2006
WM

2029
DEUTSCHLAND
IM UMBRUCH



PATMOS

2015
FLÜCHTLINGS-
KRISE

faktischen und fiktiven Ereignissen bewegen und in der Erforschung der Zukunft auch utopische und apokalyptische Entwürfe mit im Blick haben.

Zukunft entdecken heißt: herausfinden, was auf uns zukommt – im ursprünglichen Sinne von „adventus“ im Lateinischen und „time to come“ im Englischen. Als Historiker gelangte Hölischer seinerzeit schnell zu der Erkenntnis, dass Zukunft nur noch im Plural gedacht werden kann: Statt der einen „Zukunft“ muss realistisch mit einer Vielzahl möglicher „Zukünfte“ gerechnet werden. Nur so ist erklärbar, warum es zeitgeschichtlich gesehen um 1770 zwar den ersten großen „Zukunftsboom“ gab, dem aber in den Jahren 1830, 1890, 1950, 2000 und 2010 weitere Wellen folgten.

Eine *Vielzahl futurologischer Denkfabriken* ist in der Kriegs- und Nachkriegszeit vor allem in den USA entstanden. Mit der Digitalisierung in fast allen Bereichen des Lebens, die zur Verunsicherung großer Teile der Bevölkerung führt, ist weltweit kein Ende des Zukunftsbooms absehbar. Kaum ein Unternehmen kann sich heute noch dem Future-Sog entziehen. Und auch Institutionen, Organisationen und Parteien kommen ohne *Programme mit Zukunftsbezug* nicht mehr aus.

6. Zukunftsfrage:

Wo bleibt der Mensch?

Über der Haustür von Niels Bohr, dem großen dänischen Atom-physiker, war einst ein Hufeisen befestigt. Ein Freund sprach ihn prompt darauf an: „Aber du glaubst doch nicht an so etwas!“ „Nein“, antwortete Bohr, „natürlich nicht. Aber ich habe mir sagen lassen, dass es trotzdem wirkt.“ Und als Niels Bohr seine Atomtheorie entwickelt hatte, wurden Stimmen laut wie: „Mein Gott, muss der gerechnet haben.“ Seinen Freunden und Schülern wie z. B. Carl Friedrich von Weizsäcker vertraute der Gelehrte jedoch an: „Ich habe nicht gerechnet. Das war ein Einfall“ (Jungk 1969/1990, S. 71).

So muss wissenschaftliches *Zukunftsdenken* auch verstanden werden: Eine Antenne für das Kommende haben, eine Art inneres *Radarsystem*, das ständig die Gegenwart beobachtet und systematisch der Frage nachgeht: Wo gehen die Dinge hin? Eine Mischung aus Datenbankbasis, Ideenfindung und Problemlösungshilfe für Entscheidungsträger. Verantwortliche Zukunftsforschung muss sozialkritische Analysen liefern, aber genauso offen für kreative Prognosen sein.

„Zukunftsforschung zeigt die Richtung an,
wohin wir uns entwickeln.
Dabei geht es um Entwicklungstendenzen
und sich abzeichnende Perspektiven
und nicht um Spekulationen und Visionen.
Wohl steht am Ende die Vision einer wünschbaren Zukunft,
die Wirklichkeit werden kann,
wenn wir bereit sind, die ‚richtigen‘ Wege zu gehen.“

(1997/30)

Im Mittelpunkt meiner Forschungsarbeit steht seit Jahrzehnten die systematische Untersuchung der Lebensgewohnheiten der Bevölkerung. Die Ergebnisse von Repräsentativumfragen im Zeitvergleich, sogenannte *Zeitreihen*, bilden die sozialwissenschaftliche Basis für Prognosen. Prognosen erzielen immer dann eine große *Treffsicherheit*, wenn sie von der zentralen Frage ausgehen: *Wo bleibt und was will der Mensch?* Erst danach ergeben sich Antworten darauf, was wirtschaftlich und technologisch alles möglich wäre. Daraus folgt: Große gesellschaftliche Veränderungen von der Perestroika bis zur deutschen Vereinigung lassen sich nicht präzise prognostizieren, auch Kriege und Krisen von der Energiekrise über den Golfkrieg bis zu den Terroranschlägen in den USA nicht – voraussagbar aber sind die Lebensgewohnheiten der Menschen in den nächsten Jahren.

Lebensgewohnheiten sind wie eine *zweite Natur* und haben fast die Wirkung einer Kleidung aus Eisen, die nur schwer zu sprengen ist. Viele Tätigkeiten im Alltag werden so lange praktiziert, dass sie fast wie Aufstehen, Essen und Schlafengehen zur lieben Gewohnheit bis ins hohe Alter werden. Dies erklärt auch, warum beispielsweise Urlauber auf Reisen am meisten das eigene Bett, die Zeitung aus der Heimat und das gemütliche Zuhause vermissen. Gewohnter *Lebensrhythmus* und alltäglicher Regelkreis sind den Menschen geradezu in Fleisch und Blut gegangen. Viele können einfach nicht aus ihrer Haut heraus.

Die Sozialforschung geht davon aus, dass die Persönlichkeits- und Interaktionsstruktur eines Menschen im Wesentlichen ausgebildet ist, wenn er das Erwachsenenalter erreicht. Die *Kindheits- und Jugenderfahrungen* haben ein größeres Gewicht als die spätere Sozialisation. Im Einzelfall kann es zwar auch im Erwachsenenalter noch zu dramatischen Veränderungen kommen, aber die statistische Wahrscheinlichkeit einer grundlegenden Persönlichkeitsveränderung

nimmt abrupt ab, wenn das Erwachsenenalter erreicht ist.

Der *Wertewandel* einer Gesellschaft besteht nicht darin, dass sich die Menschen sozusagen über Nacht verändern. Er vollzieht sich vielmehr allmählich in dem Maße, in dem *die jüngere Generation einer Gesellschaft die ältere Generation Zug um Zug ablöst*. Und eine Generation, die unter veränderten gesellschaftlichen Lebensbedingungen aufwächst, gelangt zwangsläufig zu anderen Erfahrungen und Gewohnheiten. Damit verändern sich auch die Einstellungen zu Arbeit und Leben, zu Partnerschaft, Familie und Freundeskreis.

**„Die große Leistungsverweigerung findet nicht statt!
Wohl kann es eine Verlagerung von Leistungsreserven
in neue Lebensbereiche
(z. B. Natur, Umwelt, Soziales) geben.“**

(1983/36)

7. Zukunftsparadox:

Halbwertzeit verursacht Gewissheitsschwund

Vor mehr als zwanzig Jahren zählte der Schweizer Philosoph Hermann Lübbe zu den *Trends der Zukunft* vor allem die „temporale Innovationsverdichtung“ (1996, S. 117). Weil sich die *Innovationsrate pro Zeiteinheit* immer mehr erhöht, kommt es zu immer schnelleren Innovationsschüben. Messbar sind sie an der *Halbwertzeit* – an der Zeit also, die vergeht, bis beispielsweise die Hälfte der Ergebnisse eines Forschungsprojekts, einer technologischen Entwicklung, einer wissenschaftlichen Disziplin oder auch eines Lehrbuchs als überholt und veraltet gelten. Bibliothekare könnten auf diese Weise die Benutzung wissenschaftlicher Literatur in Abhängigkeit von ihrem Erscheinungsdatum messen. Das ergäbe dann – grafisch gesehen – eine steil nach unten absinkende Kurve.

Beispiele aus der Industriegeschichte zeigen, dass z. B. Werkzeugmaschinen im Textilbereich im 19. Jahrhundert bei guter Wartung etwa drei Jahrzehnte nutzbar waren. Hundert Jahre später lag die Nutzungszeit nur mehr bei 15 Jahren. Heute haben wir Innovationsschübe in der Technologie von gerade einmal 15 bis 18 Monaten. Wenn sich die sogenannte temporale Innovationsverdichtung weiter so exponentiell entwickelt, dann werden Wirtschaft, Politik und Gesellschaft immer hektischer agieren und reagieren, wenn sie sich nicht auf verlässliche Prognose-Daten stützen können. Der subjektive Eindruck entsteht: Die Gegenwart schrumpft

– von der Wahrnehmung bis zur gelebten Realisierung werden die Zeiträume immer kürzer.

Im 21. Jahrhundert müssen wir mit dem *Zukunftsparadox* leben: Je mehr und je präziser wir Prognosen abzugeben in der Lage sind (z. B. bei Wahlprognosen, Wettervorhersagen), desto mehr stellt sich bei uns das subjektive Gefühl von Ungenauigkeit und Unsicherheit ein. So entsteht der *Zukunftsgewissheitsschwund* (Lübbe 1990, S. 68). Weil die Menge der Ereignisse pro Zeiteinheit mit der Menge des verfügbaren Wissens wächst, entsteht der Eindruck, dass die Zukunft immer weniger prognostizierbar sei. Nichts anderes meint der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in seinem Jahresgutachten 2018/19: „*Die ungewisse Zukunft*“ stellt Deutschland vor „*große Herausforderungen*“.

Globale Ereignisse dringen heute via elektronische Medien in jedes Wohnzimmer ein. Medien setzen und besetzen Themen und Problemfelder, mit denen sich die Menschen auseinandersetzen. Auf diese Weise können gesellschaftliche Probleme zugespitzt, aber auch in den Hintergrund gedrängt werden. Wenn allerdings die *Informationsüberflutung* zu stark wird, neigen die Menschen eher dazu, sich *abzuschotten* oder die Infoflut nur noch *selektiv aufzunehmen*. Nach vorliegenden Erfahrungswerten aus der Konsumentenforschung werden nur etwa ein bis zwei Prozent der durch Massenmedien verbreiteten Informationen genutzt: „Der Rest landet unbeachtet auf dem Müll“ (Kroeber-Riel/Weinberg 1999, S. 615). Mehr kann nicht verkräftet werden.

Die Medien versuchen deshalb, die dargebotenen *Bilder und Stimmungen zunehmend zu emotionalisieren*, um die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Das bleibt nicht ohne Verhaltenswirkungen. Das Bild, das die Medien beispielsweise von der wirtschaftlichen Entwicklung zeichnen, hat unmittelbaren Einfluss auf das Verhalten der Verbraucher. Wie beim *Kurseinbruch an der Börse* können negative Konjunkturmeldungen zu einem *Vertrauensverlust* bei den Verbrauchern führen und entsprechende Verhaltensänderungen zur Folge haben. So entsteht ein *negativer Kreislauf* bzw. psychologisch bedingter Mechanismus oder gar Automatismus:

- Von dem negativen Konjunkturbild zum Vertrauensverlust der Verbraucher
- über die nachlassende Konjunktur zur Kaufzurückhaltung
- bis zur sich verstärkenden Rezession.

Verbraucherforschung in diesem Sinne stellt eine Art „Konsumklimaforschung“

(Weinberg 1990, S. 83) dar.

Informationen und Meldungen wirken besonders verhaltensprägend, wenn sie die emotionale Betroffenheit bzw. das Erleben von Bedrohung (z. B. Ehec-Krise) ansprechen – allerdings nur bis zu einem gewissen (Zeit-)Punkt. Dann stellen sich *Problemgewöhnungen* ein, d. h. die persönliche Betroffenheit unterliegt trotz ständiger Krisenmeldungen immer stärkeren *Abstumpfungerscheinungen* (vgl. Lehmann/Langeheine 1989). Die psychische Abwehr von längerfristigen Problemen (z. B. Terrorismus) sorgt für die gewünschte Entlastung. Die *Problemverdrängung* setzt sich durch (vgl. Adelt u. a. 1990, S. 173). Der Zeitfaktor wirkt und heilt.

In der *Prognoseforschung* muss die Ökonomie stärker mit der Psychologie verbunden werden, Konjunkturstimmung und Konsumentenvertrauen sind mehr als Einheit zu sehen. Dann sind die Prognosen auch nicht mehr mit so großen Unsicherheiten verbunden; die Wirtschaft steht nicht mehr hilflos vor der Frage, wie schnell das verlorene Vertrauen der Konsumenten und Investoren wieder zurückgewonnen werden kann.

8. Zukunftsforschung:

Mehr beobachten als prophezeien

Die Sozialwissenschaft traditioneller Prägung tut sich bisher schwer mit Voraussagen – aus Angst vor Fehlschlägen. Die *Schwäche der Sozialwissenschaft im Prognostizieren* ist bekannt. Dabei gibt es nach Meinung des Amerikaners Alasdair MacIntyre (1997, S. 141) in der Sozialwissenschaft durchaus voraussagbare Elemente, die verlässliche Aussagen und Prognosen zulassen:

- Dazu gehören beispielsweise die *Alltagsrituale*, wonach die meisten Menschen zu bestimmten Zeiten das immer Gleiche tun, was Voraussagen mit großer Wahrscheinlichkeit ermöglicht.
- Auch die Kenntnis *statistischer Regelmäßigkeiten* spielt bei Prognosen eine wichtige Rolle. So lassen sich in den Sozialwissenschaften durchaus rational begründete Voraussagen machen.

Dennoch bleibt die Skepsis gegenüber sozialwissenschaftlichen Voraussagen weit verbreitet. Der Philosoph Karl Raimund Popper hält es sogar für ein großes Unglück, wenn z. B. von Geschichtsphilosophen erwartet wird (unter