

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 2/2006

Worldwide

Terrorismus – na und?

Erkenntnisse aus dem "Futures"-Programm von Sinus Sociovision

"Natürlich bringt es weniger Spaß, Ferien zu machen, wenn die blutigen Fußspuren noch zu sehen sind. Aber müssen wir deshalb unsere Planung ändern? So etwas kann einem inzwischen überall zustoßen."

(ein Schweizer Urlauber in Dahab, nach dem blutigen Anschlag mit über 20 Toten und Dutzenden Verletzten, zitiert aus Süddeutsche Zeitung, Nr. 96/2006, Seite 3)

Das Thema Terror hat seit den Anschlägen vom 11. September 2001 massiv an Bedeutung gewonnen und ist auch in Europa eskaliert. Geopolitisch hat es tiefe Spuren hinterlassen: zunehmende und verschärfte Sicherheitsmaßnahmen, die Kriege in Afghanistan und im Irak, einschließlich einer breiten Verweigerungsbewegung in großen Teilen Europas, die Unterhöhnung der Bindungen an die USA, deren dramatischer Imageverlust als moralische Supermacht, eine spürbare Polarisierung beim Thema Migration. Terror scheint zur Begründungsmacht Nr. 1 geworden zu sein, die durchsetzbar macht, was sich mancher Politiker vielleicht schon lange gewünscht hat. Die Angst vor dem Terrorismus ist weit in den Alltag der Menschen vorgedrungen.

Heute, fünf Jahre später, sehen wir aber auch, dass sich die nach 9/11 in wilden Szenarien beschworene Zeitenwende nur teilweise eingestellt hat. Im Alltagsleben der Menschen spielt Terror heute eher eine kleinere Rolle als noch vor 4 oder 5 Jahren. Die prognostizierten Auswirkungen auf bestimmte Märkte, z. B. die Tourismusindustrie, waren geringer als erwartet. Die damalige Börsenflaute hat sich mittlerweile zum Boom ausgewachsen. Die Ölpreise steigen eher wegen der erhöhten Nachfrage in den Schwellenländern als wegen der Terrorgefahr.

Tatsächlich geht die Macht des Themas Terror zurück. Zwei Gründe sind dafür ausschlaggebend:

1. Die öffentliche Wahrnehmung von Themen unterliegt Moden ebenso wie Gewöhnungseffekten. Neuheit und Überraschung nutzen sich in der Mediengesellschaft schnell ab. Die Wahrnehmung "normalisiert" sich. Diesen Effekt kann man häufig beobachten. So führt das im Vergleich zum Terrorismus weitaus größere Risiko, Opfer eines Verkehrsunfalls zu werden, keineswegs zu weniger Autofahrten. Stattdessen werden diese Unfälle in den Bereich der Alltagsrisiken eingeordnet und nüchterner gesehen. Sie werden Gegenstand adaptiver Strategien von Autokäufern und Herstellern: Sicherheit wird zum

kaufentscheidenden Feature. Ganz ähnlich in der Tourismusbranche. Sie blieb eine milliardenschwere Industrie. Einige Reiseziele haben zwar an Bedeutung verloren, aber andere haben an Zuspruch gewonnen. Auch Rückkehrbewegungen sind heute keine Ausnahme. So feiert Israel gerade einen Touristen-Boom.

2. Die Wahrnehmung von Risiken und Gefahren ist stark subjektiv geprägt. Anfangs war die Erschütterung über Ereignisse wie in New York, Madrid oder London groß. Wenn der unmittelbare Eindruck aber verblasst, stellt sich mit der Zeit heraus, dass das individuelle Risiko überschaubar bleibt. Dieses Risiko wird dann mit den Kosten möglicher Gegenmaßnahmen neu abgewogen. Dieser Trade Off erfolgt ganz individuell und ist abhängig von den Werten und Interessen, die tangiert werden. Und diese sind in verschiedenen Bevölkerungsgruppen sehr unterschiedlich ausgeprägt. Es macht also einen großen Unterschied, über welche Zielgruppen oder Milieus wir gerade sprechen.

Um die längerfristigen Folgen des (islamistischen) Terrors für das Leben in Europa richtig einzuschätzen, müssen wir die zeitliche und räumliche Distanz zu den jeweils erschütternden Ereignissen ebenso im Auge behalten wie die unterschiedlichen Mind-Sets der direkt oder indirekt betroffenen Menschen und die daraus resultierenden Orientierungen. Sie bestimmen, wie Menschen solche Ereignisse und Themen einordnen und sich mit ihnen auseinandersetzen. Dabei geht es nicht um das Kleinrechnen der Auswirkungen oder das sich Abwenden von der Grausamkeit der Anschläge. Es geht um **strategisches Zukunftsdenken**, das alle brauchen, die im Gefolge solcher Ereignisse Verantwortung tragen und überlegen müssen, was nun zu tun ist.

Wie also könnte es mit dem Terror-Thema weitergehen? Eine naheliegende Hypothese ist, dass der Terror tatsächlich zum Lebens- und Alltagsrisiko wird, das jeder einzelne eben nur begrenzt beherrschen kann. Solcherart Normalisierung lässt in wichtigen Teilen der Bevölkerung allerdings den subjektiv wahrgenommenen Preis für weitere Einschränkungen im Alltag ansteigen. Je stärker diese Einschränkungen individuell gespürt werden, desto stärker wird der Widerstand gegen sie. Dadurch sinkt die faktische Bedeutung des Themas insgesamt ab. Gleichzeitig wächst das Interesse an pragmatischen, überschaubaren und weniger schmerzhaften Maßnahmen zur (echten oder auch nur vermeintlichen) Risikobegrenzung – was so manche Innovation beflügeln wird.

Das sind – zumindest in Europa – schlechte Aussichten für eine konfrontative bzw. demagogische Politik, die Opfer und "hohe Preise" (Kriegskosten, Kontrollkosten, Konsumeinschränkungen etc.) für mehr Sicherheit propagieren will. Denn diese Sicherheit wird von vielen entweder als überflüssig, als Scheinsicherheit oder als zu teuer erkaufte empfunden. Politiker ebenso wie Unternehmen sind deshalb gut beraten, die Risiken des Terrorismus ebensowenig zu unter- wie zu überschätzen, das heißt, nicht zu übertreiben und nicht zu überhastet zu reagieren.

Vielleicht ist es gerade dieser Prozess der Normalisierung im Alltag, der sich noch als größter Feind des Terrorismus entpuppen wird. Schließlich zielt der Terror auf öffentliche Wirkung, in den islamischen Ländern ebenso wie im Westen. Diese öffentliche Wirkung aber ist durch Gewöhnung auf das Äußerste bedroht. Die propagandistischen Waffen des Terrors werden so von Jahr zu Jahr stumpfer, trotz vieler Opfer, die noch zu erwarten sind. Verhindern könnten diesen Effekt nur Massenvernichtungswaffen in den Händen von Terroristen oder eine Politik, die die Eskalationsspirale entschieden antreibt. Das jedoch, dass haben mehrere Wahlen gezeigt, kann die Politiker glatt das Amt kosten.

Um die Effekte von einschneidenden Ereignissen vor dem Hintergrund des langfristigen soziokulturellen Wandels besser einschätzen zu können, nutzt Sinus Sociovision, neben der Beobachtung kurz- und mittelfristig wirkender Trends, das "Futures"-Programm, in dem Szenarien für mögliche Zukünfte entwickelt werden. Hier nehmen wir ganz bewusst die langfristige Perspektive ein und verknüpfen das Szenario-Planning mit unserem soziokulturellen Know how, um für unsere Kunden strategische Optionen für die Zukunft zu entwickeln.

Kontakt: Thomas Perry, Tel. 06221-80 89-0
E-Mail: thomas.perry@sociovision.de

© Sinus Sociovision GmbH 2006