

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 4/2006

INSIGHT

Das Paradies durch Techno-Nature-Alliance?

Es ist wie im Paradies: Technik und Natur stehen sich nicht mehr feindlich gegenüber, sondern sichern als Alliierte dem Menschen ein besseres Leben. Ist das unsere Zukunft?

Seit einiger Zeit beobachten wir in unserer 3SC-Trendforschung das Phänomen, dass Technologie und Natur nicht mehr als Gegensätze verstanden werden. Besonders junge moderne Zielgruppen, wie zum Beispiel das Sinus-Milieu der *Modernen Performer*, gehen heute wie selbstverständlich von gegenseitiger Bereicherung und Optimierung aus.

Die Implementierung von Technologie in den Alltag ist inzwischen so weit fortgeschritten, dass die Grenzen zwischen technologisch und natürlich, zwischen medial vermittelter und unmittelbar erlebter Realität, die Grenzen zwischen Technologie und eigener Körperlichkeit mehr und mehr verschwimmen.

Wenn wir diesen Trend weiterdenken, heißt das: In Zukunft werden mehr und mehr Produkte auf natürlicher Basis mit zusätzlichen technologischen Komponenten (und umgekehrt) entstehen. Nichts wird mehr so belassen und so konsumiert, wie die Natur es vorgibt. Die optimistische Idee der europäischen Aufklärer, dass der Mensch alles erschaffen, gestalten und modifizieren kann, setzt sich durch. Der Blick auf die Natur, und auch auf den Körper als die eigene Natur, wird "kreativer" und ist zunehmend vom Machbarkeitsgedanken geprägt.

Industrial-Nature-Produkte dienen dann dazu, Ansprüche an Funktionalität und sensorische Erfahrbarkeit noch besser zu befriedigen. Die Produkte tragen zu erhöhtem Komfort bei, erweitern die körperlichen Fähigkeiten und unterstützen die eigene Gesunderhaltung – über das "natürliche Maß" hinaus.

Viele Produkte sind bereits heute entsprechend "aufbereitet": Schon das hochglanzlackierte Holzmöbelstück – dem man den Grundstoff nicht mehr ansieht – ist ein Beispiel dafür. Moderne Laminatfußböden sind selbst vom Fachmann kaum vom Parkett zu unterscheiden, aber sie sehen auch nach 10 Jahren Nutzung noch immer wie neu aus. Baumwolle wird durch High

Tech-Beschichtungen gleichzeitig wasserdicht und atmungsaktiv. T-Shirts sondern über lange Zeit Cremes zur Hautpflege ab. Haar-Shampoos werden durch natürliche Fruchtextrikte aufgewertet. Muskelstimulierende Sportbekleidung fördert die Leistungsfähigkeit. Schon heute werden Unterhemden angeboten, die sich selbst erwärmen, Jacken mit USB-Schnittstelle für den MP3-Player, Anzüge mit eingebautem Bluetooth-Headset.

Welche mittel- und langfristigen gesellschaftlichen Folgen lassen sich aus diesem Trend ableiten?

Einige Beispiele:

- Technik wird zunehmend weniger als etwas gesehen, das außerhalb der eigenen Person steht. Der alte Gegensatz zwischen einer kalten und toten Maschine und der warmen Lebendigkeit des Natürlichen verschwindet. Natur und Technik werden immer mehr integriert wahrgenommen, als verbundene Bereiche, die sich wechselseitig ergänzen und verstärken.
- Wissenschaftliche Erkenntnisse über natürliche Vorgänge werden deshalb ohne Skrupel technisch umgesetzt. Der Fortschritt der Technik suggeriert unbegrenzte Möglichkeiten, die Natur zu beherrschen; technologische Risiken werden ausgeblendet, die Gefährdung des Ökosystems Erde gerät aus dem Blick.
- Die derzeit vor allem in ostasiatischen Gesellschaften starke soziokulturelle Strömung *Taste for Technology* wird auch im ökologisch geläuterten Deutschland zu einem dominanten Konsummotiv. Gleichzeitig erfahren heute kontrovers diskutierte Großtechnologien wie Atomkraft, Agrochemie oder Gentechnik unterschwellig wieder einen Akzeptanzzuwachs.
- Die Lebenserwartung steigt, es wird immer mehr alte Menschen geben, die auch in der Öffentlichkeit zunehmend sichtbar sind; diese Älteren, die aktiv am Leben teilnehmen wollen, tun alles, um biologische Alterungsprozesse aufzuhalten. Und sie nutzen alle Möglichkeiten der modernen (Medizin-) Technik, um sich so lange wie möglich fit, gesund und leistungsfähig zu erhalten.
- Ein optimistischer, vom Machbarkeitsdenken geprägter Umgang mit Gesundheitsstörungen lässt sich generell besser vermarkten als die herkömmliche Konfrontation des "Patienten" mit Defiziten im Sinne von Krankheitssymptomen. Deshalb wird das Pharma-Marketing immer mehr schnelle und einfache "Lösungen" anbieten, die das Versprechen beinhalten, Gesundheit und Aktivität zu erhalten bzw. wieder herzustellen.
- Weil jeder Trend einen Gegentrend provoziert, wird die schöne neue Welt der "Techno-Nature-Alliance" aber aufgrund von Sättigungseffekten von bestimmten Gruppen in der Gesellschaft in Frage gestellt. Im Sinus-Milieu® der *Konservativen*, aber auch bei Teilen der *Postmateriellen* und *Etablierten* wird sich ein neuer Purismus entwickeln, der auf die "guten

alten Dinge" setzt (etwa im Sinne des heutigen Manufactum-Angebots). In der Folge werden die industriell genormten "Natur-Blister" in ihrer sozialen Wertigkeit schnell absinken.

Wenn unsere Beobachtungen richtig sind und wir die skizzierten Entwicklungen realistisch sehen – was bedeutet dann die skizzierte Entwicklung für Ihre Branche, für Ihr Unternehmen?

Die Trendforscher von Sinus Sociovision beraten sie gerne und diskutieren mit Ihnen – beispielsweise im Rahmen einer branchenfokussierten Zukunftswerkstatt – Chancen und Risiken.

Autor und Kontakt: Jörg Domhöfer, Tel. 06221-808984, **E-Mail:**
joerg.domhoefer@sociovision.de