

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 5/2006

Insight

Unsere Zukunft ist männlich

Das wahrscheinlichste Szenario für die Zukunft: Klassisch-männliche Werte wie Durchsetzung, Leistung, Macht und Konkurrenz dominieren die Gesellschaft.

Niemand kann die Zukunft vorhersehen. Aber man kann sich mit Hilfe von Szenarien auf mögliche Zukünfte vorbereiten. Der *Futures*-Ansatz von Sinus Sociovision zeigt die Ungewissheiten, Dilemmata und Entscheidungsalternativen auf, vor denen wir heute stehen. Szenarien sind keine Prognosen, sondern analytische Tools, die der praktischen Frage nachgehen: "Was müssen wir heute tun, um für die Zukunft gewappnet zu sein?"

Mit Hilfe der Szenario-Technik haben wir die für unsere Gesellschaft wahrscheinlichsten drei Zukunftsszenarien herausdestilliert und die Welten beschrieben, in denen wir in 15 Jahren leben. Die drei Szenarien haben wir "Wettbewerb", "Harmonie" und "Metamorphosis" genannt. Lassen wir das dritte Szenario, das einen kompletten Paradigmenwechsel bringt, einmal beiseite. "Wettbewerb" beschreibt eine eindeutig von "männlichen" Werten und Vorstellungen dominierte Zukunft, während das "Harmonie"-Szenario sich stärker an klassisch "weiblichen" Prinzipien wie Solidarität, Balance und Bewahren orientiert:

Als Folge der Globalisierung und der neuen Medien wird die Kluft zwischen Gewinnern und Verlierern, zwischen Arm und Reich in unserer Gesellschaft immer größer. Die Menschen werden sich dagegen auflehnen und ein Umdenken in Wirtschaft und Politik bewirken. Das Streben nach Harmonie, Gleichgewicht, Gerechtigkeit und Ausgleich wird stärker. Politik und Wirtschaft werden nicht mehr Wachstum um jeden Preis anstreben. Gesellschaftliche Macht wird immer mit sozialer Verantwortung verbunden sein.

Dieses "weibliche" Szenario ist nach unseren aktuellen Forschungsergebnissen am beliebtesten (Bevölkerung ab 14 Jahren – Repräsentativbefragung 2005). Die Mehrheit glaubt aber, dass sich unsere Gesellschaft in eine andere Richtung entwickelt und fürchtet, dass das "Wettbewerb"-Szenario Wirklichkeit wird:

Die Menschen werden in Zukunft noch mehr nach Leistung und Erfolg streben. Jeder wird versuchen, das Beste aus seinen Möglichkeiten zu machen. Wer seine eigenen Interessen verfolgt, dient so am meisten dem Wohl des Ganzen. Die Politik wird der Wirtschaft noch mehr Gestaltungsspielraum geben. Sie wird den freien Wettbewerb fördern, weil nur freie Märkte wirklich fair sind. Die Globalisierung wird weiter voranschreiten. Alles wird privatisiert. Was funktioniert, ist gut, nur Resultate zählen.

Auf Achievement und Power kommt es also künftig an. Auch soziokulturelle Trends wie Starke Reize, Technik-Faszination, Selbstverwirklichung und Body-Tuning gewinnen an Bedeutung. Werte wie Chancengleichheit, Nachhaltigkeit, Vertrauen und Miteinander werden unwichtiger. Das Wettbewerbsprinzip, jeder gegen jeden, spornt alle zu Höchstleistungen an. Und wir müssen uns damit abfinden, dass es klare Gewinner und Verlierer gibt: "the winner takes it all". Wettbewerb gilt nicht nur im Geschäftsleben, sondern überall in der Gesellschaft. Jeder ist angehalten sich selbst optimal zu vermarkten. Risikobereitschaft wird zu einer Tugend, denn Herausforderungen gehören zum Leben. Flexibilität, d. h. strategischer Opportunismus, und Pioniergeist sind die Leitmotive der Zukunft. Das Streben nach Sicherheit und Geborgenheit wird altmodisch.

Also ein durch und durch "männliches" Szenario. Viele Sprichwörter aus unserer dunklen patriarchalischen Vergangenheit fallen uns dazu ein:

- *Jeder ist sich selbst der Nächste*
- *Wer nicht wagt, der nicht gewinnt*
- *Je mehr, desto besser*
- *Wo gehobelt wird, da fallen Späne*

Stellen wir uns darauf ein: das "Rat Race" ist eröffnet. Und nicht wenige werden auf der Strecke bleiben. Für uns alle bringt "Wettbewerb" ein Leben unter erhöhter Anspannung – für viele bedroht von Abstiegsängsten. Diese Veränderungen treten nicht nur in den unterschichtigen Milieus auf, sondern betreffen die breite Mitte der Gesellschaft.

Auch der Druck auf die gut situierten Milieus wird sich erhöhen. Weibliche Tugenden und Errungenschaften der Emanzipation, wie sie beispielsweise von den *Postmateriellen* gelebt werden, sind in dieser Zukunft keine Leitwerte mehr. Das hat Folgen für die Gesellschaft und für die Unternehmen.

Zu fragen ist: Welche Milieus werden in einer solchen Zukunft am besten zurecht kommen? Wie müssen politische und wirtschaftliche Eliten handeln, um in einer solchen Welt erfolgreich zu sein? Wie werden die Konsumenten der Zukunft auf Produkte und Marken reagieren? Welche Rolle spielt Corpo-

rate Social Responsibility? Welche Mitarbeiter muss ein Unternehmen haben, um die eigene Zukunft erfolgreich zu gestalten?

Die Antworten auf diese Fragen geben Einblicke in die Lebenswelten und damit das Business-Umfeld von morgen, und sie zeigen, wie unterschiedliche Zielgruppen vor dem Hintergrund für sie jeweils günstiger oder ungünstiger Bedingungen in Zukunft reagieren werden.

Gott sei Dank ist das alles nur ein Zukunfts-Szenario!

Wenn Sie dennoch etwas beunruhigt sind, rufen Sie uns an. Wir helfen Ihnen gerne bei der Gestaltung Ihrer Zukunft!

Autorin und Kontakt: Kerstin Klaer, Tel. 06221-808916, **E-Mail**
kerstin.klaer@sociovision.de

© Sinus Sociovision GmbH 2006