

Pragmatismus und Bodenständigkeit liegen voll im Trend

Was die Zukunft bringt, Teil 2: Heidelberger Forscher sieht das Ende der Individualisierung – Junge schätzen Familie und Freundeskreis

Von Alexander R. Wenisch

Heidelberg. Michael Schipperges hat keine Glaskugel. „Woher soll ich wissen, was die Zukunft bringt“, gibt er unumwunden zu. Understatement. Der Heidelberger Trendforscher weiß natürlich, wie sich die Gesellschaft verändern. Das ist sein Fach seit 30 Jahren – und seine Glaskugel ist ein Rückspiegel. Aus den Beobachtungen der zurückliegenden Jahre liest er die Trends für die Zukunft ab. Und da sieht Schipperges vor allem eines: Die neue Bodenständigkeit.

„Re-Grounding“ nennt er diesen Trend der jungen Generation. In den Augen des 48-jährigen Forschers „eine interessante Rückwärtsbewegung“. Wer heute jünger ist als 35, nähert sich den Werten der Nachkriegsgeneration an. Mehr Erdung, mehr soziales Engagement, mehr Wert auf Familie – und damit eine deutliche Abkehr von den Idealen der Elterngeneration der 68er.

„Der Trend zur Individualisierung ist vorbei“, sagt Schipperges. Das Jahr 2001 markiert einen Umbruch. Die Anschläge des 11. September tragen da einen Teil zu

bei, aber auch der Zusammenbruch der New Economy. „Damit waren die wilden 90er vorbei“, sagt der Forscher. Aber auch die Idee des „anything goes“ zerschmetterte an der Realität.

Mit diesem Bild im Rückspiegel gestaltet die jüngere Generation ihre Zukunft. Ernsthafter soll es zugehen. Das individuelle Glück liegt nicht mehr in dem als übersteigert empfundenen Bedürfnis, alles ausprobieren zu müssen. Die Jüngeren gehen pragmatischer vor. Persönliche Beziehungen werden als wichtig bewertet; die Familie und ein stabiler Freundeskreis werden geschätzt. Der Unterschied zu den Werten der Nachkriegsgenerationen ist hier ein gradueller: Die Rolle der Frau beispielsweise als Hausfrau und Mutter wird als konservativ empfunden und abgelehnt.

Hinzu kommt das Ende universaler Ideologien, an denen sich noch die Eltern orientiert hatten. „In einer immer komplexer werdenden Welt glaubt niemand mehr, das Große und Ganze beeinflussen zu können“, sagt Schipperges. Daher liegt der Fokus auf dem persönlichen Umfeld, das man gestalten kann. Mao, Le-

nin, Castro? Haben ausgedient. Als Vorbilder für die Jungen taugen sie nicht mehr, weil die Geschichte auch die Schattenseite der Ideologien lehrt. Die heutigen Vorbilder sind weniger Wegweiser, mehr Leuchttürme, beschreibt der Forscher. Keiner, der sagt wo es lang geht. Leuchttürme sind herausragende Pole deren Lebensentwürfe Orientierung geben. Auch hier: Pragmatismus.

Eine Entwicklung, die sich nach Ansicht des Heidelberger Trendforschers beispielhaft im Konsum widerspiegelt. Die Bereitschaft Geld auszugeben, sinkt seit Jahren. Das hat konjunkturelle, aber auch soziokulturelle Gründe. Für die junge Generation wird Konsum immer gewöhnlicher – und gleichzeitig entwickelt sich immer stärker auch ein kritisches Verhältnis. Was Werbung verspricht, hält kaum noch jemand für bare Münze. Die „Geiz-ist-geil-Mentalität“ entspringt insofern keiner Knauserigkeit, sondern eher der Auffassung: „Ich bin informiert und lasse mir mein Geld nicht unnötig aus der Tasche ziehen“, sagt Schipperges.



Vielleicht ein Leuchtturm: Familie Graf-Agassi. Foto: dpa

Info: www.sinus-sociovision.de