

Deutschland 2010: Gleichermaßen Konsum- und Leistungsgesellschaft

BRITISH-AMERICAN TOBACCO VERÖFFENTLICHT NEUE ZUKUNFTSSTUDIE DES FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUTS

Auf dem Weg in das dritte Jahrtausend ist das Wohlstands- und Wohlfahrtsland Deutschland gefordert wie nie zuvor. Die Balance zwischen wirtschaftlichen Leistungen und sozialen Wohltaten gerät ins Wanken. Es zeichnet sich ein Ende der Arbeitsgesellschaft ab, an die nur mehr ein Viertel (24%) der Bevölkerung in Deutschland glaubt. Auch vom Leitbild „Industriegesellschaft“ ist lediglich jeder dritte Bundesbürger (34%) überzeugt. Für die Mehrheit der Deutschen gibt es hingegen nur mehr zwei treffende Begriffe zur Beschreibung der gesellschaftlichen Wirklichkeit: Deutschland ist und bleibt gleichermaßen eine Leistungsgesellschaft (60%) und eine Konsumgesellschaft (56%). Dies zeigen aktuelle Repräsentativbefragungen des Freizeit-Forschungsinstituts der British-American Tobacco, die jetzt in einem umfassenden Zukunftsreport DEUTSCHLAND 2010 in Hamburg vorgestellt wurden.

In der subjektiven Einschätzung des beschleunigten gesellschaftlichen Wandels hält die Bevölkerung mehr von Wirklichkeitssinn als von Wunschdenken. Sinkende Realeinkommen haben den Glauben an weitere Wohlstandssteigerung erschüttert: Nur mehr 31 Prozent der Bevölkerung sind der Auffassung, daß wir noch in einer Überflußgesellschaft leben. Und von der Realität einer neuen Informationsgesellschaft ist gar nur jeder siebte Bundesbürger (15%) überzeugt.

„Die Zukunft in Deutschland hat einen neuen Namen: Leistungsgesellschaft“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Autor der B-A-T Zukunftsstudie. „Die Bevölkerung hat offenbar ein Gespür dafür, was im Berufsleben genauso zählt wie im privaten Bereich: Anerkennung verdient, wer im Leben etwas leistet.“ Offen bleibt lediglich die Frage: Leistung - wofür? In der Arbeit, beim Sport oder als soziales Engagement? Dazu Opaschowski weiter: „Die traditionellen Gegenwelten Arbeit und Freizeit werden immer mehr durch die Spannungspole Leistung und Lebenslust ersetzt. Der Lebenssinn muß in Zukunft neu definiert werden. Arbeit ohne Lust und Freizeit ohne Leistung kann der Mensch auf Dauer nicht ertragen.“

Insbesondere die junge Generation befindet sich auf dem Wege zu einer neuen Lebensbalance: Leistung und Lebensgenuß sind für sie keine Gegensätze mehr.

Herausgeber

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH
Alsterufer 4
20354 Hamburg

Wissenschaftlicher Leiter

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

Kontakt

Dr. Ulrich Reinhardt
Telefon (040) 4151-2448
www.bat.de
freizeitforschung@bat.de

Im Zeitvergleich der Jahre 1986, 1992 und 1996 ist erkennbar, daß Leistung und Lebensgenuß von den 18- bis 29jährigen immer gleichgewichtiger beurteilt werden. Beide Bereiche haben ihren Alternativ- oder gar ihren Konfrontationscharakter verloren. Die befürchtete Leistungsverweigerung findet nicht statt.

ARBEITSWELT 2010: WANDEL IM KARRIEREBEWUßTSEIN

Die Quantität, also die Arbeitsdauer, steht nicht mehr im Brennpunkt des Lebensinteresses. Der Ruf nach kürzerer Arbeitszeit ist immer weniger laut vernehmbar. Die Arbeitsfreude hat sich mittlerweile zum wichtigsten Motivationsfaktor entwickelt, d.h. die Arbeit „muß“ Abwechslung, Herausforderung und Erfolgserlebnisse bieten. Die Menschen wünschen sich immer das, was sie noch nicht haben bzw. subjektiv als Defizit empfinden. Wenn die Arbeitnehmer derzeit so laut nach einer Arbeit rufen, die Spaß macht und Sinn hat, weist dies auf ein qualitativ verändertes Anspruchsniveau der Arbeitnehmerschaft hin. Unternehmen und Unternehmer müssen umdenken. Eine Arbeit, die Spaß macht, ist wichtiger (1996: 70%) als ein höheres Einkommen (45%) oder zusätzliche Leistungsprämien (34%). Und sinnvolle Arbeitsinhalte (51%) haben eine größere Bedeutung als Status und Karriere im Beruf (34%).

Zugleich wandelt sich das Karrierebewußtsein. Die jungen Karrieristen entdecken die Lust am ganzen Leben. Sie leben nicht mehr vom Job und für die Karriere allein. Für zwei Drittel der jungen Generation heißt berufliche Karriere in erster Line „eine Arbeit haben, die Spaß macht“ (67%). Hingegen interessieren Führungspositionen nur am Rande (20%). Die meisten jungen Leute, die Karriere machen wollen, fragen danach, wie sie ihre „eigenen beruflichen Vorstellungen verwirklichen können“ (59%). Sie fragen nach persönlichen Entfaltungsmöglichkeiten im Beruf, nach mehr Freiräumen für das eigene Gestalten und nach dem, was ihnen die Arbeit persönlich bringt.

Allerdings: Der Ausverkauf der Arbeit droht. Bis zum Jahr 2010 werden Wochenendarbeiten, Jahresarbeitszeitmodelle und Wahlarbeitszeiten zunehmen. Als Tendenz zeichnet sich ab: Die künftigen Arbeitnehmer werden immer mehr zu Beschäftigten auf Zeit, die kein Wir-Gefühl mehr entwickeln können. Unterbeschäftigte werden in Zukunft unter der gesellschaftlichen Norm und dem öffentlichen Leitbild der Vollbeschäftigung spürbar zu leiden haben, wenn es bis dahin nicht gelingt, „Arbeit“, „Tätigkeit“ und „Beschäftigung“ neu zu definieren. Andernfalls müßten die Betroffenen mit der Einschätzung leben, minderbezahlt, minderqualifiziert oder gar minderwertig zu sein, was erheblichen sozialen Konfliktstoff birgt.



Nach Meinung der Bevölkerung soll trotz kürzerer Lebensarbeitszeit (bei gleichzeitig höherer Lebenserwartung) die Leistungsgesellschaft in Zukunft unter allen Umständen erhalten bleiben. Denn ein Leben ohne Herausforderung kann der Mensch auf Dauer nicht ertragen. Politik und Gesellschaft müssen über neue Beschäftigungsformen mit Ernst- und Sinncharakter nachdenken und den einzelnen Bürger auch mehr fordern und fördern, d.h. ihm sowohl mehr soziale Verantwortung zurückgeben als auch seine sozialen Leistungen entsprechend anerkennen.

KONSUMWELT 2010: VOM VERSORGUNGS- ZUM ERLEBNISKONSUM

Im Jahre 2010 werden die Bundesbürger im Durchschnitt mehr als 1.000 Mark für die Freizeit zur Verfügung haben. Dabei gleichen sich die monatlichen Freizeitaufwendungen der West- und Ostdeutschen immer mehr an, wenn auch die Gleichheit der Lebensverhältnisse in Ost (950 DM) und West (1.150 DM) auf sich warten läßt.

Wohlstand und Wertewandel in den 70er bis 90er Jahren haben eine Verschiebung in den Konsumprioritäten der Deutschen bewirkt: Konsumerlebnisse werden bedeutsamer als Konsumgüter. Die Konsumenten kaufen zunehmend Erlebnisse und Gefühle und nicht nur Produkte oder Waren. Das Erlebnis triumphiert über die Bedarfsdeckung. Ausgehen wird so wichtig wie Wohnen und die Urlaubsreise so unverzichtbar wie die Kleidung.

Viele Märkte werden 2010 ihre Sättigungsphase erreichen. Die Werbung greift zunehmend auf Erlebnisstrategien zurück, um die Einkaufslust der Konsumenten zusätzlich anzuregen. So wird es künftig mehr Erlebnis- als Versorgungskonsumenten geben. Dann heißt es Abschied nehmen von der Nachkriegsgeneration. Geld verdienen und Geld ausgeben sind nur noch auf ein Ziel gerichtet: Ein schönes Leben haben wollen.

Der Erlebniskonsum wird zur gespaltenen Persönlichkeit, der das Einsparen ebenso beherrscht wie das Verschwenden. Subjektiv gesehen kennt Erlebniskonsum keine Rezession. Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten will die Wohlstandsgeneration auf Erlebnisse nicht verzichten.

MEDIENWELT 2010: MEHR TUN IN GLEICHER ZEIT

Die Informationsgesellschaft läßt weiter auf sich warten: Im Jahr 2000 wird sich jeder fünfte Bundesbürger nach Feierabend mit dem PC beschäftigen, ein Jahr-



zehnt später werden es maximal 40 Prozent sein. Die meisten Bundesbürger (60%) machen also auch im Jahr 2010 in ihrem Privatleben vom PC keinen Gebrauch. Als Arbeitnehmer „müssen“ sie den PC nutzen, als Konsumenten finden sie TV und Video, Radio und CD, Zeitung und Telefon attraktiver. Wenn neue Medien hinzukommen, werden nicht alte Medien aufgegeben. Ganz im Gegenteil: Im Vergleich zu 1996 (34%) werden auch im Jahr 2010 (ca. 38%) mindestens genausoviel Bücher gelesen.

Doch der Tag hat auch in Zukunft nur 24 Stunden. In gleicher Zeit muß also mehr „erledigt“ - mehr gelesen, mehr Radio gehört und mehr ferngesehen werden. Dies hat zur Folge: Für „eine“ Sache bleibt immer weniger Zeit. Der gehetzte Konsument lebt zunehmend nach der Devise „Mehr tun in gleicher Zeit“. Die alte Lebensregel „Eine Sache zu einer Zeit“ wird bis zum Jahr 2010 in Vergessenheit geraten, so wie heute das Aus-dem-Fenster-Schauen zum Relikt vergangener Zeit geworden ist.

SPORTWELT 2010: DAS ERLEBNIS WIRD WICHTIGER ALS DAS ERGEBNIS

Für die Zukunft zeichnet sich ab: Aktivsportler werden zur Minderheit. Noch 1987 bezeichneten sich 21 Prozent der westdeutschen Bevölkerung als Aktivsportler, die regelmäßig mindestens einmal pro Woche Sport trieben. Im Jahr 2000 wird der Anteil der Aktivsportler bei 17 Prozent liegen und im Jahr 2010 vermutlich auf einen Wert von neun Prozent sinken. Auch in Zukunft treiben die Deutschen Sport - aber mäßig und nicht mehr regelmäßig.

Die Zahl der Mitglieder in westdeutschen Sportvereinen wird zunehmend kleiner. Als Sportvereinsmitglieder bezeichneten sich 1990 29 Prozent und 1996 25 Prozent der Bevölkerung. Wenn diese Entwicklung so anhält, werden im Jahr 2010 nur mehr 20 Prozent der Westdeutschen Mitglied in einem Sportverein sein. Vor allem die Jugend steigt aus. Die Entwicklung kann dramatische Formen annehmen: Der Anteil der jugendlichen Sportvereinsmitglieder kann zwischen 1990 und 2010 von 52 auf 25 Prozent sinken. Das käme einer Halbierung der jugendlichen Mitgliederzahlen innerhalb von 20 Jahren gleich.

Für Sportinteressierte wird es immer schwieriger, bei einer Aktivität zu verweilen. Denn der Kanon attraktiver Freizeitbeschäftigungen explodiert: In den sechziger Jahren gab es etwa 30 Sportarten, heute sind es über 240. Die neuen Freizeitsportarten eignen sich kaum mehr als Anreiz für den Wettkampf- und Leistungssport im Verein. Professor Opaschowski: „Der Sportler von morgen ist mal Fan, mal Freak, mal Allrounder oder Outdoorer, sehr trend- und modebe-



weiß und immer mit dem richtigen Feeling für Spaß und Abenteuer, Fun und Thrill.“

KULTURWELT 2010: ZWISCHEN BOOM UND BUSINESS

Der Kulturbereich geht einer expansiven Zukunft entgegen. Denn noch nie hat es eine Generation gegeben, die mit soviel Zeit und Bildung aufgewachsen ist. Der Anteil der Kulturinteressenten kann sich bis zum Jahr 2010 fast verdoppeln. Für die Zukunft zeichnet sich tendenziell eine Interessenverlagerung vom Sport zur Kultur ab. Das Interesse am Zuschauen bei Sportveranstaltungen ist stagnierend (1986: 9% - 1996: 8%), während gleichzeitig der Besuch kultureller Veranstaltungen immer attraktiver wird. Der Anteil der Westdeutschen, die regelmäßig (= mindestens einmal in der Woche) Opern-, Konzert-, Theater-, Museums- oder Kunstaustellungsbesuche machen, hat sich zwischen 1986 und 1996 mehr als verdoppelt (1986: 5% - 1996: 12%). Verstärkend kommen Kultur-Events hinzu: Theaterfestivals, Open-air-Konzerte, Kultur- und Städtereisen.

SOZIALWELT 2010: MEHR FREIHEITSLIEBE ALS PFLICHTGEFÜHL

In Zukunft ist mehr Individualisierung als Organisation gefragt. Die Flucht aus den Institutionen erscheint unaufhaltsam. Allein zwischen 1990 und 1996 stieg der Anteil der Westdeutschen, die nicht mehr Mitglied in einen Verein oder einer Organisation sind, von 38 auf 45 Prozent. Im Jahr 2010 wird die Mehrheit der Deutschen „freiwillig“ keine Organisationsbindung mehr eingehen.

Was sich Mitte der achtziger Jahre als Tendenz abzeichnete, wird zunehmend Wirklichkeit. Immer mehr junge Leute im Alter von 14 bis 34 Jahren finden ihre persönlichen Freizeitinteressen im Bereich von Sport, Hobbies und Urlaubsreisen „wichtiger als Heiraten und eine Familie gründen“ (1985: 39% - 1988: 43% - 1994: 46%). Im Jahr 2010 werden die meisten jungen Deutschen (etwa 58%) die Auffassung vertreten: Man kann auch ohne Kinder und Familie glücklich leben. Eine Prognose des B·A·T Instituts bereits aus dem Jahre 1981 wird immer wahrscheinlicher: „Die Gefahr einer tendenziell kinderlosen Freizeitkultur zeichnet sich für die Zukunft ab.“

Familiengründung und Kinderwunsch treten zunehmend mit Konsum und Freizeit in Konkurrenz. „Auf den Attraktivitätsverlust von Ehe und Familie üben mittlerweile Freizeitinteressen einen größeren Einfluß aus als berufliche Interessen“, so Professor Opaschowski in dem B·A·T Zukunftsreport. „Die Angst vor



dem 'Karriereknick' ist oft nur vorgeschoben." Als Hauptgrund, warum Menschen nicht heiraten und eine Familie gründen wollen, geben die Befragten an: „Sie wollen ihre Freizeit genießen und auf nichts verzichten“.

AUSBLICK: LEBENSINN JENSEITS DER ARBEIT FINDEN

Soziale Gerechtigkeit muß in Zukunft in doppelter Weise definiert werden. Die Jüngeren denken mehr an die Erhaltung des Lebensstandards, die Älteren mehr an die Sicherung der Renten. Beide wollen am Wohlstand teilhaben und nicht ausgeschlossen werden. Das Ausgeschlossensein von der wohlhabenden Mehrheit wird subjektiv als Armut empfunden. Keine Generation will zu den Sozialabsteigern gehören. Infolgedessen werden sich im Jahre 2010 drei Viertel der deutschen Bevölkerung um die Erhaltung des Lebensstandards Sorge machen. Und für etwa 90 Prozent der Bevölkerung ist dann die Rentensicherung „das“ Thema.

In Zukunft kann es zu einem wachsenden Wohlstandsgefälle mit sozialem Zündstoff kommen. Unter die Armutsgrenze geraten zunehmend mehr junge Menschen sowie Alleinerziehende und Alleinstehende ohne familiäre Beziehung. Ursachen für die wachsende Verarmung sind nicht nur Arbeitslosigkeit, Trennung oder Scheidung, sondern auch private Verschuldung für Konsumzwecke. In den vergangenen zehn Jahren hat sich bereits die private Verschuldung nahezu verdoppelt.

Im Jahr 2010 stellt die Arbeit - auch in Folge zunehmender Lebenserwartung - nicht einmal mehr das halbe Leben dar. Die nachberufliche Lebensphase kann zur „Neuen Sozialen Frage“ des 21. Jahrhunderts werden. Wie sich die kürzer werdende Lebensarbeitszeit auf Lebenssinn und Lebensziele auswirkt, wird zu einer zentralen gesellschaftspolitischen Problem- und Fragestellung der Zukunft. Lebenssinn kann und darf nicht mehr nur in der bezahlten Arbeit gefunden werden, sondern muß auch durch unentgeltliche Tätigkeit, die dem Menschen und der Gemeinschaft dient, möglich sein: Von der Kindererziehung in der Familie bis zur freiwilligen sozialen Arbeit in Nachbarschaft oder Verein.

Die Bevölkerung hat die Hoffnung, daß im Jahr 2010 - auch jenseits der Erwerbsarbeit - Lebenssinn möglich ist: Zwischen sozialen Kontakten und sozialem Engagement. Familie (45%), Freunde (39%), Ehrenamt (11%) und soziales Engagement (12%) werden neben Sport, Hobby und Reisen als künftige Lebensinhalte genannt. Damit ist der Wunsch verbunden, mehr Zeit für sich und mehr Zeit mit anderen und für andere zu finden.



In Politik und Gesellschaft wurde bisher weitgehend die Auffassung vertreten, die Erwerbsarbeit als Zentrum des Lebens könne durch nichts Gleichwertiges ausgeglichen werden. Die Studie „Deutschland 2010“ weist jedoch nach, daß sich die Bevölkerung sehr wohl vorstellen kann, Lebenserfüllung auch im arbeitsfreien Teil des Lebens zu finden: Eine Umbewertung des Lebenssinns zeichnet sich für die Zukunft ab. Lebenssinn jenseits der Arbeit kann auch heißen, in außerberuflichen Tätigkeiten das zu suchen, was viele Menschen in der Erwerbstätigkeit nicht mehr finden können: Sinnbezug, Selbstdarstellung und Erfolgserlebnisse.

DEUTSCHLAND 2010: DAS BUCH ÜBER DIE ZUKUNFT UNSERER GESELLSCHAFT

„Deutschland 2010“ ist ein wissenschaftlicher Report, der Wege in die Zukunft weist - kein Trendbericht über Kurzlebiges oder Modisches. Der Übergang in das dritte Jahrtausend bringt tiefgreifende Veränderungen und Verunsicherungen mit sich. Entscheidungsträger in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sind aufgerufen, für die Erhaltung und Sicherung unserer Lebensqualität Sorge zu tragen.

Seit einem Vierteljahrhundert beobachtet und studiert der Autor, Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, die Lebensgewohnheiten der Deutschen. Seine aktuellen Analysen stoßen seither auf ein starkes Interesse in der Fach- und Medienwelt. Gemeinsam mit dem B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut begab er sich erstmals vor einem Jahrzehnt mit den Veröffentlichungen „Wie leben wir nach dem Jahr 2000?“ (1987) und „Wie arbeiten wir nach dem Jahr 2000?“ (1989) auf ein neues Terrain: Situationsanalysen wurden um Zukunftsperspektiven erweitert. Nicht spekulativ, sondern realistisch. Basierend auf empirischen Erhebungen.

Nun nähert er sich 2010. Engagiert und pointiert. Wiederum anhand gesicherter empirischer Daten. Ohne Phantasterei, aber mit genügend sozialer Phantasie, um sich verantwortlich Gedanken zur Zukunft unserer Gesellschaft zu machen.



Im Rahmen ihres gesellschaftspolitischen Engagements unterstützt British-American Tobacco (Germany) GmbH die Veröffentlichung dieser Zukunftsstudie, die Antworten auf die Frage gibt: Wie werden - ja, wie wollen wir in Zukunft leben? Die Zukunftsstudie von Prof. Dr. Horst W. Opaschowski: „Deutschland 2010. Wie wir morgen leben - Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft“ ist ab sofort im Buchhandel erhältlich, (Preis: DM 49,80, ISBN-Nr. 3-616-06870-3).

