

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 201 | 28. Jahrg. | 20. November 2007 | Seite 1

BAT Stiftung für Zukunftsfragen veröffentlicht erste internationale Repräsentativstudie über die Ängste, Hoffnungen und Wertevorstellungen der Europäer

Globalisierung: Zwischen Aufbruchstimmung und Angstgefühlen

Die Ungarn und die Deutschen fühlen sich als Verlierer, die Finnen als Gewinner

Globalisierung ist ein Schlüsselwort des 21. Jahrhunderts geworden. Wer sind die Gewinner, wer die Verlierer einer globalisierten Welt? Der Begriff Globalisierung löst bei den Menschen in Europa höchst widersprüchliche Gefühle aus: Ein Drittel der Europäer sieht sich als Gewinner (33%) dieser Entwicklung; Jeder dritte Europäer empfindet die Globalisierung geradezu als Befreiung aus allzu engen und längst überholten Grenzen. Aufbruchstimmung auf dem Weg in eine lebenswerte Zukunft ist angesagt. Jeder fünfte Bürger sieht dagegen als Verlierer (21%). Nur in einem sind sich alle Europäer einig: Der Prozess der Globalisierung ist nicht mehr aufzuhalten und schon gar nicht zurückzudrehen. Dies geht aus den Ergebnissen der 1. Europastudie hervor, in der die BAT STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN repräsentativ 11.000 Personen ab 14 Jahren in neun Ländern (Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Russland, Schweiz und Ungarn) nach ihren Zukunftshoffnungen und -ängsten befragt hat.

Innerhalb der einzelnen europäischen Staaten werden die Auswirkungen der Globalisierung höchst unterschiedlich gesehen: Über die Hälfte der Finnen (51%) zählt sich zu den Gewinnern. Ähnlich positiv blicken die Belgier (43%), Schweizer (43%) und Briten (39%) in die Zukunft. Und auch bei den Franzosen (37%), Italienern (25%) und Russen (24%) sind die Hoffnungen, von der Globalisierung profitieren zu können, größer als die Ängste. Anders sieht es dagegen bei den Ungarn und den Deutschen aus. In beiden Ländern glaubt nicht einmal jeder Fünfte (jeweils 19%) an positive Auswirkungen auf das zukünftige Leben. „In beiden Ländern ist offensichtlich nicht die Globalisierung das Problem, sondern der Grad der Ungleichheit und die subjektiv wahrgenommene ungerechte Verteilung der Früchte der Globalisierung zwischen Gewinnern und Verlierern“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Wissenschaftliche Leiter der Hamburger Stiftung. „Die Bürger haben Zweifel, ob die Verteilung sozial gerecht und fair ist.“

Herausgeber
Stiftung für Zukunftsfragen
Alsterufer 4
20354 Hamburg
Telefon (040) 41 51 - 2448
Telefax (040) 41 51 - 2091
zukunftsfragen@bat.de
www.bat.de

Wissenschaftlicher Leiter
Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

Redaktion
Dr. Ulrich Reinhardt

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 201 | 28. Jahrg. | 20. November 2007 | Seite 2

GESUNDHEIT. FAMILIE. FREUNDSCHAFT. LEBENSQUALITÄT IN EUROPA

Die beständigste und nachhaltigste Zukunftssicherung für alle Europäer ist, so weist die Studie nach, zweifellos die Lebensqualitätssicherung. Zu einem glücklichen Leben gehören in erster Linie die eigene Gesundheit (95%), die Familie (90%) und die Freunde (88%) – etwas nachgeordnet folgen Partnerschaft (78%), Natur, Bildung und Arbeit (jeweils 76%). Konsummöglichkeiten und Freizeit (jeweils 65%) werden nur noch von zwei Dritteln der Befragten als wichtig erachtet. Religion als Indiz für persönliches Wohlbefinden wird lediglich von einem Drittel (30%) genannt, selbst Sport (39%) erfreut sich einer größeren Beliebtheit.

Der Projektleiter der neuen Europastudie, Dr. Ulrich Reinhardt, ermittelte innerhalb der befragten Länder große Abweichungen:

- *Den Russen sind die Familie, Konsum und Geld besonders wichtig.* Russland ist das einzige Land, bei dem die Familie (90%) an erster Stelle genannt wird und auch Konsummöglichkeiten (74%) liegen deutlich über dem Durchschnittswert. Dagegen erhalten Freundschaften (68%), die Bildung (62%) oder die Natur (48%) die vergleichsweise geringste Zustimmung.
- *Italiener sind Kulturliebhaber und stehen zu ihrem Glauben.* In Italien spielen Kultur (76%) und Religion (48%) im Vergleich zu den übrigen Ländern eine überdurchschnittliche Rolle, dagegen haben Freizeit (51%) und Konsummöglichkeiten (53%) eine unterdurchschnittliche Relevanz.
- *Die Briten legen Wert auf ein lebenslanges Lernen.* Die Bewohner des Vereinigten Königreiches nennen von allen Befragten am häufigsten die Bildung (86%) als Garanten für die Zukunft.
- *Die Finnen sind Naturliebhaber.* Neben Natur (91%) nennen sie als besondere Lebensqualität: Freizeit (85%) und Sport (71%), Freundschaften (94%) und Partnerschaften (84%).
- *Für die Deutschen zählt Gesundheit (98%) zur wichtigsten Lebensqualität.* Dagegen liegen sie bei der Einschätzung von Familie, Kultur und Religion jeweils an letzter Stelle aller befragten Nationen.
- *Die Ungarn melden Nachholbedarf am Konsumieren an.* In keinem anderen Land spielen Konsummöglichkeiten (84%) eine größere Rolle.
- *Schweizer setzen auf Partnerschaft.* Die Schweizer nennen insgesamt eine unterdurchschnittliche Anzahl von zukünftigen Lebensqualitätsmerkmalen – vielleicht auch, weil vieles schon heute vorhanden ist. Bei der Partnerschaft

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 201 | 28. Jahrg. | 20. November 2007 | Seite 3

(83%) liegen sie über dem Durchschnitt, während die Konsummöglichkeiten bei den Eidgenossen die geringste Zustimmung finden.

- *Franzosen wünschen sich von allem etwas.* Die Franzosen nennen die meisten Nennungen aller befragten Personen. Besonders die Familie (95%) und die Kultur (75%) zählen für sie zur Lebensqualität.
- *Belgier legen besonderen Wert auf Konsummöglichkeiten (76%).* In keinem anderen Land ist zudem der Wert für die Familie höher als in Belgien (95%).

Die Europäer wollen nicht zwangsläufig ihren Lebensstandard verbessern, sondern ihre Lebensqualität. Sie wollen Antworten auf die Frage haben, wofür sie leben. Die Befragten sind sich einig, die eigene Gesundheit ist „die“ Voraussetzung für Lebensqualität. In fast allen Ländern folgen dann die Familie und die Freunde auf den nächsten Plätzen. Dr. Ulrich Reinhardt: „Neben der Gesundheit setzen sich sozialorientierte Lebensbereiche durch. Arbeit, Konsum oder Freizeit stellen dagegen zunehmend Bereiche des Lebens dar, die zwar zum Leben dazu gehören, aber nicht mehr im Mittelpunkt stehen“.

KRIMINALITÄT. AGGRESSIVITÄT. ZU WENIG EHRlichkeit. DIE ZUKUNFTSSORGEN DER EUROPÄER

Kriminalität ist *das* ungelöste Problem in Europa. Zwei Drittel (66%) der Befragten von Helsinki bis Rom, von Moskau bis Zürich und von Berlin bis London nennen – mit Abstand – die Angst um die eigene Sicherheit als größte Zukunftssorge. Die meisten Sorgen der Menschen konzentrieren sich dabei auf die Frage nach dem zwischenmenschlichen Umgang, die mit einem befürchteten Wohlstandsverlust einhergeht. Neben der Furcht vor Verbrechen geben die zunehmende Aggressivität (51%), die abnehmende Ehrlichkeit (41%), Egoismus (38%) oder Intoleranz (37%) Anlass zur Sorge. Die Folge können Vereinsamung (29%) oder soziale Ausgrenzung (27%) sein, wodurch soziale Konflikte fast vorprogrammiert sind. Das gesamte soziale Netz, das die Menschen verbindet, zusammenhält und auffängt, ist in Frage gestellt.

Im Nationenvergleich nennen die Einwohner unterschiedliche Ängste:

- *Kriminalität* wird in der Schweiz (80%) am häufigsten, in Frankreich am seltensten genannt (49%).
- *Intoleranz* erhält dagegen in Frankreich den höchsten (58%), in Russland den niedrigsten Wert (15%).

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 201 | 28. Jahrg. | 20. November 2007 | Seite 4

- Auch *Ausländerfeindlichkeit* ist in Russland selten ein Thema (8%), dafür in der Schweiz besonders oft (44%).
- *Soziale Konflikte* werden in Deutschland doppelt so häufig genannt (42%) wie in Italien (21%).
- *Neid* ist in Belgien (39%) deutlich mehr ein Thema als im Vereinigten Königreich (15%).
- *Kinderfeindlichkeit* ist in Ungarn (15%) selten von Relevanz, in Deutschland dagegen oft (40%).
- *Oberflächlichkeit* als Zukunftssorge äußern mehrheitlich die Finnen (53%) und nur eine Minderheit der Briten (18%).

Der soziale Zusammenhalt als zentrale Ressource jeder Gesellschaft ist in Gefahr. An seine Stelle tritt eine Ansammlung einzelner Individuen, deren Verhalten von kurzfristigen Kosten-Nutzen-Rechnungen bestimmt sind und von der Frage geleitet sind: Was bringt mir das? Jede Gesellschaft braucht ein Mindestmaß an Solidarität und Zusammengehörigkeit, aber Voraussetzung für Gemeinschaft ist, dass die Menschen miteinander verbunden sind und sich für einander verantwortlich fühlen. Reinhardt: „Im gleichen Maße wie der Wunsch nach Gemeinschaft, Solidarität und Geborgenheit wächst, nehmen auch die Schwierigkeit zu, diese Sehnsüchte zu verwirklichen. Hier sind alle gefordert und aufgefordert. Die Politik kann nur Rahmenbedingen stellen, die Umsetzung liegt bei den Menschen“.

FREUNDSCHAFT. GERECHTIGKEIT. VERLÄSSLICHKEIT. DIE ZUKUNFTSWERTE DER EUROPÄER

Die Europäer sind sich ihrer Ängste ebenso bewusst, wie auch den Ansätzen zur Lösung. Es zeichnet sich daher ein Wertewandel mit positiver Grundrichtung ab: Im Zentrum stehen prosoziale Werte, die auf ein glückliches Zusammenleben der Menschen ausgerichtet sind. Hierzu zählen Freundschaft (65%), soziale Gerechtigkeit (60%) und Verlässlichkeit (59%). Aber auch Liebe (58%), Hilfsbereitschaft (55%), Freiheit (53%) oder Freundlichkeit (50) finden die Zustimmung der Mehrheit der Befragten. Etwas nachgeordnet folgen Loyalität (48%), Pflichtbewusstsein und soziale Verantwortung (jeweils 46%) als Antworten auf die Frage, welche Werte den Befragten persönlich besonders wichtig sind.

Beim Ländervergleich der Antworten zeigen sich unterschiedliche Bedürfnisse nach Werten. So liegen die Nennungen für Hilfsbereitschaft, Pflichtbewusstsein

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 201 | 28. Jahrg. | 20. November 2007 | Seite 5

und Verlässlichkeit nirgendwo höher als in Deutschland. In Großbritannien werden dagegen vor allem Freundlichkeit, Loyalität und soziale Verantwortung gefordert. In der Schweiz Liebe und Verantwortung oder in Finnland Freiheit und soziale Gerechtigkeit. Professor Opaschowski: „Die Europäer wollen ein schnelles Ende der drohenden sozialen Erosion. Sie sind durchaus zu einer moralischen Erneuerung bereit. Die Untersuchungen in den neun europäischen Ländern haben gezeigt, dass sich für die Zukunft eine Renaissance des Vertrauens abzeichnet. Die Zuversicht der Bürger nimmt wieder zu. Das Zeitalter der Egoisten nähert sich langsam seinem Ende. Und an die Stelle von Beliebigkeit kann wieder Verlässlichkeit treten.“

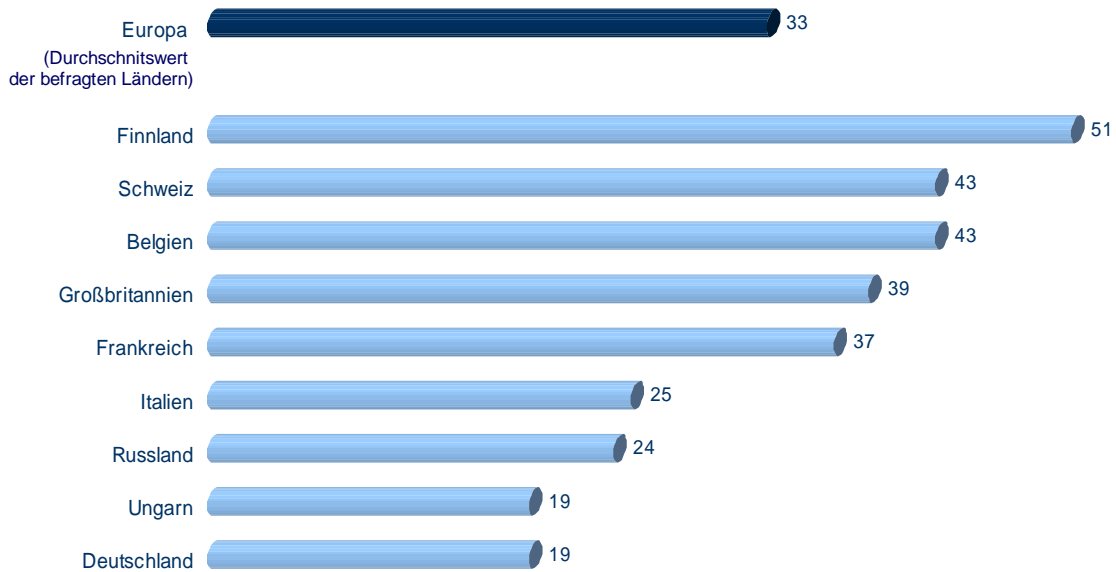
Forschungsinformationen:

Befragte Nationen:	Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Russland, Schweiz, Ungarn.
Stichprobengröße:	Insgesamt 11.000 Personen ab 14 Jahren
Methode:	Repräsentative Face-to-Face-Befragung
Befragungszeitraum:	14. September bis 26. November 2007
Publikation:	Eine ausführliche Publikation zur Studie wird Anfang 2008 veröffentlicht. Informationen unter www.bat.de .

Globalisierung: Zwischen Aufbruchstimmung und Angstgefühlen

Die Ungarn und Deutschen fühlen sich als Verlierer, die Finnen als Gewinner

Von je 100 Befragten sehen sich als *Gewinner der zukünftigen gesellschaftlichen Herausforderungen*, die Auswirkungen auf die ganz persönlichen Lebens-, Arbeits- und Wohlstandsbedingungen haben:



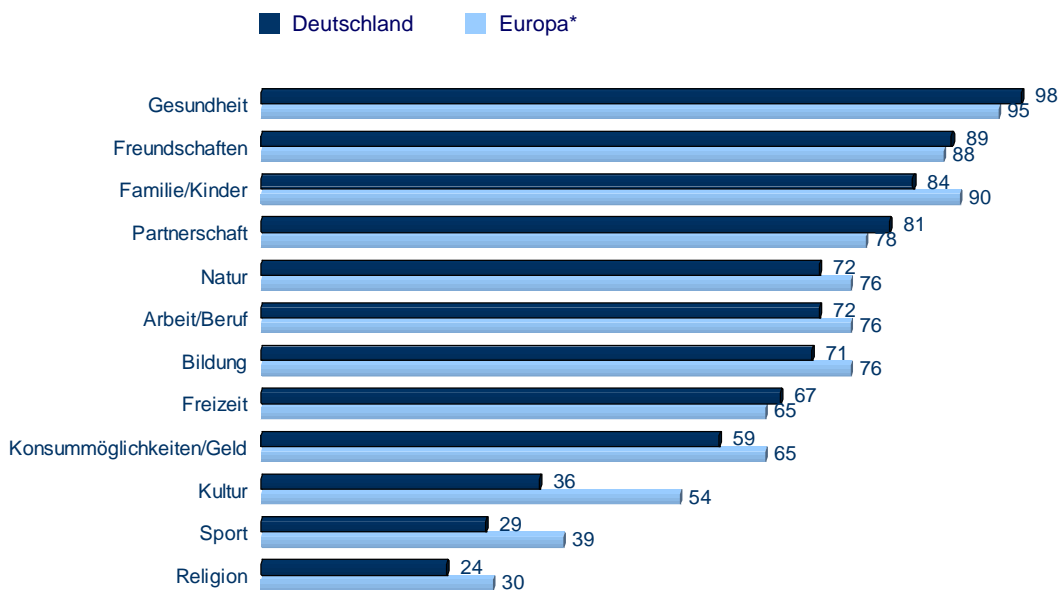
STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN / British American Tobacco 2007

Repräsentativbefragung von 11.000 Personen ab 14 Jahren in Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Russland, Schweiz & Ungarn

Gesundheit. Freundschaft. Familie.

Die Lebensqualität der Deutschen

Von je 100 Befragten nennen als wichtige Faktoren für die Lebensqualität und das persönliche Wohlbefinden:



* Durchschnittswert der neun befragten Länder

STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN / British American Tobacco 2007

Repräsentativbefragung von 11.000 Personen ab 14 Jahren in Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Russland, Schweiz & Ungarn

Kriminalität: Die größte Sorge der Europäer

Frage: „Viele Menschen machen sich Gedanken über die weitere Zukunft. Welche der folgenden Probleme machen Ihnen persönlich am meisten Sorgen, wenn Sie an die Zukunft denken?“

Angaben in %

Zukunftssorgen	Europa	Belgien	Deutschland	Finnland	Frankreich	GB	Italien	Russland	Schweiz	Ungarn
Kriminalität	66	67	71	63	49	71	66	62	80	63
Aggressivität	51	66	59	38	55	44	34	40	65	59
Weniger Ehrlichkeit	41	45	38	43	47	39	42	32	36	43
Soziale Kälte/Herzlosigkeit	38	37	58	49	44	28	24	27	42	34
Egoismus	38	47	44	48	43	26	37	25	40	29
Intoleranz	37	45	39	45	58	34	26	15	44	23
Stress/Hektik	34	40	38	43	40	28	28	9	54	32
Gleichgültigkeit/Oberflächlichkeit	34	31	45	53	39	18	26	29	32	32
Soziale Konflikte	33	35	42	28	41	35	21	21	37	35
Kinderfeindlichkeit	30	26	40	30	39	27	29	27	37	15
Weniger Hilfsbereitschaft	29	25	40	43	28	31	21	22	33	16
Vereinzelung/Vereinsamung	29	31	27	37	38	19	29	20	29	28
Ausländerfeindlichkeit	28	35	35	30	40	25	14	8	44	22
Neid	27	39	31	29	23	15	27	25	32	26
Isolierung/Soziale Ausgrenzung	27	31	32	45	44	17	20	5	29	20
Materialistische Lebenseinstellung	27	25	29	36	25	22	16	19	24	42
Perspektivlosigkeit	26	18	32	20	23	15	21	25	24	55
Generationskonflikt	19	19	19	18	28	25	9	17	21	16
Langweile	13	15	10	15	18	16	8	8	16	8
Weniger Ehrenamt/Freiwilligkeit	11	13	11	17	16	12	5	6	13	7

STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN / British American Tobacco 2007

Repräsentativbefragung von 11.000 Personen ab 14 Jahren in Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Russland, Schweiz & Ungarn

Freundschaft. Soziale Gerechtigkeit. Verlässlichkeit. Die Zukunftswerte der Europäer

Frage: „Wenn Sie an die Zukunft denken: Welche der folgenden Werte halten Sie dann persönlich für besonders wichtig?“

Angaben in %

Zukunftswerte	Europa	Belgien	Deutschland	Finnland	Frankreich	GB	Italien	Russland	Schweiz	Ungarn
Freundschaft	65	71	75	64	64	72	52	42	87	61
Soziale Gerechtigkeit	60	62	72	73	52	56	52	38	68	63
Verlässlichkeit	59	70	78	77	33	60	28	49	64	71
Liebe/Zärtlichkeit	58	69	66	60	65	51	45	46	78	45
Hilfsbereitschaft	55	48	70	62	56	57	38	40	63	58
Freiheit	53	59	57	71	56	57	32	27	71	46
Freundlichkeit	50	60	59	63	44	64	24	20	66	47
Loyalität	48	54	47	56	57	66	33	9	60	47
Pflichtbewusstsein	46	52	62	50	40	42	23	38	54	57
Soziale Verantwortung/ soziale Verpflichtung	46	52	54	55	40	59	36	21	57	41

STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN / British American Tobacco 2007

Repräsentativbefragung von 11.000 Personen ab 14 Jahren in Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Russland, Schweiz & Ungarn