

HOFFNUNG

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

Schlechte Nachrichten, Tag für Tag. Das Bombardement mit bad news über Kindesmissbrauch, Klimawandel, Jugendgewalt, Wirtschaftskrise, Pandemieängste und Terror verunsichert. Der Ausgang der Krisen ist ungewiss. Zuversicht wird in Zeiten wie diesen schnell zur Mangelware.

Haben wir noch Träume – eine Utopie für eine bessere Welt? Haben wir noch Hoffnung auf eine bessere Zukunft? Welches sind unsere konkreten Hoffnungen? Wer sind unsere Hoffnungsträger? Gerade jetzt bräuchten die Menschen Hoffnung, sagt der Managementprofessor und Psychoanalytiker Manfred Kets de Vries von der Business School Insead in Paris. Er fordert Politiker und Manager auf, mehr Hoffnung zu verbreiten.

Die psychologische Forschung sieht Hoffnung als einen der wichtigsten Faktoren für Wohlbefinden, Erfolg und Resilienz. Hoffnungsvolle Menschen sind selbstbewusster, konzentrierter und achtsamer als hoffnungsarme Menschen. Hoffnung hilft, schwierige Situationen und Lebensprüfungen zu überstehen. Hoffnung ist immer intentional – sie richtet sich prinzipiell in die Zukunft, deren Komplexität sie reduziert.

In einer Pilotstudie zum Jahreswechsel 2009 / 2010 haben wir «Hoffnung» und prinzipielle Einstellungen zur Zukunft für das Jahr 2010 in der Deutschschweiz empirisch untersucht:

An unserer Internet-Umfrage im November 2009 haben 2'734 Personen teilgenommen: «Hoffnung» ist für über 80% ein wichtiges Thema. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Resultate des Forschungsberichtes

steht im Zentrum dieses Bulletins. Sie wird ergänzt durch Interviews mit verschiedenen Persönlichkeiten zum Thema Hoffnung und mit einer Inhaltsanalyse der medialisierten Hoffnungen.

Diese Pilotstudie soll theoretische und analytische Grundlagen für Folge- und Vertiefungsstudien zur Hoffnungsforschung schaffen und sinnvolle Auswertungsmöglichkeiten testen. Die Realisierung wurde dank der Unterstützung durch weiterdenken.ch – your partner for future, hope & responsibility (Basel), durch die Schweizerische Akademie der Sozial- und Geisteswissenschaften (Bern) und die Stiftung für Bildung und Forschung (Zürich) ermöglicht.

Dr. Andreas M. Walker
Co-Präsident swissfuture

Francis Müller
Redaktor swissfuture

Auf alle Fälle führt die Hoffnung weiter als die Furcht. (Ernst Jünger)



Es kommt darauf an, das Hoffen zu lernen.
(Ernst Bloch)

SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: REGULA STÄMPFLI

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Gabriel Marcel nannte «Hoffnung» eine schöne Erinnerung an die Zukunft. Ich finde, das passt perfekt.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Grosse Menschen sind die, die anderen Hoffnung geben. Als Wissenschaftlerin bin ich knallharte Realistin, weder voller noch ohne Hoffnung. Als Mensch hingegen lasse ich mir die Wende zum Guten nie nehmen, selbst wenn alles aussichtslos erscheint.

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Sehr viel positive Energie, zumal ich das «Hoffen» nicht als passives «Wünsch-Dir-Was», sondern als Aufforderung zur Veränderung und Gestaltung sehe.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Dass mein Flug nach Athen nicht annulliert wird – was denn auch nicht passierte.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Ja, weil das Wetter besser wurde.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Da ich eben Hoffnungen eher als Möglichkeiten, Strategien und Visionen sehe, sind nicht erfüllte Hoffnungen schlicht eine Gestaltungsmöglichkeit weniger, aber nicht so schlimm. Wenn indessen eine Regierung in Europa oder in den USA gewählt wird, von welcher ich wirklich nicht hoffte, dass dies passiert, schleppe ich schon eine Woche Depression und dann Wut mit mir rum. Dann geht es besser.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Dass der Reality-Check, der uns bei der Finanzkrise versprochen wurde, endlich Einzug hält. Und dass ich endlich bei Sloterdijks «Philosophischem Quartett» eingeladen werde – das hätte eigentlich schon längst passieren müssen....Was noch? Ach ja: Weltfrieden, Klimaschutz, Armut und Hunger aus der Welt schaffen... Doch manche Hoffnungen sind schlicht zu naiv, um geäussert zu werden. Selbst wenn sie selbstverständlich immer noch vorhanden sind!

Regula Stämpfli

Dr. phil. Regula Stämpfli ist Politologin, Dozentin und Autorin (www.regulastaempfli.ch). Sie war einst Co-Präsidentin von swissfuture.

| INHALT |

1	Editorial
2	Sieben Fragen zur Hoffnung: Regula Stämpfli
4	Hoffnung 2010 – Eine empirische Studie über Zukunftshoffnung in der Schweiz Andreas M. Walker
17	Sieben Fragen zur Hoffnung: Pfarrer Sieber
18	Hoffnung und Massenmedien Francis Müller
24	Sieben Fragen zur Hoffnung: Pius Knüsel
25	Sieben Fragen zur Hoffnung: Debora Biffi
26	Sieben Fragen zur Hoffnung: Beda Stadler
27	Die Prophetie der Unternehmen Joël Luc Cachelin
31	Sieben Fragen zur Hoffnung: Jeroen von Rooijen
32	Sieben Fragen zur Hoffnung: Luzius Martin
33	Sieben Fragen zur Hoffnung: Corinne Parrat
34	Zeitzeugen: Wir waren zukunftsorientiert und etwas ungeduldig Interview mit Gerhard Kocher
38	Veranstaltungen
39	Studien und Publikationen
40	Zukünfte als Geschichte Daniel Stanislaus Martel
41	Sieben Fragen zur Hoffnung: Klaus Tischhauser

HOFFNUNG 2010 – EINE EMPIRISCHE STUDIE ÜBER ZUKUNFTSHOFFNUNG IN DER SCHWEIZ

Ist «Hoffnung» in der modernen Schweiz überhaupt ein Thema? Wirkt das Image des US-amerikanischen Präsidenten Barack Obama als globaler Hoffnungsträger und Friedensnobelpreisträger auch in der Schweiz? Von wem erhoffen wir uns Lösungen für die anstehenden Wirtschaftsprobleme? Hoffen Männer und Frauen, Junioren und Senioren, Angestellte und Manager verschieden? Diesen und ähnlichen Fragen ist swissfuture in einer Internet-Umfrage zur Jahreswende 2009/10 nachgegangen, an der über 2'700 Personen teilgenommen haben.

Dr. Andreas M. Walker

1. Was ist Hoffnung?

«Hoffnung» ist eigentlich ein vager Begriff, er wird in Umgangssprache und Medien häufig und in sehr allgemeiner Form verwendet. Das Duden-Bedeutungswörterbuch definiert Hoffnung als Vertrauen in die Zukunft, als Erwartung, dass etwas Gewünschtes geschehen wird. In der deutschen und englischen Fachliteratur¹ existiert eine Vielfalt an Definitionen:

Hoffnung ist

- ein positiver Begriff,
- auf eine bessere Zukunft ausgerichtet,
- in der Vorstellung des Hoffenden unbedingt realistisch – auch wenn die Eintreffenswahrscheinlichkeit gering ist, sehr grosse Anstrengungen erfordert oder Hilfe von aussen nötig ist.

Unterschiede bestehen,

- ob Hoffnung eher eine passive Haltung ist, die auf positive Veränderungen von aussen wartet, oder ob Hoffnung die Quelle eigener grosser Anstrengungen sein soll,
- ob diese Hoffnung auf Hilfe bzw. auf Verbesserung von aussen von menschlichen Autoritätspersonen erwartet wird, oder von einer transzendenten Macht, wobei hier eine grosse Bandbreite bezüglich der Qualität dieser Mächte besteht: Vom Glaubensverständnis der alten Religionen an personifizierte Götter bis zu erstaunlich konkreten Erwartungen an

abstrakte Konzepte wie Schicksal, Vorhersehung, Gerechtigkeit, Natur oder die Zukunft an und für sich.

Gegenüber dem modernen, ökonomisch geprägten Konzept der Werte kannten die alten Kulturen das Konzept der Tugenden^{II}: Hoffnung gilt seit 2'000 Jahren als eine der drei christlichen Tugenden^{III}. Hoffnung war im Mittelalter eine der zwölf Rittertugenden. Hoffnung zählte aber nicht zu den antiken Kardinaltugenden und auch nicht zu den bürgerlichen oder preussischen Tugenden. Als Alternative zur Beschreibung des Phänomens Hoffnung über den Weg der Definition bietet sich der Weg des Vergleiches von Redensarten an. Diese sind der Bevölkerung geläufiger und zeigen die Breite der Verständnisse von Hoffnung auf. Dabei zeigen sich vier Kategorien von Hoffnungsverständnis:

- Hoffnung ist eine Illusion und führt zu sinnlosen Enttäuschungen
- Nicht Angst, sondern Hoffnung ist eine Tugend, diese gründet im religiösen Vertrauen auf eine gute höhere Macht
- Nicht die Hoffnung auf eine bessere Zukunft, sondern das Ertragen der Gegenwart ist der Sinn menschlichen Lebens
- Hoffnung ist eine personale Selbst- und notwendige Lebenskompetenz zur Stärkung des «Ich».

2. Zur Methodik der Internet-Umfrage Hoffnung 2010

Forschungsteam:

Ein fünfköpfiges, transdisziplinäres Forschungsteam analysierte im Herbst 2009 das Thema, entwickelte eine Internet-gestützte Umfrage und führte diese im November 2009 durch. Im Winter 2010 wertete das Team die Daten im Detail aus:

- Dr. phil. Andreas M. Walker, Forschungsleiter, Humangeograf und Historiker, Co-Präsident von swissfuture, Gründer von weiterdenken.ch, Vater von vier Kindern und verheiratet
- Francis Müller, Religionssoziologe MA, Journalist, Dozent an der Zürcher Hochschule der Künste für Soziologie und Ethnografie, Vorstandsmitglied und Chefredaktor von swissfuture, Single
- Dr. med. Markus Merz, Psychoanalytiker, Kinder- und Jugendpsychiater FMH, Vater von fünf Kindern und verheiratet
- Markus Baumgartner, Medienspezialist, Vater von zwei Kindern und verheiratet
- Dr. oec. publ. Stephan Nüesch, Lehrbeauftragter Universität Zürich, Post Doc Institut für Strategie und Unternehmensökonomik, verheiratet, ohne Kinder.

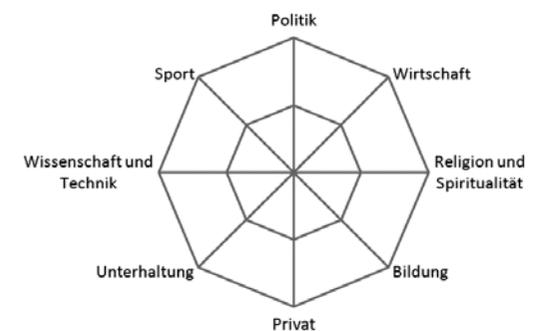
Aktuelle Studien zu Zukunftsängsten

Empirische Studien zur Hoffnung auf der Grundlage breit abgestützter Meinungsumfragen im deutschsprachigen Raum sind nicht bekannt. Demgegenüber bestehen aber einige bekannte Umfragen, die vom Konzept der Zukunftsängste und Zukunfts-sorgen ausgehen. In der Schweiz werden jährlich ein Sorgenbarometer und ein Angstbarometer erhoben. In Deutschland werden unter anderem ein Sorgenbarometer und «Die Ängste der Deutschen» erhoben. Diese Studien, die alle auf repräsentativen Meinungsumfragen basieren, ergeben kein deckungsgleiches Bild zu den Zukunftsängsten in der Schweiz bzw. in Deutschland:

Schweiz	Schweiz
Angstbarometer	Sorgenbarometer
2009	2009
gfs-zürich ^v	gfs.bern
Aduno Gruppe	Credit Suisse ^v
1. Luftverschmutzung / Klimaveränderung	1. Arbeitslosigkeit
2. Egoismus der Menschen	2. Gesundheitswesen
3. Kriminalität	3. Altersvorsorge
4. Steigende Abhängigkeit der Wirtschaft	4. Soziale Sicherheit
5. Zukunft der Kinder	5. Finanzkrise
6. Sittenzerfall	6. Wirtschaftskrise
Deutschland	Deutschland
stern-Sorgenbarometer	Ängste der Deutschen
2009	2009
stern ^{vi}	R+V ^{vii}
1. Angst vor ausufernden Staatsschulden	1. Schlechtere Wirtschaftslage
2. Furcht vor steigender Arbeitslosigkeit	2. Höhere Arbeitslosigkeit in Deutschland
3. Sorge um den Zustand der Umwelt	3. Steigende Lebenshaltungskosten
4. Lage der Renten	4. Naturkatastrophen
5. Sorge, dass unsere Politiker mit den Problemen überfordert sein könnten	5. Pflegefall im Alter
6. Preise bzw. Lebenshaltungskosten könnten steigen	6. Überforderung der Politiker

Entwicklung von Fragebogen und Analyse

Um der Komplexität des Phänomens Hoffnung gerecht zu werden, wurde auf der Grundlage soziologischer Differenzierungstheorien ein Gedankenmodell entwickelt, das auf acht Hoffnungsfeldern aufbaut. Hoffnungsbedürfnisse und -kompetenzen werden innerhalb dieser acht Hoffnungs-felder positioniert:



Die Umfrage besteht aus zwölf Fragen:

1. Wie wichtig ist Hoffnung für Ihr Leben?
2. Wer sind Ihre grössten Hoffnungsträger für das Jahr 2010?
3. Welches sind Ihre grössten Hoffnungen für 2010?
4. Wessen Aufgabe ist es, in schwierigen Zeiten Hoffnung zu verbreiten?
5. Was machen Sie selbst, damit sich Ihre Hoffnungen erfüllen?
6. Wie häufig gehen Ihre Hoffnungen in Erfüllung?
7. Was tun Sie, wenn sich Ihre Hoffnungen nicht erfüllen?
8. Welche Zitate entsprechen am ehesten Ihrem Verständnis von Hoffnung?
9. An welchen Orten empfinden Sie am ehesten ein Gefühl der Hoffnung?
10. Welche Erfahrungen stärken Sie in Ihrer Hoffnung am meisten?
11. Welche historischen Persönlichkeiten vermitteln Ihnen am meisten Hoffnung?
12. Auf welche Zeithorizonte erstrecken sich Ihre Hoffnungen meistens?

Im Multiple Choice-Verfahren konnten Antworten gewählt werden, die im Herbst 2009 in einem dreistufigen Pre-Test mit über 100 Pre-Testern zusammen entwickelt wurden. Die möglichen Antworten orientierten sich dabei an den acht Hoffnungsfeldern. Dabei wurden die Antworten mit Hilfe von soziodemografischen Merkmalen und 52 einzelnen Indikatoren analysiert:

1. Gesamtanalyse (Sample von total 2'654 auswertbaren Personen)
2. Männer und Frauen
3. Altersstruktur
4. Haushaltstyp
5. Bildungsabschluss
6. Wirtschaftliche Position
7. Haushaltseinkommen
8. Religionszugehörigkeit

Repräsentativität

Das Ziel einer Umfrage besteht darin, repräsentative Aussagen machen zu können. Aber nur eine obligatorische Vollerhebung kann wirklich repräsentativ sein. Die letzte Vollerhebung in der Schweiz war die eidgenössische Volkszählung 2000, die nächste wird die eidgenössische Volkszählung 2010

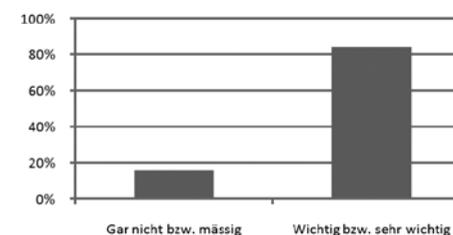
sein. Jede Umfrage ist nur bezüglich bestimmter definierter Parameter im Rahmen eines Modells repräsentativ.

Die Annäherung an die Repräsentativität der Studie «Hoffnung 2010» wurde wie folgt vorgenommen:

- Eine Internet-Umfrage setzt einen Internet-Anschluss voraus, ähnlich wie eine telefonische Umfrage auf dem Prinzip der eindeutigen und bekannten Festnetzanschlüsse gründet. 2'735 Personen haben im November 2009 an der Internet-Umfrage teilgenommen, 2'654 Fragebogen waren korrekt und von schweizerischen Teilnehmenden ausgefüllt worden. Dies ist für eine Internet-Umfrage ein grosses Sample. Individuelle Abweichungen werden so geglättet.
- Eine freiwillige thematische Umfrage fokussiert auf Teilnehmende, die am Thema interessiert sind. Um einer verzerrenden Auswahl der Teilnehmenden vorzubeugen, konnte www.20minuten.ch, das meist frequentierte Schweizer Nachrichtenportal als Online-Medienpartner gewonnen werden. www.seniorweb.ch agierte als Medienpartner, um über 65-Jährige erreichen zu können. Ebenso wurde die Mitgliederbasis von www.swissfuture.ch und die beiden Social Networks XING und facebook aktiv genutzt, um die Vielfalt der Teilnehmenden und die Repräsentativität gegenüber der Gesamtpopulation zu steigern.
- «Geschlecht», «Altersstruktur», «Haushaltstyp» und «Religionszugehörigkeit» wurden als demografische Parameter für eine korrigierende Modellrechnung ausgewählt, da hier gute und relativ aktuelle Vergleichszahlen vorliegen. Mit Hilfe dieses Modells wurde die Differenz zwischen dem tatsächlichen Anteil der Teilnehmenden und dem Bevölkerungsanteil gemäss Grundlagen des Bundesamtes für Statistik korrigiert, so dass für diese Parameter eine intakte Repräsentativität besteht.
- Aufgrund der deutschen Sprache fokussiert die Studie auf die Deutschschweiz.

3. Ergebnisse

Frage 1: Wie wichtig ist Hoffnung für Ihr Leben?

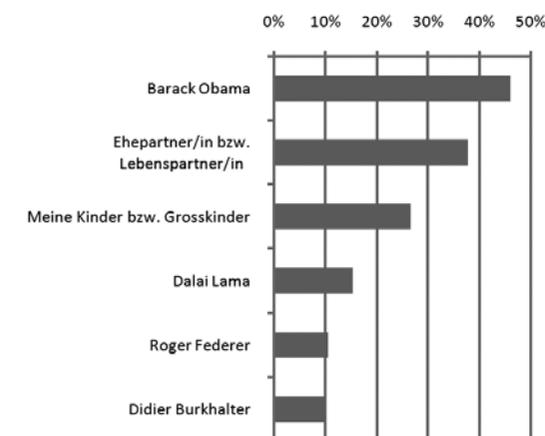


Am Anfang dieser Studie stand die Frage, ob ein altertümlicher, nur vage definierter Begriff wie «Hoffnung» in der heutigen Zeit von Ökonomie, Technik und Virtualität, in der die rationalistische Aufklärung in Bildung, Argumentation und offiziellem Weltbild einen wichtigen Platz einnimmt, überhaupt noch eine Relevanz habe. Die hohe Anzahl an Teilnehmenden sowie die Beantwortung der ersten Frage «Wie wichtig ist Hoffnung für Ihr Leben?» zeigen in deutlicher Weise, dass «Hoffnung» aktuell und wichtig ist. Für 84% der Teilnehmenden ist Hoffnung wichtig oder sogar sehr wichtig, nur für 16% ist Hoffnung gar nicht bzw. nur mässig wichtig. Bei der Analyse fällt auf, dass bei sämtlichen Bevölkerungsgruppen der Anteil «wichtig bzw. sehr wichtig» grösser als 80% ist. Innerhalb dieser klaren übergeordneten Aussage lässt sich im Detail sagen:

- Für Frauen ist Hoffnung wichtiger als für Männer
- Die Wichtigkeit der Hoffnung nimmt zu,
 - je älter jemand ist,
 - je mehr jemand verdient,
 - je höher jemand erfolgreich in der beruflichen Karriere gestiegen ist,
 - je mehr jemand religiöse und spirituelle Praktiken pflegt,
 - je mehr jemand den Eindruck hat, dass seine Hoffnungen auch tatsächlich in Erfüllung gehen. Doch sogar für die Gruppe, deren Hoffnungen «gar nie oder selten» in Erfüllung gehen, ist noch für 69% der Antwortenden Hoffnung «wichtig bzw. sehr wichtig».

Frage 2: Wer sind Ihre drei grössten Hoffnungsträger für das Jahr 2010?

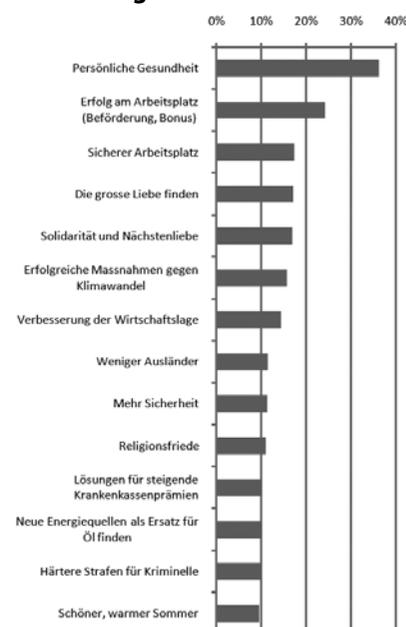
Die Frage «Wer sind Ihre drei grössten Hoffnungsträger für das Jahr 2010?» wurde überraschend deutlich beantwortet:



Beinahe die Hälfte der Teilnehmenden wählten Barack Obama aus den vorgegebenen Namen. Die zweit- und dritthäufigsten Hoffnungsträger sind die Lebenspartner und die eigenen Kinder, diese wurden von mindestens 25% genannt. Erstaunlicherweise wurden der tibetanische Führer Dalai Lama und der Spitzensportler Roger Federer auf den folgenden Rangierungen häufiger genannt als die Schweizer Bundesräte oder als die christlichen religiösen Führungspersonen. Auffällig ist auch, dass die (männlichen) Spitzenpolitiker weit vor den Wirtschaftsführern rangieren und dass (mit Ausnahme der Familienangehörigen) männliche Hoffnungsträger viel häufiger als weibliche Hoffnungsträgerinnen genannt wurden. Barack Obama erhielt in 43 von 52 analysierten Kategorien über 40% der Nennungen. Nur in den neun (sehr unterschiedlichen) Kategorien «Paar mit Kindern», «Paar mit gemeinsamem Haushalt», «20 – 39-Jährige», «keiner Glaubens- und Religionsgemeinschaft angehörig», «Freikirche», «spirituell», «Familienarbeit», «Geschäftsleitungsmitglied», «Unternehmer» wurde Barack Obama deutlich auf den 2. oder 3. Rang verwiesen – im Abtausch mit den beiden anderen Spitzennennungen «Ehepartner/in bzw. Lebenspartner/in» und «Meine Kinder bzw. Grosskinder». Die prominente Platzierung der Familienangehörigen

deckt sich mit der aktuellen Studie des Beobachters, dass «Familie» gegenwärtig der zweitwichtigste Wert in der Schweiz ist.^{VIII} Männliche Teilnehmende haben fast ausschliesslich Männer genannt. Die weiblichen Hoffnungsträgerinnen wurden zu 2/3 von Frauen und nur zu 1/3 von Männern genannt. Im relativen Vergleich haben deutlich mehr Frauen Barack Obama, ihre Ehe-/ Lebenspartner, ihre Kinder, Dalai Lama und die weiblichen Spitzenpolitikerinnen genannt: Dagegen haben Männer eher männliche Wirtschaftsvertreter, Sportler und Schweizer Politiker als Hoffnungsträger bezeichnet. Sportler und Vertreter der Unterhaltungsbranche wurden primär von Jüngeren genannt. Bei der Analyse der Bildungsabschlüsse fällt auf, dass mit steigendem Bildungsniveau die Hoffnungserwartungen an die Ehe-/Lebenspartner/in steigt (nur 39% mit Berufsschulabschluss aber 50% mit Hochschulabschluss). Analysiert nach wirtschaftlicher Position fällt auf, dass Geschäftsleitungsmitglieder (57%) und Unternehmer (47%) an erster Stelle Ehepartner/in bzw. Lebenspartner/in nennen und Barack Obama (40%) nach den eigenen Kindern (41% bzw. 47%) auf den 3. Platz zurückfällt. Die Bedeutung des Ehe-/Lebenspartners korreliert mit dem Bildungsabschluss. Nur 39% der Abgänger mit Berufslehre, aber 50% der Universitätsabsolventen nannten den Ehe-/Lebenspartner als wichtigen Hoffnungsträger.

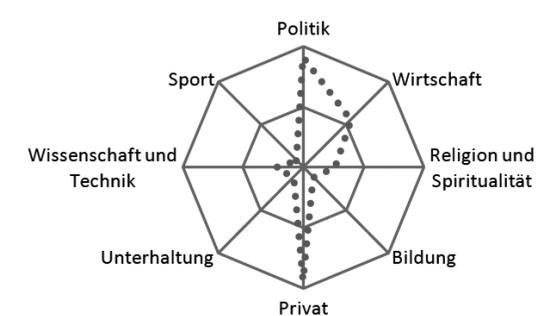
Frage 3: Welches sind Ihre drei grössten Hoffnungen für 2010?



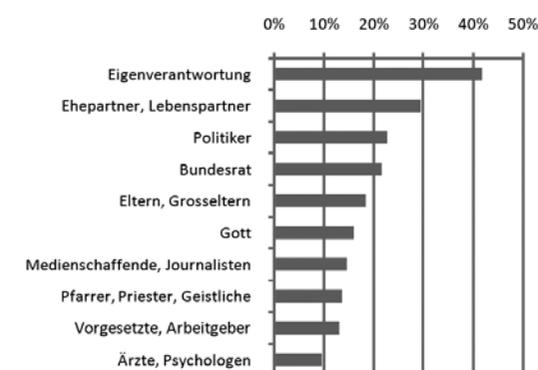
Für 36% der Befragten ist die persönliche Gesundheit die grösste Hoffnung für 2010. Dies deckt sich mit der Wertestudie 2010 des Beobachters, bei der Gesundheit der wichtigste Wert der Schweizer ist. Frauen sind tendenziell gesundheitsorientierter. Die Hoffnung auf persönliche Gesundheit korreliert zudem mit dem Alter: Nur 24% der 19-Jährigen, aber 49% der über 65-Jährigen nannten diese Hoffnung. Mit Erfolg (27% Nennungen) und Sicherheit (17% Nennungen) am Arbeitsplatz sowie Verbesserung der Wirtschaftslage (14%) folgen ökonomische Hoffnungen auf den Plätzen zwei, drei und sieben. Die Hoffnung auf eine Verbesserung der Wirtschaftslage wurde häufiger von Frauen (20%) als von Männern (13%) genannt. Frauen hoffen dabei eher auf einen sicheren Arbeitsplatz als Männer (24% gegenüber 15%), Männer eher auf Erfolg am Arbeitsplatz (31% gegenüber 24%). Für immerhin 17% ist «die grosse Liebe finden» eine der grössten Hoffnungen. Beim Haushaltstyp «Single» ist dies die zweithäufigste Hoffnung, die von 38% genannt wurde. Knapp 17% hoffen auf «Solidarität und Nächstenliebe». Die Hoffnung auf erfolgreiche Massnahmen gegen den Klimawandel folgt erst auf Rang 6, sie wurde von 16% genannt. Männliche und weibliche Hoffnungen liegen häufig nahe beieinander. Der markanteste Unterschied betrifft die Hoffnung auf «mehr Sex», die von 14% der Männer, aber nur von 3% der Frauen genannt wurde. Persönliche Gesundheit, Solidarität und Nächstenliebe, erfolgreiche Massnahmen gegen Klimawandel, Verbesserung der Wirtschaftslage und Lösungen für steigende Krankenkassenprämien sind Hoffnungen, deren Wichtigkeit mit dem zunehmenden Alter korreliert. Solidarität und Nächstenliebe, erfolgreiche Massnahmen gegen Klimawandel, Religionsfriede, mehr Freiheit und weniger Verbote, Rückbesinnung auf Schweizer Werte, mehr Bildung und Forschung und mehr Unternehmertum wurden von Führungskräften deutlich häufiger genannt als von Angestellten. Die Wichtigkeit der Hoffnungen auf eine Verbesserung der Wirtschaftslage, mehr Freiheit und weniger Verbote und Versöhnung in Ehe, Familie und Partnerschaft korreliert mit einem stei-

genden Haushaltseinkommen. Die Hoffnungen auf einen sicheren Arbeitsplatz, weniger Ausländer, mehr Sicherheit und härtere Strafen für Kriminelle korrelieren negativ mit dem Einkommen, das heisst, sie sind den wenig Verdienenden wichtiger. Religionsfriede ist für Paare mit Kindern eine wichtige Hoffnung – diese Hoffnung wurde von 20% der Familien aber nur von etwa 10% der anderen Haushaltstypen genannt. Die Analyse der Religionszugehörigkeit und der Intensität der religiösen Praktiken zeigt einige Besonderheiten. Dass «Solidarität und Nächstenliebe» und «Versöhnung in Ehe, Familie und Partnerschaft» für Personen mit häufigen religiösen Praktiken wesentlich wichtiger sind als für Personen ohne religiöse Praktiken, diese dafür wesentlich häufiger «mehr Sex» erhoffen, ist leicht verständlich. Erstaunlich ist aber, dass religiös sehr aktive Personen eher auf «erfolgreiche Massnahmen gegen den Klimawandel» (36%), «Religionsfriede» (36%) und «neue Energiequellen» (27%) hoffen. Religiöse Personen sind somit nicht etwa weltfremd und jenseitsorientiert, sondern haben einen stärkeren Bezug zu anstehenden globalen Herausforderungen als Personen mit einem materialistischen Weltbild. Umgekehrt hoffen eher Personen ohne religiöse Praktiken auf «weniger Ausländer», «mehr Sicherheit» und «härtere Strafen für Kriminelle».

Bei einer konsolidierenden Zuordnung der konkreten Hoffnungen zu den acht Hoffnungsfeldern fällt auf, dass primär Hoffnungen aus den Bereichen «Privates» und «Politik» genannt wurden. Wirtschaftliche Hoffnungen wurden häufig genannt, andere Bereiche nur marginal erwähnt.



Frage 4: Wessen Aufgabe ist es, in schwierigen Zeiten Hoffnung zu verbreiten?

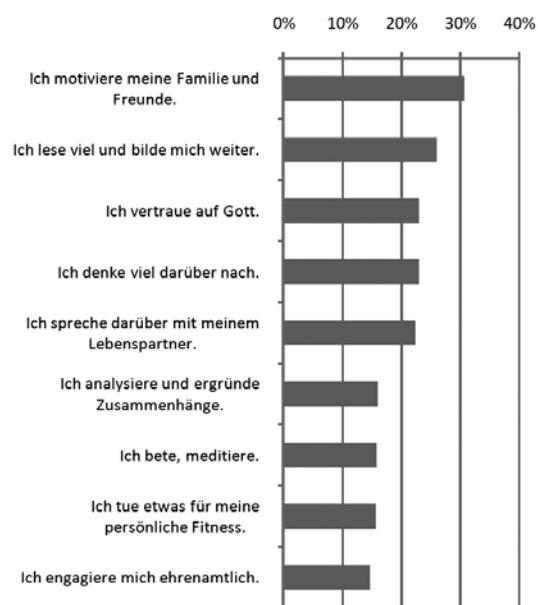


Mit einem grossen Vorsprung von 42% bekennen sich die meisten der Teilnehmenden punkto Hoffnung zur «Eigenverantwortung». 29% sehen die Aufgabe beim Ehe- bzw. Lebenspartner und 18% bei den Eltern. Mehr als 20% wollen Politiker bzw. den Bundesrat in die Verantwortung nehmen. Nur 9% sehen diese Aufgabe bei Unternehmern, 3% bei Managern und Bankern – immerhin 13% sehen diese Aufgabe beim Vorgesetzten. Ein stimmiges Bild ergibt sich für den privaten Bereich: hier werden zahlreiche grosse Hoffnungen genannt, zugleich sehen viele konkrete Hoffnungsträger und prinzipielle Verantwortung im privaten Umfeld. Diskrepanzen ergeben sich in den Bereichen Politik und Wirtschaft. Zwar werden häufig politische und wirtschaftliche Hoffnungen genannt, aber konkrete (inländische) Politiker und Führungskräfte der Wirtschaft werden nur von wenigen als Hoffnungsträger gesehen.



Eigenverantwortung wird von Frauen häufiger als von Männern genannt. Eigenverantwortung korreliert zudem mit dem Bildungsniveau: Nur 44% der Personen mit Berufsabschluss, aber 63% der Universitätsabgänger sehen Hoffnung in der Eigenverantwortung. 55% der Spitzenverdiener berufen sich auf Eigenverantwortung. Nur 25% der bis 19-jährigen Junioren sehen in Fragen der Hoffnung eine Eigenverantwortung – gegenüber 50% der über 65-jährigen Senioren. 44% der bis 19-jährigen Junioren sehen die Zuständigkeit für Hoffnung bei den Eltern bzw. Grosseltern – die Generationen der über 40-jährigen sehen dies aber zu weniger als 20% selbst so. Dabei sehen mehr Frauen (25%) als Männer (18%) diese Zuständigkeit bei der Elterngeneration. Doch immerhin 38% des Haushaltstyps «Paar mit Kindern» sieht diese Aufgabe bei sich selbst. 26% der Angestellten sehen diese Aufgabe bei den Vorgesetzten – nur 16% der Führungskräfte und immerhin 37% der Unternehmer sehen dies selbst auch so. Das Verständnis, dass Vorgesetzte oder Unternehmer Hoffnung verbreiten sollen, korreliert eindeutig mit dem Einkommensniveau: 10% der Wenigverdiener, aber über 20% der Spitzenverdiener sehen diese Aufgabe bei diesen Personen. Die Meinung, dass diese Aufgabe dem Klerus zukommt, korreliert mit dem Bildungsniveau: Nur 12% mit Bildungsniveau Berufslehre, aber 23% mit Universitätsniveau sehen diese Zuständigkeit bei geistlichen Amtsträgern. Sowohl im Gotteswie auch im Klerusverständnis fallen bei der Religionszugehörigkeit die beiden typischen Lager auf: weniger als 6% der nicht oder wenig religiös praktizierenden Personen, aber über 47% der praktizierenden Gläubigen sehen diese Aufgabe bei «Gott». Auffällig sind die Extrempositionen im religiösen Lager: nur 26% der praktizierenden Mitglieder der römisch-katholischen Kirche sehen die Aufgabe, Hoffnung zu verbreiten, bei ihren Priestern, aber 73% der Freikirchen-Mitglieder sehen diese Aufgabe bei ihren Predigern. Das ist insofern erstaunlich, weil gerade in Freikirchen eine direkte Beziehung zu Gott ohne priesterliche «Vermittler» betont wird.

Frage 5: Was machen Sie selbst, damit sich Ihre Hoffnungen erfüllen?

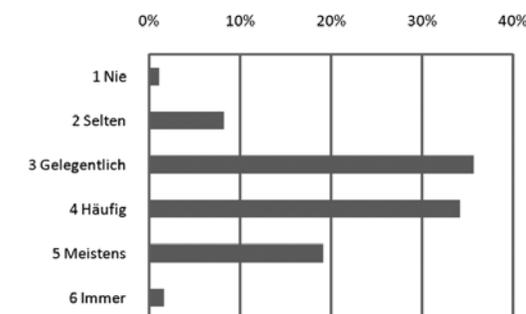


Die wichtigsten Aktivitäten, damit Hoffnungen sich erfüllen, fokussieren auf das private Umfeld: 31% motivieren Familie und Freunde, 22% sprechen mit dem Lebenspartner. Die zweitwichtigste Gruppe betrifft Investition in Bildung und Vernunft: 26% lesen und bilden sich spezifisch, 23% denken viel darüber nach, 16% analysieren und ergründen die Zusammenhänge. Als dritte Gruppe folgen Aktivitäten aus dem religiösen Bereich: 23% vertrauen auf Gott und 16% beten. Auffällig ist die Diskrepanz zu den grössten Hoffnungen – denn hier wurden bei Frage 2 zahlreiche politische und wirtschaftliche Anliegen und Hoffnungen genannt. Doch offensichtlich besteht keine Strategie, diese Hoffnungen auch mit politischen und wirtschaftlichen Aktivitäten zu realisieren. Dafür wird neben den Hoffnungen in den privaten Bereich in «Bildung» investiert:



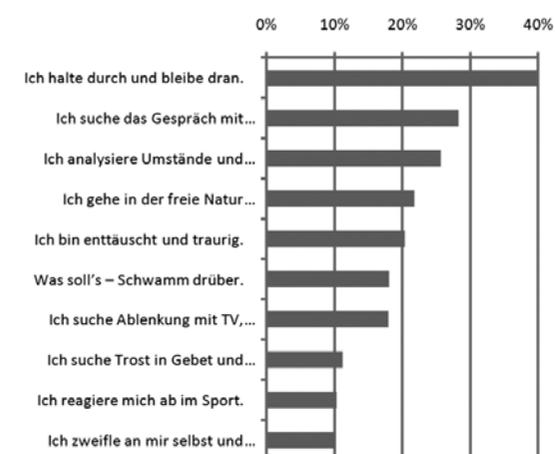
Bei den Verhaltensweisen fallen deutliche Geschlechterunterschiede auf: Eher Männer (23%) als Frauen (15%) analysieren und eher Männer (16%) als Frauen (5%) engagieren sich unternehmerisch. Demgegenüber suchen eher Frauen (43%) als Männer (33%) soziale Kontakte, indem sie ihr persönliches Umfeld motivieren, insbesondere wollen eher Frauen (34%) als Männer (21%) darüber mit dem Lebenspartner sprechen. Bei der Analyse der wirtschaftlichen Positionen fällt auf, dass Führungskräfte eher Engagement entwickeln – und zwar in verschiedenen Bereichen: ehrenamtlich, unternehmerisch und sogar politisch ist das eigene Engagement der Führungskräfte häufiger als das der Angestellten. Politisches Engagement korreliert auch mit dem Einkommensniveau, nur 5% der Personen mit weniger als 8'000 CHF monatlichem Haushaltseinkommen, aber 20% der Personen mit mehr als 8'000 CHF Einkommen engagieren sich politisch, um ihre Hoffnungen zu realisieren.

Frage 6: Wie häufig gehen Ihre Hoffnungen in Erfüllung?



Für 70% der Antwortenden gehen Hoffnungen gelegentlich oder häufig in Erfüllung. Für eine Mehrheit von 55% erfüllen sich Hoffnungen häufiger oder mehr, für 21% sogar meistens oder immer.

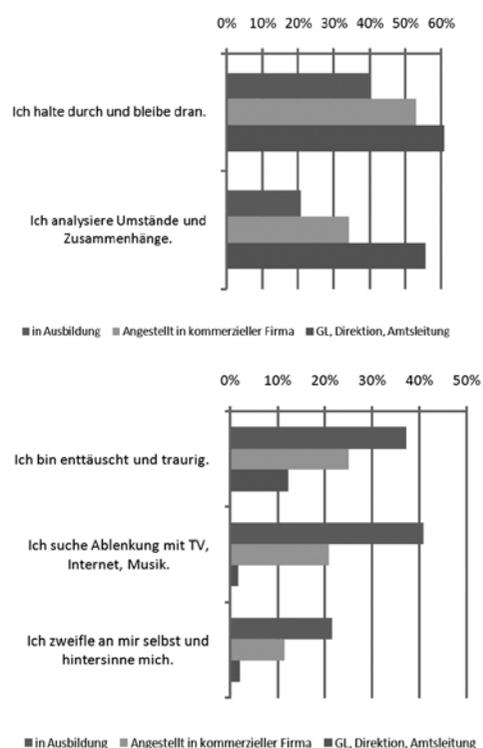
Frage 7: Was tun Sie, wenn sich Ihre Hoffnungen nicht erfüllen?



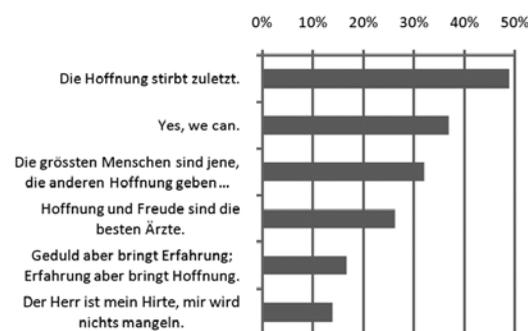
Die wichtigste Strategie im Umgang mit enttäuschten Hoffnungen ist der eigene Durchhaltewille, was stimmig mit der grossen Bedeutung der Eigenverantwortung ist. Die zweitwichtigste Strategie ist das Gespräch im unmittelbaren sozialen Umfeld. Die rationale Analyse der Umstände und Zusammenhänge folgt an dritter Stelle. Im Vergleich der pro-agierenden und re-agierenden Aktivitäten fallen in der konsolidierten Analyse deutliche Unterschiede auf: Zwar sind vorher und nachher Aktivitäten aus dem privaten Bereich am häufigsten. Vorher finden sich aber in mittlerem Masse auch Aktivitäten aus dem Bereich Bildung und Religion sowie in geringerem Masse aus Politik und Wirtschaft. Erfüllt sich die Hoffnung aber nicht, finden die Reaktionen primär im privaten und körperlichen Bereich statt; Aktivitäten aus Bildung, Religion, Wirtschaft und Politik scheinen bei Nicht-Erfüllung kaum relevant.



Bei der Detailbetrachtung fallen deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede auf: 45% der Frauen, aber nur 26% der Männer suchen das Gespräch mit dem Lebenspartner. Dagegen analysieren 36% der Männer und nur 27% der Frauen Umstände und Zusammenhänge. Frauen gehen eher in der freien Natur spazieren, sind einfach enttäuscht und traurig oder trösten sich mit Shopping. Dagegen sind es eher Männer, die salopp darüber hinweggehen, sich im Sport abreagieren oder sich ein Bier oder eine Zigarette gönnen. Auch bei der Altersstruktur fallen deutliche Korrelationen auf: je älter die Antwortenden sind, desto eher halten sie durch und bleiben dran (nur 34% der Junioren aber 56% der Senioren) bzw. sie analysieren die Umstände und Zusammenhänge (nur 16% der Junioren, aber 39% der Senioren). Eine negative Korrelation zum Lebensalter haben die Verhaltensweisen «enttäuscht sein» (40% der Junioren und nur 15% der Senioren), «sich im Sport abreagieren» (16% der Junioren und nur 6% der Senioren) oder die «Ablenkung mit Bier bzw. Zigarette» (23% der Junioren und nur 1% der Senioren). Deutliche Korrelationen finden sich auch zur wirtschaftlichen Position – dies scheinen einfache und verständliche Regeln für den beruflichen Karriere-Erfolg bzw. Nicht-Erfolg zu sein, die nun durch diese Umfrage empirisch erhärtet werden:



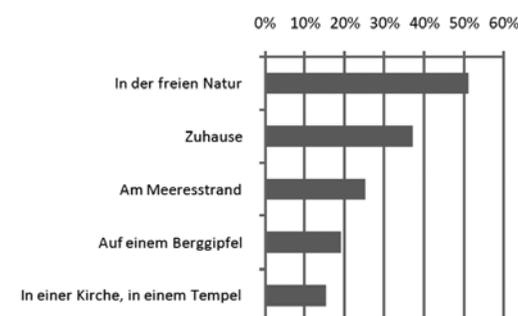
Frage 8: Welche Zitate entsprechen am ehesten Ihrem Verständnis von Hoffnung?



Gemessen an der Beliebtheit der Redensarten besteht zu 50% ein positiv individualistisches Hoffnungs-Verständnis als Teil der Selbstkompetenz. Für über 10% sind Bibelzitate eine wichtige Grundlage ihrer Hoffnung. Weniger als 8% haben ein skeptizistisches und zynisches Hoffnungsverständnis. Zynische Zitate wurden am ehesten von den bis zu 19-jährigen Junioren gewählt, so haben 17% der Junioren «Hoffnung ist der erste Schritt auf der Strasse der Enttäuschung» und 15% haben «Wer von der Hoffnung lebt, stirbt an Enttäuschung» als ihr Hoffnungsverständnis bezeichnet. In den Altersgruppen über 40 Jahre wurden diese beiden Zitate von weniger als 5% der Personen gewählt. Wem Hoffnung gar nicht wichtig ist, der wählte zu 33% «Wer von der Hoffnung lebt, stirbt an Enttäuschung», dieses Zitat wählten weniger als 10% derjenigen, für die Hoffnung wichtig oder sehr wichtig ist. 23% derjenigen, denen Hoffnung gar nicht wichtig ist, wählten «Hoffnung ist etwas für Leute, die unzureichend informiert sind», dagegen wurde dieses Zitat nur von 4% und weniger gewählt, für die Hoffnung wichtig oder sehr wichtig ist. Deutliche Korrelationen bestehen in Bezug zur Selbsteinschätzung, ob die eigenen Hoffnungen in Erfüllung gehen. «Yes, we can» wird nur zu 30% von denen gewählt, deren Hoffnung nie oder selten in Erfüllung gehen, aber zu 57% von denen, deren Hoffnung meistens oder immer in Erfüllung geht. Genauso lassen sich typische negative Korrelationen finden: 29% derjenigen, deren Hoffnungen nie oder nur selten in Erfüllung gehen, haben das Zitat «Wer von der Hoffnung lebt, stirbt an Enttäuschung» gewählt – aber nur 6% derjenigen, deren Hoffnungen meistens oder immer in Erfüllung gehen.

Frage 9: An welchen Orten empfinden Sie am ehesten ein Gefühl der Hoffnung?

Frage 9: An welchen Orten empfinden Sie am ehesten ein Gefühl der Hoffnung?



Für die Ergründung der emotionalen Aspekte der Hoffnung wurde die Frage nach Hoffnungs-Orten als Indikator gewählt – die Resultate fielen deutlich aus: Für über 50% sind dies Orte draussen in der Natur, zudem für 37% das private Zuhause und für 15% sakrale Orte. Die Dominanz der ruralen Orte als Hoffnungsquellen dürfte für eine zunehmend urbanisierte Gesellschaft eine Herausforderung werden, denn die urbanen Orte der Bildung, Wirtschaft, Politik oder des Fortschrittes wurden nur marginal als Orte der Hoffnung gewählt. Doch genau diese wären eigentlich die symbolischen Orte einer aufgeklärten, humanistischen und städtischen Kultur. Für die Beurteilung dieses Aspektes werden langfristige Zeitreihenuntersuchungen nötig, da hier Korrelationen zur Altersstruktur auffallen: Zwar nennen über 75% der über 40-Jährigen die freie Natur als ihren wichtigsten Ort der Hoffnung – aber nur 48% der unter 19-Jährigen. Umgekehrt bezeichnen jeweils über 14% der Junioren den eigenen PC, ihren Club, ein Shopping Center oder ein Sportstadion als einen Ort der Hoffnung. Diese werden von weniger als 4% der über 40-Jährigen als Hoffnungsorte bezeichnet. Leicht verständlich – aber für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung durchaus bedenklich – ist, dass der eigene Arbeitsplatz für höhere Führungskräfte (29%) und Unternehmer (27%) eine signifikante Rolle spielt – aber nur für 10% der in einem kommerziellen Betrieb Angestellten.

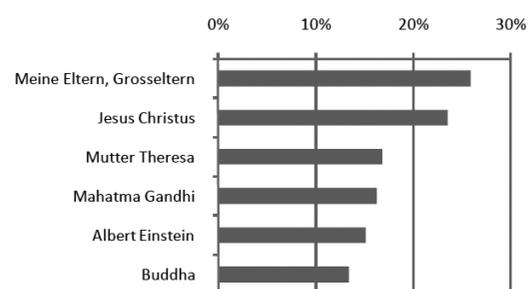
Frage 10: Welche Erfahrungen stärken Sie in Ihrer Hoffnung am meisten?



Für 44% der Teilnehmenden bilden funktionierende Beziehungen zu Familie und Freunden die Grundlage ihrer Hoffnungs-kompetenz; für 25% ist die Erinnerung an eine eigene glückliche Kindheit relevant. Erst nach den sozialen Beziehungen folgen die Erinnerungen an eigene erfolgreiche Leistungen: 26% gründen ihre Hoffnung darauf, dass sie schwierige Probleme gemeistert haben, 15% berufen sich auf ihre erfolgreiche Ausbildung und 12% auf berufliche Erfolge. Der dritte Bereich sind religiöse Erfahrungen: 22% haben bereits Gebetserhörungen erlebt. Dabei haben 20% mehr Frauen als Männer ihre guten Beziehungen als wichtigste Hoffnungsgrundlage erwähnt. Auch die anderen sozialen und religiösen Möglichkeiten wurden von deutlich mehr Frauen als Männern gewählt. Aber erstaunlicherweise wurde auch die erfolgreiche eigene Problemlösungskompetenz von 30% der Frauen und nur von 23% der Männer genannt. Mehr Männer als Frauen berufen sich aufs Glück, auf berufliche Erfolge oder den technischen Fortschritt. Die Erinnerung an eine glückliche Kindheit ist nicht eine nostalgische Regung der Senioren (nur 27% Nennungen) sondern eine wichtige Hoffnungsgrundlage für die Junioren (40% der bis 19-Jährigen und 34% der 20 – 39-Jährigen). Einleuchtend ist, dass

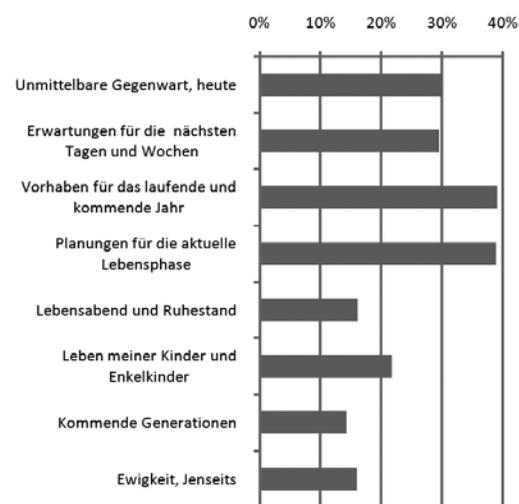
die Karriereposition mit beruflichen Erfolgs- und Problemlösungserlebnissen korreliert. Doch bemerkenswert ist, dass eine glückliche Kindheit gerade auch für höhere Führungskräfte eine wichtige Hoffnungsquelle ist (34% Nennungen gegenüber nur 18% Nennungen bei Angestellten).

Frage 11: Welche drei historischen Persönlichkeiten vermitteln Ihnen am meisten Hoffnung?

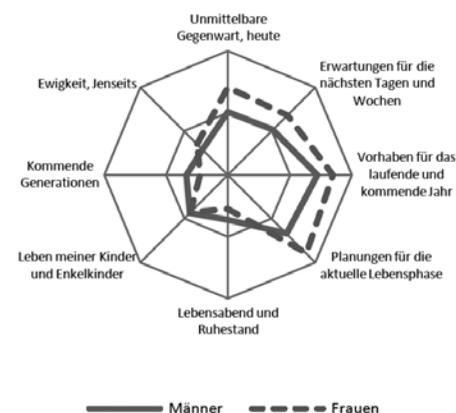


Für ein Viertel der Teilnehmenden der Umfrage zählen die eigenen Eltern bzw. Grosseltern und der Religionsstifter Jesus Christus zu den wichtigsten historischen Hoffnungsstiftern. Auch auf den Plätzen drei bis sechs, die von mehr als 10% gewählt wurden, folgen drei Persönlichkeiten mit religiösem Bezug: Mutter Teresa, Mahatma Gandhi und Buddha. Nur der Physiker Albert Einstein, der 18 Jahre in der Schweiz lebte, stiess noch in diese Spitzengruppe vor. Bei der Detailanalyse zeigt sich, dass Frauen von Frauen gewählt werden, so haben jeweils mindestens doppelt so viele Frauen wie Männer die vorgeschlagenen Hoffnungsstifterinnen gewählt. Die historischen Persönlichkeiten des 20. Jahrhunderts wurden insbesondere von Senioren gewählt: Gorbatschow, Bonhoeffer oder Duttweiler wurden von mehr als 15% der Senioren aber von weniger als 5% der Junioren gewählt. Bei den Junioren ist der unmittelbare familiäre Bezug wichtig: Die eigenen Eltern bzw. Grosseltern wurden von 49% als wichtigste «historische» Hoffnungsstifter genannt. Auffällig ist, dass die Wahl von historischen Persönlichkeiten als Vorbilder der Hoffnung eine Bildungsfrage ist: Gandhi, Bonhoeffer oder Gorbatschow wurden je von etwa doppelt so viel Teilnehmenden mit Hochschulabschluss als von Teilnehmenden mit Berufsschulabschluss gewählt.

Frage 12: Auf welche Zeithorizonte erstrecken sich Ihre Hoffnungen meistens?



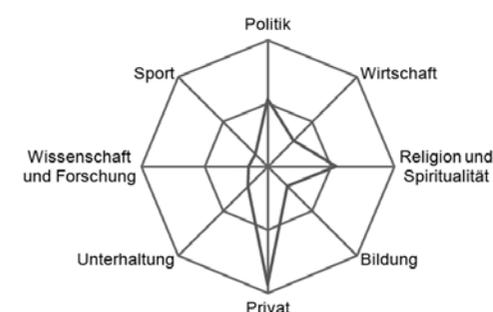
Spielt es eine Rolle, für welchen Zeitraum wir uns Hoffnungen machen? Hofft der Schweizer eher kurz-, mittel- oder langfristig? Das Resultat der Frage nach den zeitlichen Horizonten der Hoffnung ist eindeutig: Schweizerinnen und Schweizer hoffen primär im kurz- und mittelfristigen Zeithorizont: etwa 30% der Hoffnungen beziehen sich auf den heutigen Tag oder die nächsten Tage oder Wochen. Knapp 40% hoffen für den Jahreshorizont bzw. den aktuellen Lebensabschnitt. Nur zwischen 10 bis 20% hoffen langfristig – sei dies der eigene Lebensabend oder sogar das Leben der eigenen Kinder oder der kommenden Generationen. Dabei ist der personalisierte Zeithorizont, das heisst das Leben der eigenen Kinder und Grosskinder der wichtigste. Transzendente Zukunftshoffnungen, also die Sehnsucht nach einer Ewigkeit oder einem Jenseits, sind für 16% wichtig. Dabei lassen sich wiederum deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede feststellen:



Frauen hoffen eher für die Gegenwart, das strategische Planen und Hoffen auf langfristige Zeithorizonte ist eher Männersache. Nur marginale geschlechtsspezifische Unterschiede gibt es bei Hoffnungen für die eigenen Kinder und Grosskinder oder bei Hoffnungen auf die Ewigkeit. Die hoffnungsrelevanten Zeithorizonte korrelieren deutlich mit dem Alter: 50% bis 53% der Junioren bis 19 Jahre, aber nur 17% bzw. 29% der Senioren, hoffen für die unmittelbare Gegenwart bzw. für die kommenden Wochen. Demgegenüber hoffen weniger als 20% der Junioren aber 27% bis 46% der Senioren für die langfristigen Zeithorizonte. Bereitschaft zu langfristigem Denken korreliert zudem deutlich mit der Position innerhalb der Karriereleiter und mit dem eigenen Lebenszyklusabschnitt: Nur 11% der Auszubildenden hoffen für den Lebensabend, aber 26% der Führungskräfte. Nur 16% der Auszubildenden hoffen in Zeithorizonten der eigenen Kinder und Enkelkinder, aber 40% der Führungskräfte. Umgekehrt hoffen über 50% der Auszubildenden in den kurzfristigen Zeithorizonten der Gegenwart, dies ist für weniger als ein Drittel der Führungskräfte relevant. Ebenso lassen sich deutliche Korrelationen mit dem Einkommensniveau feststellen: Mehr als 40% der wenig Verdienenden, aber weniger als 30% der Spitzenverdienenden hoffen kurzfristig. Demgegenüber ist der Zeithorizont des Lebens der Kinder bzw. Grosskinder nur für 22% der wenig Verdienenden, aber für 47% der Spitzenverdienenden relevant. Neben diesen deutlichen Korrelationen mit Alter, Karriereposition und Einkommensniveau ist es erstaunlich, dass keine Korrelation mit dem Bildungsniveau festgestellt werden konnte.

4. Fazit

Mit einer breit abgestützten empirischen Studie auf der Grundlage einer Internetumfrage konnte ein interdisziplinäres Team nachweisen, dass «Hoffnung» für die moderne und aufgeklärte Schweiz ein wichtiges Thema zum Umgang mit Veränderungen und Herausforderungen ist. Hoffnung bewegt sich in der Schweiz primär zwischen den Feldern Privatleben, Politik, Religion, Wirtschaft und Bildung:



Prägend für die Schweiz sind dabei die weitverbreitete Bereitschaft zur Eigenverantwortung und ein grundlegendes Verständnis, dass Hoffnung eine notwendige personale Selbstkompetenz zur erfolgreichen Meisterung des Lebens ist. Dabei wurde eine Reihe spezifischer Muster und Abhängigkeiten entdeckt; etwa punkto Geschlecht, Alter, Einkommen, Bildungsniveau und sozioökonomischer Position. Das unmittelbare soziokulturelle Umfeld, persönliche Erfahrungen aus Beziehungen und Kindheit und eigene Erfolgserlebnisse sind prägend für die eigene Hoffnungskompetenz. Das Phänomen «Hoffnung» ist somit ein wichtiger Bestandteil bei der Konstituierung von gesellschaftlichen Werten. Auffällig sind verschiedene Diskrepanzen: Die Hoffnungen politischer und wirtschaftlicher Natur sind gross und weitverbreitet, doch konkrete Führungspersonen aus der Schweizer Politik und aus der Wirtschaft werden kaum als Hoffnungsträger angesehen. Nach wie vor sollen Autoritäts- und Führungsfunktionen wie Eltern oder Vorgesetzte in grundsätzlicher Weise Hoffnungsstifter für ihre Kinder oder Mitarbeitenden sein, diese anerkennen ihre eigene Zuständigkeit selber aber relativ wenig. Die Art der Aktivitäten, die man

investiert, um pro-aktiv Hoffnungen zu realisieren und die Aktivitäten, mit denen man auf nichterfüllte Hoffnungen reagiert, unterscheiden sich grundsätzlich. Weitere Studien sollen helfen, eine transdisziplinäre Hoffnungsforschung ergänzend zur Zukunftsforschung, zur Innovationsforschung, zur Glücksforschung und Risikoforschung zu begründen. Insbesondere soll mit einer mehrjährigen Fortsetzung der Internet-Umfrage nachgewiesen werden, inwiefern Symbolfiguren wie Barack Obama oder die Enttäuschung über Führungskräfte der Wirtschaft nur kurzfristige Phänomene sind und welche Hoffnungen eine höhere Kontinuität aufweisen.

Zum Forschungsbericht

Der über 100-seitige Schlussbericht und der über 300-seitige Anhang mit detaillierten Grafiken und Tabellen werden im Mai 2010 als pdf auf www.swissfuture.ch und www.weiterdenken.ch publiziert werden.

Yes, we can.

(Barack Obama)

Hoffnung ist etwas für Leute, die unzureichend informiert sind.

(Heiner Müller, deutscher Dramatiker)

Kehre der Hoffnung den Rücken zu und finde Dein Heil darin, nichts mehr zu hoffen.

(Asiatisches Sprichwort)

Befiehl dem Herrn deine Wege und hoffe auf ihn; er wird's wohl machen.

(Bibel, Psalm 37,5)

Die Hoffnung aufzugeben bedeutet, nach der Gegenwart auch die Zukunft preiszugeben.

(Pearl S. Buck)



Dr. Andreas M. Walker

Dr. Andreas M. Walker (1965, Basel, verheiratet und Vater von vier Kindern) studierte an den Universitäten Basel und Zürich Geografie, Geschichte und Germanistik. Mit seiner auf Methoden der Zukunftsforschung ausgerichteten Dissertation gewann er zwei Awards. Er ist Co-Präsident von swissfuture, Mitglied der Europäischen Vereinigung für Zukunftsforschung, Full Member der Association of Professional Futurists und Gründer von weiterdenken.ch.

Quellen

I Vgl. zum Beispiel: ELIZABETH ALEXANDER (2008) How to Hope – a model of the thoughts, feelings, and behaviors involved in transcending challenge and uncertainty, ISBN 978-3-639-09679-8, S. 7 - 8

II Nun aber bleibt Glaube, Hoffnung, Liebe, diese drei; aber die Liebe ist die größte unter ihnen. Nach der Übersetzung der Lutherbibel, 1. Brief an die Korinther, Kapitel 13, Vers 13

III Das allegorische Preisgedicht auf Kaiser Karl IV. von Heinrich von Mügeln „Der meide kranz“ (um 1355) enthält eine Tugendlehre, in der die zwölf Tugenden Weisheit, Wahrheit, Gerechtigkeit, Barmherzigkeit, Friedfertigkeit, Starkmut (Stärke), Glaube, Mäßigkeit, Güte, Demut, Hoffnung und Liebe auftreten.

IV Quelle: <http://www.gfs-zh.ch/?pid=236&searchtxt=QW5nc3RiYXJvbWV0ZXI>

V Quelle: <http://emagazine.credit-suisse.com/app/article/index.cfm?fuseaction=OpenArticle&aoid=273923&lang=DE>

VI Quelle: <http://www.stern.de/wirtschaft/geld/stern-sorgenbarometer-staatsschulden-sind-derzeit-groesste-angst-der-deutschen-1524214.html>

VII Quelle: http://www.ruv.de/de/presse/r_v_infocus/studien/aengste-der-deutschen.jsp

VIII Quelle: http://www.beobachter.ch/leben-gesundheit/artikel/umfrage_werte/



SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: PFARRER SIEBER

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Ich bin ein Arbeiter fürs Gottesreich. Ein Wegknecht (habe ich übrigens auch gemacht) werkt täglich für die Gesellschaft, weil er Wege zurechtmacht und Strassen baut. Diese Arbeit, auch im übertragenen Sinne, bedeutet für mich Hoffnung und «Gottesbüetz». Das Gottesreich kommt auch, wenn alles andere vergeht.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Ich bin hoffnungsvoll. In der Antike gab es keine Hoffnung. Hoffnung gehörte nicht zur Tugend. Das geschichtsbetonte Christentum erschuf diesen Begriff. Hoffnung, Hope hat politisch, wirtschaftlich, sozial und menschlich grösste Bedeutung. Ich denke dabei an Martin Luther King. Hope war ein Hauptwort in seinem Denken und Obama hat diese Linie aufgenommen. Mit Jesus hat die Zukunft schon begonnen. Daraus entwickelt sich die Hoffnung.

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Die Hoffnung wirkt sich für mich täglich im notwendigen Handeln aus. Die ärmsten Menschen in unserer Welt, in unserem Land, in unserer Stadt sind uns ans Herz gewachsen. Mit ihnen zusammen bauen wir an einer neuen Welt. Und hier ist die Hoffnung als Glaubenshilfe und der Glaube als Hoffnungshilfe untrennbar.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Heute Morgen, als ich mit meinen Geissen zusammen war, packte mich die Hoffnung neu. Sicher kann ich sie auch am Abend wieder melken und sicher kann ich auch die Gesellschaft zugunsten der Ärmsten ein wenig melken. Eine kurze Geschichte: Meine

Pfarrer Ernst Sieber

Ernst Sieber (*1927) ist Pfarrer und Leiter des Sozialwerks, das sich für Menschen in Not engagiert.

Geiss «Blüemli» machte mit einer Schnecke ein Wettrennen zum Zürcher Stadthaus. Wer gewann das Rennen? Die Schnecke! Die Ziege war erstaunt und blickte vorwurfsvoll zur Schnecke. Diese aber antwortete: «Weisch, da chunnsch mit chrüüche wiiter als mit meckere...».

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Diese Hoffnung erfüllt sich für mich täglich. Genau so, wie ich weiss, dass die Sonne am Morgen aufgeht, auch wenn ich sie nicht sehe. Aber es tagt, es morgengraut und Licht verbreitet sich.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Nicht erfüllte Hoffnung ist eben keine Hoffnung. Vielleicht habe ich auch zuwenig gekämpft. Hoffnung ist nicht billig. Sie braucht mich ganz und wenn es nicht geht, suche ich mir ein Hilfsklima. Das braucht Realitätssinn, politisches Feeling, Menschlichkeit und Glauben.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Man sagt, Luther hätte mal folgenden Ausspruch gemacht: «Wenn ich wüsste, dass morgen die Welt untergeht, ich würde heute noch ein Obstbäumchen pflanzen.» Für das Jahr 2010 wünsche ich mir im öffentlichen Bereich Kampf für die Veränderung des Klimas und Kampf für Menschenrechte. Und für die Kirche mehr Orthopraxie und weniger Orthodoxie. Dies gilt auch für die Religionen. Für mich selbst hoffe ich für meine Familie, dass es ihr gut geht. Und schliesslich, dass ich noch lebe und wirke im Dienst an der Jesuswelt. Gotteswelt ist nicht nur in der Kirche, die Welt ist Gotteskirche.

HOFFNUNG UND MASSEN MEDIEN

Hoffnungen sind immer intentional. Sie beziehen sich auf bereits vorhandenes Wissen und richten sich in eine ungewisse Zukunft, deren Komplexität sie reduzieren. Dieses Wissen stammt zu einem beträchtlichen Teil aus den Massenmedien. Im folgenden Artikel werden Häufigkeit und kontextuelles Umfeld der «Hoffnung» in zehn ausgewählten Print-Medien zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2009 untersucht.

Francis Müller

Oftmals wird Hoffnung als ein rein psychologisches Phänomen definiert; als etwas, was sich in einem mehr oder weniger isolierten Individuum abspielt. Freud erwähnt etwa Träume, bei denen Wünsche und damit auch Hoffnungen in Erfüllung gehen (vgl. 2009: 136). Die Psychologin Elisabeth Alexander definiert Hoffnung als Problemlösungsstrategie bei Verunsicherung (2008: 20-22), was zeigt, dass Hoffnungen sich nicht einfach in einem atomisierten Individuum abspielen, sondern mit der sozialen Situation verflochten sind.

Die Hoffnung hat eine gesellschaftliche Qualität: Ob wir auf die grosse Liebe, die Erholung der Börse oder einfach darauf hoffen, dass es aufhört zu regnen – diese Hoffnungen beziehen sich auf intersubjektive Sphären: Andere Menschen können dieselben Hoffnungen formulieren. Selbst Hoffnungen, die in postmortale Sphären übergehen, also zum Beispiel Jenseitsvorstellungen, haben eine kulturelle und intersubjektive Dimension; dies zumindest ab dem Moment, in dem wir dafür Begriffe und folglich allgemeine Vorstellungen zur Verfügung haben. Hoffnungen sind also allgemeine Ideen, die ihre Existenz und Wirklichkeit im Wort haben (vgl. Durkheim 1994: 112). Sie sind schon vor dem Einzelnen in den Welt. Indem wir als Kinder durch den Spracherwerb sozialisiert werden, internalisieren wir solche allgemeinen Ideen – und das Potenzial, über sie zu reflektieren. So entwickeln wir Geist (vgl. Mead 1934/1973: 230-235): Wir erfahren die eigene Existenz zunehmend in einer zeitlichen bzw. zeitlich beschränkten Dimension – und folglich beginnen wir zu hoffen. Was tatsächlich in einem hoffenden Individuum vor sich geht,

das bleibt eine Blackbox, zumal jede Formulierung in einer bereits vorgefertigten Sprache mitgeteilt wird und das Bewusstsein davon ausgeschlossen bleibt (vgl. Husserl 1995: 66ff.).

Hoffnungen sind also Sinnzusammenhänge, die über das hoffende Individuum sowie über die Gegenwart hinausgehen, was die genannten, intersubjektiven Jenseitsvorstellungen sehr deutlich zeigen. Als Appräsentationen verweisen sie auf gegenwärtig Nichtgegebenes. Sie sind immer intentional – und dies in einer temporalisierten Dimension. Sie richten sich in eine unbestimmte Zukunft, die sie so bestimmbar machen. Sie haben eine Funktion der Problemlösung (vgl. Malinowski 1975/2005: 29-29): Sie dienen der Bewältigung von Kontingenzen. Man kann nicht einfach so, sondern muss irgend etwas hoffen. In dieser Medienanalyse wird dieses Etwas untersucht. In einer Mediengesellschaft führt dies zu den Massenmedien.

Wissen und Massenmedien

«Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien», sagt Luhmann (2004: 9). Viele Menschen in der Schweiz hoffen auf Weltfrieden – obwohl nur ganz wenige Kriege erlebt haben. Viele hofften vor den letzten Wahlen in den USA auf Barack Obama – obwohl nur ganz wenige Barack Obama persönlich getroffen haben dürften. Wir hoffen auf eine Verbesserung der Wirtschaftslage – obwohl sich unsere persönliche Situation seit der Krise möglicherweise nicht verschlechtert hat. Wir hoffen auf eine Minderung der Klimaerwärmung – obwohl wir diese persönlich nicht

unbedingt wahrnehmen. Wir hoffen auf ein Ende des Nahostkonflikts – aber nicht auf ein Ende der Gräueltaten im Tschad. Denn die Medien berichten sehr selten über die Konflikte im Tschad, entsprechend existiert dieser Konflikt für uns nicht. Der Nahostkonflikt dagegen ist stark medialisiert. Folglich existiert er. Folglich hoffen wir auf sein Ende.

Massenmedien konstituieren Common Sense. Wenn wir in der Alltagskommunikation etwa den 11. September 2001 erwähnen, dann gehen wir stillschweigend davon aus, dass die Angriffe auf das World Trade Center in New York gemeint sind – und nicht die Einweihung der Robert-Walser-Gasse in Zürich am selben Tag. Über das entsprechende Wissen verfügen wir jedoch – einmal alle ausgenommen, die damals in Manhattan waren – ausschliesslich aus den Massenmedien. Entsprechend relevant sind die Massenmedien bei der Konstituierung von Wirklichkeit. Da sich Hoffnungen immer in die Zukunft richten – sei sie näher oder ferner –, ist die Medialisierung von Katastrophen, von Problemen und Unsicherheiten entscheidend für die daraus resultierenden Hoffnungen. Psychologische Untersuchungen zeigen, dass die Berichterstattung über Katastrophen Depressionen auslösen kann, obwohl die Betroffenen die entsprechenden Katastrophen nicht erlebt haben. Selbstverständlich entstehen so auch Hoffnungen.

Diese mediale Dimension gilt besonders dann, wenn die Hoffnungen über unsere mikrosoziale Alltagserfahrung hinausgehen: Wenn ein naher Verwandter nach einem Unfall im Spital liegt, dann nehmen wir seinen Zustand direkt am Krankenbett wahr. Wir hoffen aufgrund dieser Erfahrung auf seine baldige Genesung – in ganz seltenen Fällen vielleicht auch aufs Gegenteil. Diese Hoffnung resultiert aus der persönlichen Erfahrung. Wenn wir aber hoffen, dass Barack Obama eine andere Weltpolitik betreibt als sein Vorgänger, dann beziehen wir uns auf einen Wissensvorrat, den wir einzig aus den Massenmedien haben. Ohne Massenmedien wüssten wir vielleicht nicht einmal, dass Barack Obama Präsident der USA geworden ist.

Hoffnungen in den Massenmedien

Ob sich unsere Hoffnungen aufs Klima, auf Ökonomie, Politik oder Sport beziehen, liegt also nicht zuletzt daran, wie die entsprechenden Felder medial thematisiert werden. Aus diesen Gründen führen wir eine quantitative Inhaltsanalyse durch, in der wir die Häufigkeit und die inhaltlichen Kontexte des Begriffs «Hoffnung» in ausgewählten Medien untersuchen, die ja naturgemäss in eine potenziell mögliche Zukunft weisen. Wir beschränken uns auf die folgenden zehn Zeitungen und Magazine:

Basler Zeitung
Bilanz
Blick
Handelszeitung
Neue Zürcher Zeitung
Schweizer Illustrierte
Tagesanzeiger
Weltwoche
Wochezeitung
20 Minuten

Darin wird die Anzahl der Artikel, in denen einzelne Begriffe (zum Beispiel: «Hoffnung») und Begriffskombinationen (zum Beispiel: «Hoffnung» und «Barack Obama») erwähnt werden, zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2009 gezählt. Wir operieren immer mit der totalen Summe der Artikel in allen zehn Titeln. Natürlich könnten wir auch die einzelnen Titel differenziert ansehen, müssten dann allerdings inhaltliche Ausrichtungen, Erscheinungsweisen, Umfang, Sparten etc. mitreflektieren. So kämen wir zu Aussagen über einzelne Zeitungen und Zeitschriften (bzw. über die entsprechenden Mediengattungen), aber die gesamtgesellschaftlichen würden dadurch nicht explizit deutlicher.

Abb. 1: Nennungen Hoffnung: 01.01.-31.12.2009

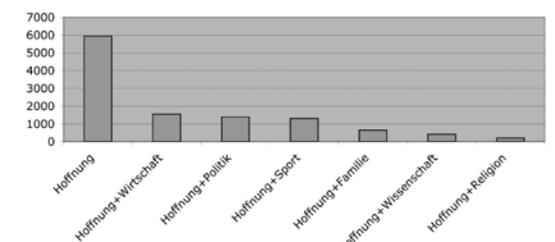


Abb. 1: Zeigt die Anzahl der Artikel, in denen «Hoffnung» total und in Kombination mit anderen Begriffen vorkommt.

Das Wort «Hoffnung» wird vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 in allen untersuchten Titeln in 5'935 Artikeln verwendet. Darin sind selbstverständlich auch Wortkombinationen wie «keine Hoffnung» oder «ohne Hoffnung» enthalten, die aber doch Hoffnung – einfach: negiert – thematisieren. In 26,6% dieser 5'935 Artikeln taucht neben «Hoffnung» auch «Wirtschaft» auf, in 23,2% «Politik», in 21,9% «Sport», in 11,6% «Kultur», in 11,0% «Familie», in 3,7% «Religion» und in 3,5% «Wissenschaft». Politik, Wirtschaft und Sport werden also relativ deutlich mit Hoffnung in Verbindung gebracht, was natürlich auch daran liegt, dass diese Themenfelder signifikant mehr Raum in den Massenmedien haben. Aus diesem Grund werden wir später bei der Quantifizierung von Personen deren absolute Nennungen mitberücksichtigen und daraus zwei verschiedene Hoffnungsindexe erarbeiten.

Abb. 2: Kontexte der Hoffnung

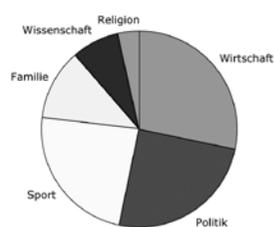


Abb. 2: Zeigt prozentual andere Begriffe (und damit: Kontexte), mit denen «Hoffnung» in Verbindung gebracht wird.

Barack Obama als politischer Hoffnungsträger

Die Medien tendieren zur Personalisierung. Die Hoffnung braucht ein Gesicht – und im Jahr 2009 ist es jenes vom neuen amerikanischen Präsidenten: «Barack Obama» wird in den untersuchten Massenmedien und im erwähnten Zeitraum in 2'752 Artikeln genannt, «Hoffnung» – wie oben erwähnt – 5'935 mal. Beide Begriffe tauchen gemeinsam in 305 journalistischen Texten auf. Darauf basierend berechnen wir die zwei zuvor erwähnten Hoffnungsindexe:

Der erste Hoffnungsindex (HI1) beschreibt den prozentualen Anteil eines bestimmten Namens bei totalen Nennungen von «Hoffnung»: Bei 5,1% aller 5'935 Nennungen von

«Hoffnung» wird die Verbindung mit «Barack Obama» vollzogen.

Der zweite Hoffnungsindex (HI2) beschreibt den prozentualen Anteil, in dem ein Name eines Prominenten mit «Hoffnung» in Verbindung gebracht wird. In 11,1% der 2'752 Artikel, in denen «Barack Obama» erwähnt wird, wird auch «Hoffnung» genannt.

Abb. 3: Nennungen Namen: 01.01.-31.12.2009

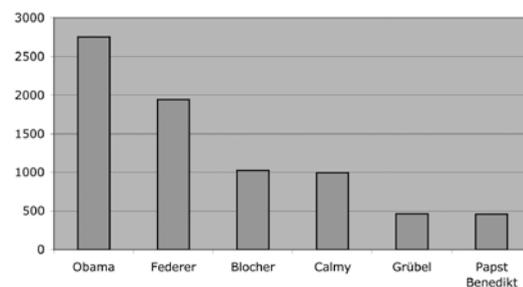


Abb. 3: Zeigt die Anzahl Artikel, in denen die erwähnten Namen vorkommen.

Dieses Verhältnis soll nun mit anderen, vorwiegend nationalen Politikern verglichen werden: «Didier Burkhalter» wird 503 mal genannt, in Verbindung mit «Hoffnung» 34 mal (HF1: 0,6%). Dass die Nennungen relativ tief sind, liegt auch daran, dass Burkhalter erst im Juli Bundesratskandidat wurde und in den ersten sechs Monaten des vergangenen Jahres als Ständerat eine geringe Medienpräsenz hatte). «Ueli Maurer» wird 1'076 mal erwähnt, davon 45 mal in Verbindung mit «Hoffnung» (HI1: 0,8). «Christoph Blocher» wird 1'924 mal genannt, davon 47 mal in Verbindung mit «Hoffnung» (HI1: 0,8%). Der zweite Wert (HI2) beträgt bei Christoph Blocher 4,6% und bei Ueli Maurer 4,2%. «Angela Merkel» wird 706 mal genannt, 71 mal davon in Verbindung mit «Hoffnung». Merkel wird damit in 1,2% aller 5'935 Nennungen von «Hoffnung» in Verbindung gebracht (HI1).

«Micheline Calmy-Rey» kommt in den untersuchten Medien 997 mal vor, 63 mal davon in Kombination mit «Hoffnung». In Bezug auf alle 5'935 Nennungen von «Hoffnung» erreicht Calmy-Rey damit einen Wert von 1,1% (HF1). In 6,3% (HF2) aller 997 Nennungen ihres Namens wird auch der

Begriff «Hoffnung» erwähnt. «Doris Leuthard» wird 984 mal genannt, 31 mal in Verbindung mit «Hoffnung». Leuthard wird also mit 0,5% auf die totalen Nennungen von «Hoffnung» in Verbindung gebracht (HI1) und bei 3,2% der Nennungen ihres Namens wird auch «Hoffnung» erwähnt (HI2).

Abb. 4: Nennungen Name+Hoffnung: 01.01.-31.12.2009

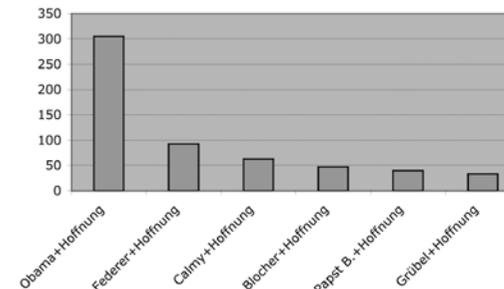


Abb. 4: Zeigt die Anzahl Artikel, in denen die Namen aus Abb. 3 in Verbindung mit «Hoffnung» vorkommen.

Wirtschaft und Hoffnung

Dass Barack Obama nicht nur mit politischen, sondern auch mit wirtschaftlichen Hoffnungen in Verbindung gebracht wird, zeigt die folgende Wortkombination: Die drei Begriffe «Hoffnung», «Barack Obama» und «Politik» kommen in den zehn untersuchten Medien 168 mal vor, was 2,8% aller Nennungen von «Hoffnung» ausmacht. Bei «Hoffnung», «Barack Obama» und «Wirtschaft» kommt es zu 107 Nennungen (1,8%). Politik wird so in Zusammenhang mit der Wirtschaft gebracht – und dies in Verbindung mit Hoffnung, die sich immer in die Zukunft richtet. Dies stimmt überein mit dem Comeback der Theorie von John Maynard Keynes, die für staatliche Interventionen ins wirtschaftliche Geschehen plädiert. Das Verhältnis zwischen Wirtschaft und Politik muss in Anbetracht der staatlichen Subventionen für Grossbanken neu ausgehandelt werden.

Die Kombination von «Hoffnung» und «Manager» tritt 216 mal auf (3,6% aller 5'935 Artikel mit «Hoffnung»). Auf ähnlichem Level befindet sich das Wort «Arbeitsplatz»: In Kombination mit «Hoffnung» tritt es 197 mal auf (3,3% aller Nennungen von «Hoffnung»).

Häufiger sind die Kombinationen von «Hoffnung» und «Börse»: 425 Nennungen (7,2%). Bei «Geld» sind es 997 Nennungen (16,8% aller Nennungen von «Hoffnung»). Um die Wirtschaft nun noch in Hinblick auf Akteure Personen zu untersuchen, vergleichen wir Nicolas Hayek und Oswald Grübel. «Nicolas Hayek» wird insgesamt 120 mal erwähnt, davon 3 mal in Verbindung mit «Hoffnung», Oswald Grübel 420 mal, davon 33 mal mit «Hoffnung». Von den gesamten 5'935 Nennungen von «Hoffnung» werden 0,05% in Zusammenhang mit Hayek genannt und 0,6% mit Grübel (HI1). In 2,5% der Artikel, in denen Hayek vorkommt, kommt auch «Hoffnung» vor, bei Grübel in 7,2% (HI2).

Hoch sind die Nennungen im Sport. «Hoffnung» und «Sport» treten gemeinsam in den eingangs erwähnten 1'301 Artikeln auf (21,9%), «Hoffnung» und «Fussball» in 463 Artikeln (7,8%). «Roger Federer» zum Beispiel wird insgesamt 1'943 mal genannt, in Kombination mit «Hoffnung» 93 mal. In Prozenten ausgedrückt: «Roger Federer» kommt in 1,6% (HI1) aller Artikel mit «Hoffnung» und «Hoffnung» in 4,6% (HI2) aller Artikel mit «Roger Federer» vor.

Abb. 5: Hoffnungsindex 1: 01.01.-31.12.2009

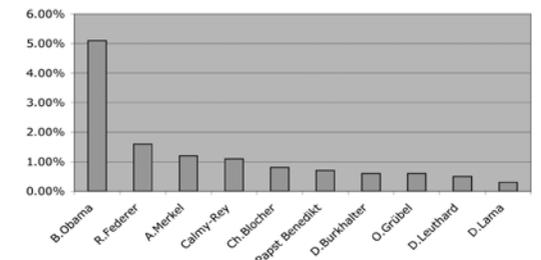


Abb. 5: Zeigt, in wie viel Prozenten der total 5'935 Artikel mit «Hoffnung» auch einzelne Namen vorkommen.

Im Umfeld der Wissenschaften sind die Nennungen von «Hoffnung» moderat. Dies mag daran liegen, dass die Wissenschaften weniger stark personalisiert sind als Politik, Sport und Wirtschaft. Entsprechend rationaler und hoffnungsärmer – so eine mögliche Erklärung – funktionieren die Wissenschaften. Die Kombination «Hoffnung» und «Wissenschaft» kommen in den untersuchten

zehn Medien 208 mal vor (3,5% der 5'935 Nennungen), «Hoffnung» und «Forschung» 217 mal (3,7%) und «Hoffnung» und «Technik» 286 mal (4,8%). Die «Bildung», die ihrerseits die Grundlagen für Wissenschaften und Fortschritt (und damit für Wohlstand) liefert, wird im Zusammenhang mit «Hoffnung» 289 mal genannt (4,9%).

Hoffnungsträger Familie

Obwohl «Hoffnung» ein gelegentlich religiös konnotierter Begriff ist, tritt er mit 194 Nennungen selten in Kombination mit «Religion» auf (3,7%), mit «Kirche» 158 (2,7%) und mit «Pfarrer» 46 mal (0,8%). Dies mag auch mit der schon länger andauernden Problematisierung der Religion in den Medien zusammenhängen; also damit, dass Religion seit 09/11 stark mit Konflikten und Problemen in Verbindung gebracht wird. «Dalai Lama» wird 201 mal erwähnt, 20 mal in Kombination mit «Hoffnung» (HI1: 0,3%/HI2: 10%). Es gilt selbstverständlich zu berücksichtigen, dass der Dalai Lama eine hybride Figur ist – zwischen Politik und Religion. «Papst Benedikt» wird insgesamt 458 mal genannt, davon 40 mal in Verbindung mit Hoffnung (HI2: 0,7/HI1: 8,7%). Signifikant ist die Korrelation zwischen «Hoffnung» und «Familie». Diese Kombination tritt insgesamt 651 mal auf (HI1: 11,0%). In Kombination mit «Liebe» wird «Hoffnung» 326 mal genannt (HI1: 5,5%) und mit «Gerechtigkeit» 92 mal (HI1: 1,6%).

In Verbindung mit «Kultur» wird «Hoffnung» 695 mal genannt (HI1: 11,7%). Da Kultur aber ein unscharfer Begriff ist, der in Bezug auf mediale Unterhaltungsformate genauso wie auf kulturelle und religiöse Konflikte, auf Unternehmenskultur in den Massenmedien, auf Tourismus etc. genannt werden kann, muss der Begriff verschärft werden. Der Begriff «Medien» führt zur Frage, inwieweit Massenmedien selbstreferenzielle Themen setzen und über sich selbst und andere Medien berichten (ein Beispiel wären Berichte in Print-Medien über Casting-Formate im TV): Es kommt mit «Medien» und «Hoffnung» zu 643 Nennungen, was 10,8% aller 5'935 Nennungen der Hoffnungen ausmacht (HI1). Mit dem Begriff «Musik»

verschärfen wir den Unterhaltungsbereich. In 272 Artikeln kommt «Hoffnung» und «Musik» gemeinsam vor (HI1: 4,6%). Entsprechend tief sind die Nennungen in Verbindung mit einzelnen Protagonisten der Musikszene: «Rapper Stress» kommt 148 mal vor, davon 4 mal in Verbindung mit «Hoffnung» (HF1: 0,1%, HF2: 2,7%).

Wir fassen die Erkenntnisse zusammen: Die quantitative Medienuntersuchung zeigt, dass Hoffnung sehr stark in Verbindung mit Politik, Wirtschaft und Sport gebracht wird. Man könnte daraus die These aufstellen, dass dies Felder mit relativ hoher Personalisierung sind. Den höchsten Hoffnungsindex hat Barack Obama, der in 11,1% (HI2) Artikel mit «Hoffnung» in Verbindung gebracht wird. Dieser Wert (HI2) beträgt bei Didier Burkhalter und Micheline Calmy-Rey identische 6,3%, bei Christoph Blocher 4,6%, bei Ueli Maurer 4,2% und bei Doris Leuthard 3,2%. Bei Oswald Grübel ist dieser Wert 7,2%, bei Nicolas Hayek 2,5%, bei Roger Federer 4,6% und bei Rapper Stress 2,7%. Die Medien konstruieren also einen Zusammenhang zwischen Barack Obama und Hoffnung und bringen dies nicht nur in einen politischen, sondern auch in einen ökonomischen Kontext.

Abb. 6: Hoffnungsindex 2: 01.01.-31.12.2009

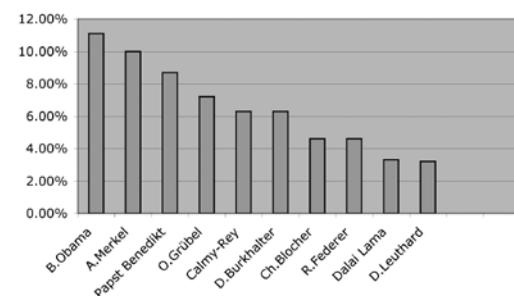


Abb. 6: Zeigt, in wie viel Prozent der Artikeln mit den erwähnten Namen auch der Begriff «Hoffnung» vorkommt.

Zukunft der Hoffnung

Um dies nun nochmals in den eingangs erwähnten Theoriezusammenhang zu bringen: Auch wenn Hoffnung ein psychologisches Phänomen ist, das sich im Individuum selbst abspielt, hat sie immer einen Bezug zur Gesellschaft – in einer Medienge-

sellschaft bedeutet dies: zu den Medien. Medien konstituieren Wirklichkeiten und Welt. Sie konstruieren Ängste, Hoffnungen – und Zukunft. Letztlich können medialisierte Hoffnungen zur sich selbst erfüllenden Prophetie werden – oder zur Messgrösse, an der das Scheitern eines Politikers abgearbeitet wird: Die Erwartungen an Barack Obama sind durch die Vergabe des Nobelpreises derart hochgeschraubt worden, dass er mit beträchtlicher Wahrscheinlichkeit – in Anbetracht der realpolitischen Sachzwänge – an ihnen scheitern wird. Dass Obama mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichnet wurde, der eigentlich ein Hoffnungspreis ist, weil er sich nicht auf bereits vollbrachte, sondern auf erhoffte Leistungen der skandinavischen Jury bezieht, zeigt deutlich, wie sehr dem neuen amerikanischen Präsident die Rolle des Hoffnungsträgers zugeschrieben wird.

Noch nie zuvor in der Geschichte wurde ein beträchtlicher Teil der Menschheit mit so viel Information konfrontiert wie heute. Diese Informationsflut nimmt im Zuge neuer Kommunikationsmedien und -tools weiter zu. Die Medien stiften durch ihre Informationsflut einerseits eine hohe Komplexität, ermöglichen andererseits durch ihr Agenda Setting eine temporalisierte Reduktion derselben Komplexität – zum Beispiel, indem Barack Obama zum personalisierten Hoffnungsträger wird. Aus den Themenfeldern, die heute problematisiert werden, entstehen die entsprechenden Hoffnungen – und diese weisen in die Zukunft. Ganz nach Hölderlin: «Wo aber Gefahr ist, wächst das Rettende auch.»



Francis Müller,

ist Religionssoziologe MA, Journalist und Dozent an der Zürcher Hochschule der Künste. Seine Themen sind urbane Ethnografie, Säkularisierung und religiöse Konversion. Müller ist Vorstandsmitglied von swissfuture. Mehr Infos: www.francismueller.ch

Literatur

Alexander, Elisabeth (2008): How to hope. A model of thoughts, feelings, and behaviours involved in transcending challenge and uncertainty. Saarbrücken: VDM Verlag.

Durkheim, Emile (1994): Die elementaren Formen der Religion. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Freud, Sigmund (2009): Die Traumdeutung. Frankfurt a. M.: Fischer.

Husserl, Edmund (1995): Cartesianische Meditationen. Hamburg: Felix Meiner.

Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Malinowski, Bronislaw (1975/2005): Eine wissenschaftliche Theorie der Kultur. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Mead, George H. (1934/1973): Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Was darf ich hoffen?

(Immanuel Kant)

Mit der Hoffnungslosigkeit beginnt der wahre Optimismus.

(Jean-Paul Sartre)

Hoffnung ist ein gutes Frühstück, aber ein schlechtes Abendbrot.

(Francis Bacon)

Wer von der Hoffnung lebt, stirbt an Enttäuschung.

(Spanisches Sprichwort)



SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: PIUS KNÜSEL

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Hoffnung ist ein starker Motivator, ein Energiespender. Wo Hoffnung ist, da bleibe ich dran. Dass die Welt besser wird, das eigene Leben sich den Wünschen entlang entwickle, usw. – daraus ergibt sich Handlung.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Ich bin ein unverbesserlicher Optimist. Optimisten sind der Überzeugung, dass Probleme da sind, um gelöst zu werden, und dass der Mensch dazu ausersehen ist. Optimismus ist die stärkste Form von Hoffnung.

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Sie sind ein Kompass, der jeder Tätigkeit oder jedem Projekt eine Richtung gibt, selbst da, wo man zuerst aus Pflicht handelt. Pflichten sind nur dann erträglich, wenn man sie für die eigenen Hoffnungen (glücklich zu werden) einsetzen kann.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Ich hoffe sogar jetzt, dass jemand meine Antworten hilfreich findet. Heute hatte ich ein schwieriges Gespräch, und ich hoffte, es mit Anstand über die Runden zu bringen.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Es ist geglückt, weil ich mich sorgfältig vorbereitet habe und in jedem Moment ehrlich blieb. Und weil man offen auf schwierige Situation zugehen muss und sie in keinem Moment als unangenehm oder peinlich empfinden darf. Dann scheitert man.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Es schmerzt, wie jede Enttäuschung. Aber als genetischer Optimist stellt sich sogleich die Hoffnung ein, dasselbe Ziel auf anderen Wegen zu erreichen.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Dass Pro Helvetia der Sprung in die Zukunft gelingt. Und dass ich zu einem vernünftigen Arbeits- und Lebensrhythmus zurückfinde.

Pius Knüsel

Pius Knüsel (*1957) ist Direktor der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia. Er übt sporadisch kulturpolitische Lehrtätigkeiten aus an den Universitäten von Basel, Neuchâtel, Lausanne und an der Zürcher Hochschule Winterthur.



SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: DEBORA BIFFI

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Hoffnung ist für mich ein eher negativ besetzter Begriff. Schliesslich hoffe ich nur, wenn ich mir nicht sicher bin, dass etwas klappt oder «gut» kommt.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Ich versuche so hoffnungslos wie möglich zu sein – in dem Sinne, dass ich es nicht nötig habe zu hoffen. Das wiederum setzt voraus, dass ich bestimmen kann, wie mein Leben verläuft – sei es im Alltag oder im Allgemeinen. (Das soll nicht heissen, dass ich keine Hoffnungen habe – aber ich versuche die Anzahl davon möglichst gering zu halten.)

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Hoffnungen bedeuten meistens Ungewissheiten. Sie machen mich und mein Handeln «nervös». Ich lasse mir das jeweils zwar nicht anmerken – innerlich bin ich in solchen Momenten aber sehr aufgekratzt.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Es gab da eine Sache im vergangenen Jahr, da habe ich echt gehofft.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Ja, sie hat sich. Weil sich die Umstände so ergeben haben und ich fest daran geglaubt habe.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Unerfüllte Hoffnung nehme ich als Schicksal hin.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Dass ich nicht zu hoffen brauche.

Debora Biffi

Debora Biffi (*1979) ist Designerin FH, Creative Director und Mitbegründerin der Senior Design Factory.



SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: BEDA STADLER

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Hoffnung ist das Quäntchen Glück, das bloss mit geringer Wahrscheinlichkeit eintreffen wird.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Eigentlich weder noch, weil, nüchtern betrachtet, ohnehin alles so abläuft, wie man es erwarten konnte. Zuviel Hoffnung ist wohl Selbstbetrug, schliesslich gibt es keinen freien Willen.

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Hoffnungen sind eine wunderbare Ausrede, wenn man sich um logische Konsequenzen drücken möchte. Ich spiele manchmal gerne mit dieser irrationalen Variante meines Verhaltens, schliesslich bin ich im Handeln frei.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Heute morgen, als ich hoffte, die zu fällende Tanne würde trotz Schiefstand auf die andere Seite fallen.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Nein, aber da ich nicht sicher war, habe ich sie mit einem Seil gesichert. Dank eines zweiten Seils und Brachialgewalt ist sie dann doch auf die gewünschte Seite gekippt.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Mit Humor, da Hoffnung für mich letztlich ein Spiel ist. Der Fehler liegt schliesslich bei mir, da ich die Situation falsch eingeschätzt habe. Zudem habe ich dadurch etwas gelernt.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Ich hoffe, dass möglichst viele Menschen von diesem Mem angesteckt werden: «Religion ist heilbar».

Beda Stadler

Prof. Dr. Beda Stadler (*1950) ist Universitätsdozent und Direktor des Instituts für Immunologie in Bern.

DIE PROPHETIE DER UNTERNEHMEN – GESCHICHTEN ZWISCHEN ANGST UND HOFFNUNG

In frühen Zeiten haben Propheten den Menschen den Weg in die Zukunft gewiesen. Sie waren von Gott instruiert, ihre Wahrheiten entsprechend unbestritten. Heute weisen uns die Unternehmen die Zukunft. Die erzählten Geschichten schwanken zwischen Hoffnung und Angstmacherei. Angeblich sollen unsere Bedürfnisse gestillt werden, aber die Unternehmen verfolgen ihre eigenen Ziele.

Joël Luc Cachelin

Vorausschau zur Sicherung der Überlebensfähigkeit

Das Vorausschauen ist eine Tätigkeit, die aus der Wirtschaft nicht wegzudenken ist. Oberstes Ziel jeder Unternehmensführung ist die langfristige Sicherung des Überlebens ihrer Organisation. Um dies erfolgreich zu tun, blickt das Management in die Zukunft. Die Antizipation des Kommenden begünstigt das Treffen der richtigen Entscheidungen. Es werden Pläne geschmiedet und Ressourcen verteilt. Auch wenn erst wenige Unternehmen eine strategic foresight installiert haben, so ist die Vorausschau häufig strukturiert und standardisiert. In der ersten Lektion der Betriebswirtschaftslehre lernt der Anfänger die Zukunft in Chancen und Gefahren einzuteilen. In der zweiten Lektion werden eine soziologische, eine technologische, eine ökologische und eine ökonomische Dimension der Zukunftsschau unterschieden. Fortgeschrittene Betriebswirte durchblättern die Bücher und surfen auf den Wellen der Trendforscher. Sie erhalten Einblick in die Vorstellung, wie die Welt einmal sein könnte. Sie erkennen: Die Zukunft ist unsicher, unfassbar, eigentlich nicht bestimmbar. Der Ausspruch der Trendforscher Frick & Kaiser ist symptomatisch: Die Zukunft gehört denen, die die besten Geschichten darüber erzählen. Aufgabe der Manager ist es, Strategien zu entwickeln, welche die Herausforderungen der organisationalen Umwelt bewältigen und deren Chancen im Sinne des Unternehmens nutzbar machen. Die Strategien sind nichts anderes als Geschichten. Sie erzählen, wie ein Unternehmen mit den möglichen Zukünften umgehen will und welche Mittel zur Erreichung und Bewältigung dieser

angeboten werden. Die Geschichten verknüpfen die Angebote des Unternehmens mit den Bedürfnissen der Anspruchsgruppen. Als solche treten die Kunden, die Mitarbeitenden, die Aktionäre und die Öffentlichkeit auf. Sie alle hören zu, welche Geschichten die Manager und deren verlängerte Arme im Marketing, den Public Relations und im Human Resources Management zum Besten geben. Hinter den Anspruchsgruppen stehen einzelne Individuen. Es ist der einzelne Mensch, der den Geschichten zuhört und die Konsequenzen zieht. Dies ist umso wichtiger, als der Megatrend der Individualisierung die gesellschaftlichen Gemeinschaften und Institutionen ausdifferenziert und in deren Einzelteile zerlegt. Die Geschichten beschreiben schliesslich, warum ein bestimmtes Unternehmen besser, anders oder billiger als die Konkurrenz ist. Die Geschichten werden nicht nur zur Unterhaltung vorgetragen. Hinter der Unterhaltung steht ein Appell. Die Zuhörer sollen motiviert werden, Teil der Gemeinschaft des Unternehmens zu werden. Zur Präsentation gehören das Schmackhaftmachen und das Vorstellen von dazugehörigen Hilfsmitteln. Unternehmen befriedigen nicht nur alltägliche Bedürfnisse. Sie bieten auch Hilfe bei der Befriedigung höherer Bedürfnisse, insbesondere bei der Erlangung von Selbstverwirklichung. Sie tun dies durch die Vermittlung von Träumen und Visionen. Es werden Zustände angepriesen, welche die Form von Traumwelten annehmen. Sie beschreiben, wie die Welt einmal sein könnte und welche Rolle der einzelne Mensch in ihnen einnimmt. Als Vermittler der Traumwelten werden Figuren und Produkte eingesetzt. Die Figuren kennen die Traum-

welten aus eigener Erfahrung. Sie schwärmen von den Vorzügen und den paradisi-schen Zuständen. Sie spielen die Lockvögel, denen wir folgen sollen. Produkte eröffnen den Zugang zu den angepriesenen Traumwelten. Ihr Konsum entführt uns in das bessere Leben. Besitz erinnert uns stets an die andere Welt und signalisiert unsere Zugehörigkeit.

Zwischen Hoffnung und Angst

Das letzte Jahrhundert hat die materielle Welt in eine immaterielle verwandelt. Die physisch stabile Welt ist zu einer Ansammlung von Wissen und Emotionen geworden. In der neuen Welt ist knapp, was einst im Überfluss vorhanden war. Umgekehrt ist im Überfluss vorhanden, was einmal knapp war. Im Rahmen dieses Artikels ist insbesondere der Verlust von Selbstverständlichkeiten relevant. In einer materiell ungesättigten Welt sind Heimat, Sinn, Orientierung und Ordnung selbstverständlich, weil die Wahlmöglichkeiten für das Individuum begrenzt sind. Es ist mehr mit dem Kampf um das Überleben beziehungsweise mit der Bewältigung seines Alltags beschäftigt. In einer immateriellen Wohlstandswelt steht der einzelne Mensch ohne Selbstverständlichkeiten da. Kaum ist er der Kinderstube entwachsen, begegnet er der Aufgabe, sich zu verwirklichen und seinen persönlichen Weg zum Glück zu finden. Er arbeitet fortlaufend an seiner Identität, in dem er an der Geschichte schreibt, die er sich über sich selbst erzählt. Die zu treffenden Entscheide nehmen kein Ende. Das Individuum will Gewissheit über sich selbst erlangen und strebt nach Heimat, Sinn, Orientierung und Ordnung. Den Geschichten, die früher die Kirche, der Staat und die Grossmutter erzählt haben, hören wir nicht mehr zu.

In einer immateriellen Welt gewinnen die von den Unternehmen erzählten Geschichten an Bedeutung. Es gibt zwei entgegengesetzte Möglichkeiten, um von der Zukunft zu erzählen. Sie unterscheiden sich darin, ob von Angst oder Hoffnung die Rede ist. Im Modus der Hoffnung ist die Welt gut. Es gibt keinen Zweifel, dass alles immer besser wird. Der Fortschritt ist grenzenlos, die Ressourcen sind endlos. Wir leben nur

einmal und das Leben bietet immer neue Bedürfnisse, die zu befriedigen sind. Die von den Organisationen erzählt Geschichten drehen sich um die Optimierung der Welt. Die Welt ist voller Chancen, die es zu ergreifen gilt. Das Leben dient der Selbstverwirklichung. Es gibt so vieles zu entdecken und zu feiern. Die Geschichten erzählen von einem selbstbewussten, sicheren, freien und unabhängigen Individuum. Dank der Hilfe der Organisationen wird es noch schöner, schneller und gescheiter. Das Leben ist ein pausenloses Bad im Glück. Die Geschichten gleichen den Erlösungsgeschichten der Bibel. In der Ferne leuchtet ein Paradies, in dem alle glücklich sind. Die Unternehmen sind Götter, die den Menschen vom Leid befreien und zu einem besseren Leben befähigen. Alle Unternehmen verfliessen zum Heil. Sie gleichen Gott, der die Geschicke lenkt. Alles wird gut oder zumindest besser. Hoffnung zu vermitteln heisst an das Leben zu glauben.

Im Modus der Angst ist die Welt schlecht. Die Welt erscheint in einem düsteren und unheimlichen Licht. Hinter jeder Ecke lauern Risiken und Gefahren. Krisen bedrohen den Fortgang der Geschichte. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis alles ein Ende nehmen wird. Es herrscht ein Klima der Unsicherheit. Die von den Organisationen erzählten Geschichten drehen sich um das Fernhalten und Verhindern des Unheils. Das Individuum ist hilflos und unsicher. Es braucht Unterstützung und Schutz. Ohne Hilfe ist es hoffnungslos verloren. Das Böse lauert überall und muss bekämpft werden. Terrorismus, Bankrott und Krankheit warten auf ihre Opfer. Der Mensch ist schlecht. Einzig Misstrauen garantiert das Überleben. Die Geschichten vermitteln keinen Zugang zum Paradies. Sie erzählen, wie das Schlimmste verhindert werden kann. Sie stellen sicher, dass die Erde nicht zur irdischen Hölle wird. Die Unternehmen, die Wirtschaft verhindern zwar die Hölle, nehmen aber gleichzeitig die Funktion der Advokaten des Teufels ein. Denn ihm wird eine Plattform geboten, auf der er pausenlos auf das Schlechte verweisen kann. An die Ängste zu appellieren heisst den Tod sichtbar zu machen und ihm bange entgegenzutreten.

Unternehmen statt Propheten

Dass der Mensch nach seinem Platz auf Erden sucht war schon in der materiellen Welt der Fall. Es liegt in der Natur des Menschen, dass sein Wesen nicht alle Fragen klärt. Die Fähigkeit Fragen zu stellen unterscheidet ihn vom Tier, das alleine mit seinen Instinkten das Leben bewältigt. Der Mensch jedoch will wissen, woher er kommt, wohin er geht und worin der Sinn des Lebens besteht. In der alten Welt wurden die Fragen auf einer religiösen Ebene beantwortet. Die Möglichkeiten auf die quälenden Fragen der Existenz zu antworten waren begrenzt. Das Leben war Gott gewidmet. Das Dasein auf Erden war mehr oder weniger bedeutungslos, weil früher oder später die Erlösung durch die Aufnahme in das überirdische Paradies erfolgte. Als Sprechrohre zwischen Gott und den Gläubigen traten Propheten auf. Sie erzählten vom Kommenden und gaben Anweisungen, wie sich die Menschen darauf vorzubereiten hatten. Der Inhalt der Prophezeiungen wurde nicht in Frage gestellt. Sie entflossen dem Willen Gottes. Der Mensch hatte sich seinem Schicksal zu fügen.

Der soziale und ökonomische Fortschritt haben die Fragen der Existenz ausdifferenziert und eine Fülle von Antwortmöglichkeiten geschaffen. Typisch für unsere Zeit ist das Suchen der Antworten in den Geschichten der Unternehmungen. Die Prophezeiungen der Manager sind irdisch. Sie folgen keiner göttlichen Eingebung und sind dadurch beliebig. Die Unternehmen stehen in der Verantwortung, durch ihre Geschichten den Verlauf der Welt zu bestimmen. Es gibt keine ähnlich machtvollen Instanzen, welche die Meinung der Menschen ähnlich stark beeinflussen. Die Kirche hat an Einfluss verloren. Der Staat hat die Legitimation verloren, unsere Probleme zu lösen. Die Politik hat an Glaubwürdigkeit verloren und spielt selbst das Spiel des Marktes. Die Unternehmen übernehmen selten die Verantwortung für die Gesamtgesellschaft. Es liegt in ihrem Naturell, sich vordergründig auf ihre eigene Entwicklung zu konzentrieren. Sie wollen ihr Überleben sichern. Sie tun dies im Kontext der sich aus der Zukunft ergebenden Chancen und

Gefahren. Aber ein einzelnes Unternehmen will den Verlauf der Geschichte nicht bestimmen. Es befriedigt die Bedürfnisse seiner Anspruchsgruppen, um die Erträge in die eigene Zukunft zu investieren.

Die Kunden sind die wichtigste Anspruchsgruppe eines Unternehmens, weil sie deren Leistungen und dadurch deren Zweck in der Gesellschaft bestimmen. Wenn Kunden befriedigt werden, dann wird immer wieder auf die Bedeutung ihrer Bedürfnisse verwiesen. Manager und Managerforscher delegieren die Verantwortung für die angebotenen Produkte und Dienstleistungen, beziehungsweise die Werte, die dahinterstehen. Angeblich sind es die Kunden, die mit ihren Hoffnungen und Ängsten die Wertschöpfung des Unternehmens bestimmen. Aber die Bedürfnisse sind eine diffuse Mischung aus selbstbestimmten Wünschen und fremdbestimmten Vorstellungen. Wieder sind zwei Extreme der Deutung denkbar. Das Menschenbild der Selbstbestimmung geht von einem selbstbewussten und selbstständigen Individuum aus. Es kennt seine Bedürfnisse und die dazugehörigen Mittel der Realisierung. Wie bei einer Zwiebel ist die Entwicklung zur blühenden Pflanze bereits festgelegt. Das Individuum weiss, welche Hilfsmittel es für seine Verwirklichung und Vollendung braucht. Das Menschenbild der Fremdbestimmung geht im Gegenzug von einem verunsicherten, kränklichen und unmündigen Individuum aus. Es ist unsicher, welche Bedürfnisse die seinigen sind und was es allenfalls braucht, um diese zu realisieren. Wie ein kleines Kind muss es von seinen Eltern umsorgt werden.

Göttliche oder teuflische Pläne?

Sind die Menschen selbstbestimmt, dann sind Unternehmen hilfreiche Lebensbegleiter, die mit ihren Leistungen einen kleinen Beitrag zur Unterstützung der Selbstbestimmung leisten. Unternehmen begleiten und beraten ihre Anspruchsgruppen. Sie intervenieren nur so viel wie nötig und zeichnen sich durch die Fürsorge für die an ihnen beteiligten Individuen aus. Sie vertrauen auf deren Selbstständigkeit und Selbstverantwortung. Der Mensch ist gut. Die Pläne der Unternehmen sind göttlich. Sind die Men-

schen aber fremdbestimmt, so sind sie gefügte Wesen, die ihre Selbstbestimmung nach der Fremdbestimmung der Unternehmen richten. Sie tun, was ihnen die Unternehmen oder die Wirtschaft als Ganzes verspricht. Sie glauben an die versprochenen Traumwelten und tun alles, um selbst Teil dieser zu werden. Gierig hören sie den heilsversprechenden Geschichten der Werbung zu. Die Unternehmen sind überzeugt, dass die Individuen nicht ohne ihre Hilfe zurechtkommen. Der Mensch ist schlecht, dumm, unsicher und unfähig. Die Unternehmen verfolgen göttliche oder teuflische Pläne, je nach dem von welchem Menschen- und Zukunftsbild der Beobachter ausgeht.



Joël Luc Cachelin,

Dr. oec. HSG. Hat an der Universität St. Gallen studiert und zur Zukunft des Managements doktoriert. 2009 hat er die Wissensfabrik gegründet, die sich mit der Analyse und Weiterentwicklung von Wissensunternehmen beschäftigt. Auf www.wissensfabrik.ch sind weitere Publikationen im Volltext verfügbar.

Literatur

Bolz, N. (2008). Das Wissen der Religion. München: Wilhelm Fink.

Gross, P. (2007). Jenseits der Erlösung. Bielefeld: Transcript.

Frick, K. & Kaiser, St. (2006). Zukunftswissen. GDI IMPULS Winter 2006, S8-17.

Müller, A. W. & Müller-Stewens, G. (2009). Strategic Foresight. Stuttgart: Schäffer Poeschel.

Hoffnung ist eben nicht Optimismus, ist nicht Überzeugung, dass etwas gut ausgeht, sondern die Gewissheit, dass etwas Sinn hat – ohne Rücksicht darauf, wie es ausgeht.

(Václav Havel)

Den Traum vom Unwahrscheinlichen nennen wir Hoffnung.

(Jostein Gaarder)

Was ist das Letzte im Leben? - Die Hoffnung.

(Diogenes von Sinope)

Hoffnung aber lässt nicht zu Schanden werden.

(Bibel, Römerbrief 5, 5)



SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: JEROEN VAN ROOIJEN

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Am Morgen aufstehen zu können und sich des Lebens zu erfreuen, weil individuelle Entwicklung im Gange oder absehbar ist und dann in der Zeitung zu lesen, dass auch auf kollektiver Ebene daran gearbeitet wird, der Welt eine Perspektive zu geben.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Ich bin «full of hope», immer schon gewesen. Vielleicht ist Hoffnung ja die einzig verbleibende Währung, mit der man noch gerne handelt? Alles andere hat sich ja entzaubert. We have to stick to some ideals!

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Ich hoffe und will – und manchmal, vielleicht sogar meistens, wirds dann auch.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Vor zwei Minuten habe ich gehofft, dass mir etwas Gescheites auf diese geisteswissenschaftlich-theoretischen Fragen einfällt. Ich arbeite noch an der Umsetzung.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Das sehe ich, wenn ich bei Frage sieben angekommen bin.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Forget it and start again.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Dass die Welt aus der Starre und Beklemmung herausfindet, dass wieder nach vorne gearbeitet und Neues riskiert wird, dass es einen Technologieschub gibt und dass Barack Obama seinen Friedensnobelpreis für das Reanimieren der globalen Hoffnung mit klugen Taten rechtfertigt.

Jeroen van Rooijen

Jeroen van Rooijen (*1970) ist Zeitgeisttheoretiker, Stilkritiker und Modejournalist bei NZZ, NZZ am Sonntag, NZZ Folio, Magazin «Z» und auf Radio DRS3.



Corinne Parrat

Corinne Parrat (30) ist Mediendesignerin und KV-Angestellte. Sie ist seit ihrem vierten Lebensjahr gehörlos und hat im vergangenen Oktober an der ersten Miss Handicap Wahl teilgenommen und den Titel als «Botschafterin für Menschen mit einer Behinderung» gewonnen.

SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: LUZIUS MARTIN

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Die Hoffnung ist die Vorahnung, dass ein Wunsch möglicherweise in Erfüllung gehen wird. Der Wunsch ist der Motor, die Hoffnung ist das Benzin meines Lebens. Ich hoffe heute sehr persönlich: mein Lebensglück und das meiner Lieben gehen vor der Weltverbesserung.

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Ich bin ein hoffnungsvoller Mensch. Das alte, naive Glückskindgefühl ist ein treuer Begleiter.

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Die Hoffnung nährt meine Beharrlichkeit. Sie ist die Grundmelodie, die ich vor mich hinsumme, bis ein Plan sich verwirklicht, ein Wunsch sich erfüllt. Oder auch nicht.

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Gestern, heute morgen und jetzt, ich hoffe eigentlich permanent, wie ein Boxer, der immer glaubt, er werde gewinnen und trainiert und trainiert.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Die Erfüllung ist nicht immer das Ziel, das Hoffen an sich ist ein schöner Zustand, wer hofft hat ein Ziel und jedes erreichte Ziel gebiert eine neue Hoffnung, bis zum finalen k.o.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Akzeptieren, abhaken und weiterhoffen. Hoffentlich sportlich.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Die nächste Runde zu gewinnen.

Luzius Martin

Luzius Martin (*1969) ist Gründungsmitglied des Club 789 und Initiator sowie Kurator des Schweizerischen Boxmuseums in Basel.

SIEBEN FRAGEN ZUR HOFFNUNG: CORINNE PARRAT

1. Was bedeutet für Sie Hoffnung?

Hoffnung heisst für mich, auf etwas Positives warten. Es ist für mich sehr stark mit «sich etwas wünschen» verbunden. Es ist für mich grundsätzlich etwas sehr Schönes und Spannendes. Am Abend der Miss Handicap Wahl im vergangenen Jahr war ich voller Hoffnung!

2. Sind Sie eher hoffnungsvoll oder hoffnungslos?

Ich bin eher ein hoffnungsvoller Mensch. Besonders durch meine Gehörlosigkeit bin ich zusätzlich gewachsen und habe gelernt hoffnungsvoll zu sein. Wenn man eher hoffnungslos durchs Leben schreitet, so verpasst man so viele schöne Erfahrungen und Erlebnisse.

3. Wie wirken sich Ihre Hoffnungen auf Ihr Handeln aus?

Durch meine Hoffnungen schreite ich viel offener durchs Leben. Ich wage viel mehr, weil ich sehe wie oft ich schon gehofft habe und diese Hoffnungen auch erfüllt worden sind. Es macht mich wagemutiger und erfüllte Hoffnungen lassen mich weiter träumen...

4. Wann haben Sie zum letzten Mal gehofft?

Eine meiner grössten Hoffnungen in der Vergangenheit war, einen tollen Job zu finden. Obwohl ein handicapierter Mensch genau so gute Voraussetzungen mitbringen kann wie ein nicht handicapierter, ist er immer noch in einer schlechteren Position. Oft benötigt es nur etwas Umdenken; zum Beispiel müssen für Rollstuhlgänger tiefere Regale her, damit er oder sie diese erreichen kann oder man muss mir, als gehörloser Person, auf die Schultern tippen, damit ich jemandem Aufmerksamkeit schenke.

5. Hat sich diese Hoffnung erfüllt?

Ja, seit letztem Jahr habe ich eine tolle Stelle im KV- Bereich in Basel gefunden. Mein Team ist super und unterstützt mich täglich. Mir macht es wirklich Spass dort zu arbeiten.

6. Wie gehen Sie mit nicht erfüllter Hoffnung um?

Es bringt nichts den Kopf in den Sand zu stecken und auf bessere Zeiten zu warten. Oft braucht es ein bisschen Zeit um unerfüllte Hoffnungen zu verarbeiten, aber dann geht das Leben wieder weiter. Es wird eine nächste Gelegenheit kommen, wo sich eine nächste Hoffnung dann zum Positiven wendet, davon bin ich überzeugt.

7. Was ist Ihre grösste Hoffnung fürs Jahr 2010?

Meine grösste Hoffnung ist es, als Fotografin Fuss fassen zu können und somit meine erste Fotoausstellung in diesem Sommer ein Erfolg sein wird. Mir hat bisher die Zeit gefehlt um mich noch mehr meiner Kamera zu widmen. Die Miss Handicap Organisation unterstützt mich nun bei der definitiven Umsetzung meines grossen Traumes. Das habe ich mir immer gewünscht. Zudem möchte ich, dass die Gesellschaft den behinderten Menschen mehr Aufmerksamkeit schenkt und hoffe damit auch zu mehr Respekt zwischen beiden Gruppen beitragen zu können. Durch meine Botschafterinnenrolle als Miss Handicap 2009 bekomme ich nun genau diese Aufmerksamkeit, die ich benötige um beispielsweise für noch mehr Gleichstellung am Arbeitsplatz zu kämpfen.

ZEITZEUGEN: GERHARD KOCHER – WIR WAREN ZUKUNFTSORIENTIERT UND ETWAS UNGEDULDIG

In Hinblick auf das 40-Jahre-Jubiläum von swissfuture führen wir Gespräche mit Gründern, ehemaligen Präsidenten und Vorstandsmitgliedern der Vereinigung für Zukunftsforschung. Diesmal mit dem Gründer Gerhard Kocher mit Fokus auf die Phase in den Siebzigerjahren.

Francis Müller: Was hat Sie vor vierzig Jahren dazu bewegt, die Schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung – die heutige swissfuture – zu gründen?

Gerhard Kocher: Gegründet habe ich die Schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung (SZF) zusammen mit ETH-Professor Bruno Fritsch im Jahr 1970. Unser gemeinsames Buch «Zukunftsforschung in der Schweiz» (Verlag Haupt, Bern 1970) war gewissermassen der Startschuss. In der SZF waren wir stark amerikaorientiert und wir sahen die Rückständigkeit der Schweiz auf vielen Gebieten. Die Schweiz blickte vertrauensvoll in die Vergangenheit. Wir aber wollten Reformen erzielen und dafür auch die notwendigen Prognose- und Planungsinstrumente bekannt machen.

Zukunftsforschung dürfte damals noch eine ziemlich exotische Disziplin gewesen sein.

Wegweisend für die Zukunftsforschung in der Anfangsphase nach dem 2. Weltkrieg waren Frankreich und die USA. Hauptgründe in Frankreich waren die staatliche Planification, der Zentralismus und das cartesianische Denken. Die USA hatten im 2. Weltkrieg mit Riesenprojekten wie dem rasanten Aufbau der Rüstungsindustrie und dem D-Day 1944 zahlreiche Erfahrungen gemacht. Die Fachleute wandten dieses Können und diese Methoden nach ihrer Rückkehr ins zivile Leben nun an auf zivile Projekte wie Städtebau, Verkehr und Wirtschaft, was die Zukunftsforschung stark förderte. Wichtig war auch der Boom bei den Think Tanks. Frankreich und die USA hatten und haben auch heute die besten Vereinigungen der Zukunftsforschung. Im Vergleich zur Bevölkerungszahl war damals allerdings die SZF die grösste nationale Vereinigung für Zukunftsforschung. Ich besuchte einige Weltkongresse der Zukunftsforschung in USA und Kanada. Als Ökonom arbeitete ich in einer amerikanischen Welthandelsfirma und später im Business Network Switzerland (damals: OSEC, Schweiz. Zentrale für Handelsförderung).

Welche Themen hatten damals für Sie eine besonders hohe Relevanz?

Zentral für mich war die Förderung der Methodenkenntnis (es gibt je nach Detaillierungsgrad 100 – 200 Methoden/Techniken der Zukunftsforschung und Planung). Die meisten Wissenschaftler und Entscheidungsträger kennen nur wenige davon und wenden noch

weniger an. Nach wie vor ungenügend ist auch die Kenntnis vor allem ausländischer Prognosen und Planungen. Das meiste ist schon vorhanden – zahlreiche Zukunftsaussichten sind ja international, aber man bastelt im Kleinstaat Schweiz lieber ein eigenes Prognölein. Einen Methodenüberblick bietet die englische Version der Wikipedia unter «futures techniques» und unter «futurology».

Welche Ziele verfolgten Sie?

Wichtig war uns, Zukunftsforschung in alle wichtigen gesellschaftliche Sektoren zu bringen. Es gab zwar grossangelegte Gesamtkonzepte für Verkehr und für Energie, aber praktisch nichts in Gebieten wie Gesundheitswesen, Bildung, Volkswirtschaft, Landwirtschaft und Recht/Justiz.

Welche Thesen hatten die höchste Treffgenauigkeit?

Qualitätskontrolle von Prognosen ist ein wichtiges Teilgebiet seriöser Zukunftsforschung. Das klassische Buch dazu schrieb William Ascher (Forecasting, 1978). Im grossen Ganzen waren die folgenden Prognosen der Siebzigerjahre zutreffend: Internationalisierung, Bedeutung der Umwelt, europäische Integration, Abkehr vom Ballenberg-Föderalismus Richtung Bund, Bevölkerungsentwicklung und Alterung, Kostenentwicklung im Gesundheitswesen, grosse Zukunft des Feminismus, ständiges Auf und Ab der Wirtschaft, Grenzen des Wachstums (dieses Buch von 1972 hatte eine unglaublich grosse Wirkung!). Schlecht prognostiziert wurden dagegen die Informatik («Automatik»), die geringen Fortschritte in den Entwicklungsländern und die andauernden Reformschwächen zum Beispiel der Schweiz.

Mit welchen Methoden haben Sie operiert?

Für unseren ersten Generalsekretär Ingenieur Paul Dubach und mich waren die methodologischen Aspekte besonders wichtig. Ich bin ein überzeugter Fan der Morphologie, benütze oft Brainstorming, finde Zukunftswerkstätten nützlich (aber schwierig), habe zahlreiche Delphi-Fragen gemacht und brauche oft die Cross-Impact-Analyse. Analysiert wird darin in einer Matrix, wie stark einzelne Ereignisse auf andere Ereignisse einwirken. Ich wende weiters oft die Systemanalyse an, propagiere die Theorie der schwachen Signale (frühzeitig schwache Signale erkennen und nicht wie üblich nur die starken beachten) und mache ab und zu Szenarien (trotz grosser Vorbehalte gegenüber dieser Methode). Zu den wichtigsten «Methoden» gehört für mich die «Besichtigung der Zukunft», das heisst, dass man zukunftsweisende Innovationen in anderen Ländern (je nach Fachgebiet) 1:1 studiert. In vielen Beziehungen besonders besuchenswert sind die USA, Frankreich, Schweden und Niederlande. Eine weitere «Methode» ist die intensive Lektüre ausländischer Fachliteratur, auch der über 15 Fachorgane der Zukunftsforschung. Sie sind aber bei uns noch immer zu wenig bekannt (Liste bei www.wfsf.org).

Erinnern Sie sich an eine bestimmte Prognose eines Zukunftsszenarios?

Von Szenarien halte ich – wie von blosser Trendaufzählerei – wegen ihrer Beliebigkeit nicht viel. Andere Methoden sind viel nützlicher.

Ein Grossprojekt der SZF war die Delphi-Umfrage über die Zukunft des Verkehrs, veröffentlicht 1975. Projektleiter war Eduard H. Schoch. Nicht weniger als hundert Experten wurden in vier Runden befragt.

Zukunftsforschung war vor Jahrzehnten noch nicht so etabliert wie heute, wo zahlreiche Konzerne entsprechende Abteilungen führen. Wie wurde swissfuture damals innerhalb der akademischen Welt und in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

«Zukunftsforschung» passte und passt nicht so recht in die übliche akademische Welt und Universitätsinstitute und Lehrstühle sind bis heute selten. Viele Elemente der Zukunftsforschung werden aber unter anderen Bezeichnungen angewendet: Prognostik, Planung, Strategie, strategisches Management, Leitbild, Projektleitung, Technology Assessment, Varianten, Alternativen, Gesamtkonzepte. Ein grosser Erfolg für die SZF war, dass sie als Mitglied der Schweizerischen Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften SAGW aufgenommen wurde. Dies bewirkte auch eine finanzielle Unterstützung, wodurch die sehr tiefe Entlohnung des Generalsekretärs und des Alleinredaktors etwas erhöht werden konnte. Der SZF kam zugute, dass wir im Vorstand immer auch bekannte und angesehene Personen hatten, wie Guido Casetti, Theo Ginsburg, Adrian Gnehm, Pierre Goetschin, Hans-Georg Graf, Peter Keller, Markus Kutter, Christian Lutz, Samuel Mauch, Elisabeth Michel-Alder, Peter G. Rogge, Rudolf Schnyder von Wartensee, Dieter von Schulthess und Walter Wittmann. Besonders bekannte Zukunftsforscher waren damals Robert Jungk, Ernst Basler, Bruno Fritsch, Bertrand de Jouvenel, Jean Fourastié, Erich Jantsch, Michel Godet, Aurelio Peccei, William Ascher, Daniel Bell, Alvin Toffler und Herman Kahn.

Wie hat sich die Vereinigung für Zukunftsforschung damals positioniert?

Wir waren wissenschaftlich ausgerichtet, methodologieorientiert und wollten alle wichtigen Sektoren abdecken. Parteipolitisch waren wir ein Querschnitt der damaligen Politlandschaft. Natürlich waren wir alle reform- und zukunftsorientiert und oft auch etwas ungeduldig. Die Aufbruchsstimmung war typisch für die SZF. Wir waren zukunftsgläubig, aber die verbreitete Fortschrittsgläubigkeit teilten wir nicht. Klar war für uns nur, dass es so nicht weitergehen kann. Diese Grundhaltungen änderten sich in den ersten 25 Jahren (1970-1995) im Vorstand kaum.

Welches waren die wichtigsten Aktivitäten in den Siebzigerjahren? Welche Publikationen wurden verfasst?

Von 1972 bis 1995 war ich Chefredaktor des «SZF-Bulletins», dem Vorläufer des Swissfuture Magazins. Es enthielt in dieser Zeit rund 9'000 Kurzbeiträge. Die SZF-Symposien mit hundert bis dreihundert Teilnehmern (meist im Gottlieb-Duttweiler-Institut) waren ebenfalls wichtig, wie auch verschiedene Arbeitsgruppen. Bücher publizierten wir u. a. über Wohnen im Jahr 2000, Zukunftstauglichkeit unserer Entscheidungsstrukturen, Grenzen der Forschung und Innovation, Zukunft des Verkehrs, Zukunft des Gesundheitswesens, Zukunftsperspektiven und über die Zukunft der Schweiz (Details s. www.swissfuture.ch, unter «Publikationen/Medien»).

Wenn Sie zurückblicken: Was kann die Zukunftsforschung leisten? Was nicht?

Sie kann für alle Fachgebiete Methoden bieten und vor allem auch die richtige für das betreffende Thema und Projekt auswählen. Sie kann auf den Evaluationen früherer Prognosen (Qualitätskontrolle) aufbauen. Sie bietet eine reiche internationale Fachliteratur zur Beschäftigung mit der Zukunft; viele «Zukunftsforscher» kennen diese aber leider nicht... Zukunftsforschung kann auf einzelnen Gebieten die nächste Zukunft gut vorhersagen (z. B. Bevölkerungsentwicklung), auf anderen nicht. Dort kann sie aber Wahrscheinlichkeiten bieten und Systeme zum Umgang mit der Ungewissheit entwickeln. Insbesondere kann sie für Prognostik und Planung verschiedenste Berufe und Themen zusammenbringen, was bei der zunehmenden Komplexität und Vernetzung wichtig ist.

Welchen Ratschlag würden Sie heute einem Zukunftsforscher mit auf den Weg geben?

- 1) Methoden und Techniken der Zukunftsforschung kennen,
- 2) systematisch Prognosen sammeln und auswerten,
- 3) Methodenmix (nie nur eine Methode anwenden),
- 4) nicht der oberflächlichen Mode der «Trendforschung» verfallen,
- 5) nicht der Versuchung erliegen, über alle Sachgebiete zu schwadronieren und sich als Universalprognostiker aufzuspielen. Solche Leute diskreditieren die Zukunftsforschung.

Und welche Ratschläge haben Sie – 40 Jahre nach der Gründung – für Swissfuture?

- Aus meiner Sicht würde ich vier Neuerungen zur Prüfung empfehlen:
- Eine grundlegende Reform des Swissfuture-Magazins: Übersicht über wichtige Prognosen im In- und Ausland, Schwerpunkt auf Methoden und Methodevaluation, Rezensionen von seriösen Werken der Zukunftsforschung, Übersicht über Institute, Periodika und Internetlinks der Zukunftsforschung, Abdruck wichtiger Artikel aus anderen Zeitschriften, keine Themennummern, mehr wissenschaftlicher als essayistischer Charakter, einfachere Gestaltung.
 - Herausgabe eines Leitfadens über Methoden der Zukunftsforschung: fehlt in der deutschsprachigen Literatur immer noch.
 - Vergrösserung des Vorstandes auf 14 Personen aus verschiedensten Berufen und Fachgebieten.
 - Verdoppelung der Mitgliederzahl in drei Jahren. Die SZF hatte seinerzeit 1300 Mitglieder, heute sind es 400.

Meine Prognose: Diese vier Aktivitäten wären massgebliche Beiträge zur Förderung der Zukunftsforschung in unserem Land.



Gerhard Kocher

Geboren 1939 in Bern. Dr. rer. pol., Volkswirtschaft und Politologe. Nach Tätigkeiten in einer amerikanischen Welthandelsfirma in Genf und als Sekretär der Schweiz. Zentrale für Handelsförderung OSEC (heute: Business Network Switzerland) selbstständiger Berater, vor allem für Gesundheitsökonomie und -politik und Zukunftsforschung. Kocher gründete 1970 mit Bruno Fritsch die Schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung SZF (heute: Swissfuture). 1972-1995 Chefredaktor des Fachorgans «Zukunftsforschung». Von 1978 bis 1995 Generalsekretär der SZF. 1976 Gründer der Schweiz. Gesellschaft für Gesundheitspolitik (www.sgpp.ch), Zentralsekretär bis 2002, Chefredaktor der «Gesundheitspolitischen Informationen GPI». Autor und Herausgeber zahlreicher Bücher.

Adresse: Haldenweg 10 A, 3074 Muri. Tel. 031 952 67 07.
E-Mail: gerhard.kocher@muri-be.ch

VERANSTALTUNGEN

Generalversammlung und Jubiläumsfeier

«40 Jahre swissfuture»

25. Mai | ETH Zürich

16 bis 16.45 Uhr:

Generalversammlung für aktuelle Mitglieder

Gebäude HIL, Raum C 10.2

Wolfgang-Pauli-Strasse 15

8093 Zürich

16.45 bis 18 Uhr:

Präsentation und Rundgang Science City ETH

(für aktuelle und ehemalige Mitglieder)

Referent: Dr. David Müller, Projektleiter Science City

Gebäude HIL, Raum C 10.2

18 bis 18:30 Uhr:

Demonstration Value Lab

(für aktuelle und ehemalige Mitglieder)

Referentin: Antje Kunze, Dipl. Ing.

Gebäude HIT (Science City)

18.30 bis 20.30 Uhr:

Apéro und Abendessen

(für aktuelle und ehemalige Mitglieder)

Restaurant Cheminsula (Science City)

Gebäude HCI, Raum F 3.1

Unkostenbeitrag für Abendessen und

Mineralwasser (50.-) wird vor Ort kassiert.

Avenir Suisse - Europaforum

«**Staatliche Unabhängigkeit in einer Welt der Abhängigkeiten**»

Referierende: Prof. Dr. Georg Kohler (Universität Zürich), Franz von Däniken

(ehem. Staatssekretär EDA), Katja Gentinetta (Stv. Direktorin Avenir Suisse).

26. April 2010 von 13 bis 20 Uhr | KKL Luzern

Finland Futures Research Centre | The Finland Futures Academy

«**Security in Futures – Security in Change**»

Speakers: Teija Tiilikainen (Director The Finnish Institute of International

Affairs, Finland), Yair Sharan (Director The Interdisciplinary Center for

Technology Analysis & Forecasting, Tel-Aviv University, Israel)

3. bis 4. Juni 2010 | Turku, Finnland

<http://conference2010.wordpress.com>

Zukunftskongress 2010

«**Unternehmen Zukunft – Ideen, die Sie weiterbringen**»

8. Juni 2010 | Deutsche Nationalbibliothek in Frankfurt am Main

Speakers: Matthias Horx, Andreas Steinle, Corinna Langwieser, Patrick van

Veen (Biologe, Managementberater und Gründer von Ape Management)

www.zukunftsinstitut.de/veranstaltungen

World Future 2010

«**Sustainable Futures, Strategies, and Technologies**»

Key-Note-Speaker: Ray Kurzweil (Founder Kurzweil Technologies, Inc.),

Michael Rogers (Founder, Practical Futurist)

8. bis 10. Juli 2010

The Westin Boston Waterfront Hotel, Boston, Massachusetts

www.wfs.org/2010main.htm

8. Sommertage Getränkewirtschaft

«**Die Zukunft des Erfolgs: Neue Perspektiven für die Getränkemärkte 2015**»

24. bis 26. August 2010

Hotel Hilton, Berlin

www.lz-net.de/freieressorts/aktion/sommertage/anmeldung.prl

www.gdi.ch/sites/default/files/events/STGW_Programm_2010.pdf

15. Deutscher Trendtag

«**Flow Control – Selbstbestimmung statt Systemkontrolle**»

Key-Note-Speaker: Manuel Castells

15. September 2010

Bucerius Law School, Hamburg

www.trendtag.de

SAGW

«**Auf dem Weg zu einer Generationenpolitik**»

18. November 2010, ganzer Tag

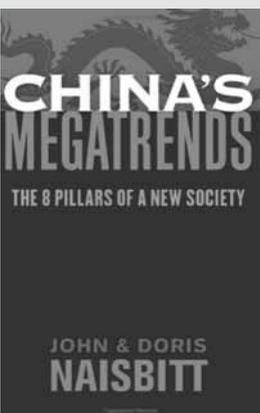
<http://www.sagw.ch/de/sagw/veranstaltungen.html>

STUDIEN UND PUBLIKATIONEN

Im Gegensatz zu quantitativen Forschungsprogrammen mit hohen Standardisierungsgraden sind qualitative Methoden offener. Basierend auf der Chicago School und auf hermeneutisch-interpretativen Sozialtheorien wie dem symbolischen Interaktionismus und der Phänomenologie ist im Laufe des vergangenen Jahrhunderts ein heterogenes Feld von qualitativen Methoden entstanden, mit denen Bildsprachen, Lebenswelten, Milieus, Subkulturen, Habitusformationen und Biografien untersucht werden können. Es wird also nicht eine Methoden über alle Forschungsfelder gestülpt, sondern es werden gegenstandsadäquate Ansätze gesucht. Im Sinne der Hebung der Standards qualitativer Forschung (auch gegenüber quantitativer) und um einen Konsens in Qualitätssicherung anzustreben, hat der Wissenschaftspolitische Rat der Sozialwissenschaften und die SAWG ein entsprechendes Manifest verfasst. Es enthält Richtlinien über Qualitätsstandards für die meisten qualitativen Verfahren und es beinhaltet Ansätze, wie diese in den Sozial- und Geisteswissenschaften vermittelt werden können. www.sagw.ch/de/sagw/oeffentlichkeitsarbeit/publikationen/publis-wiss-pol.html

Im jährlich von der World Future Society herausgegebenen Outlook werden die Highlights der Zukunftsprognosen aus dem FUTURIST zusammengefasst. Dieses Jahr etwa stehen alternative Ressourcen zur Gewinnung von Energie im Zentrum; etwa Algen, Abfall oder Ammoniak anstatt Öl. Weitere Innovationen gibts aus dem Bereich der Neurotechnologie: So sollen unsere Zellen zukünftig mit Kommunikationstechnologien versehen sein. Und Produkte sollen schliesslich nicht mehr in Regalen gekauft werden, sondern aus einem dreidimensionalen Printer 'gedruckt' werden. Der Bericht jedoch wird noch nicht neurotechnologisch kommuniziert, sondern kann auf der Webseite der WFS heruntergeladen oder gar – ganz altmodisch: per Post – bestellt werden. www.wfs.org/specialreports.htm

John Naisbitt ist so etwas wie ein Urgestein der Trend- und Zukunftsforschung. In seinem neusten Buch beschäftigen er und Doris Naisbitt sich mit dem wirtschaftlichen Aufstieg von China und der Frage, wie dieser trotz nicht vorhandener Demokratie möglich ist. Seine Prognose jedoch ist optimistisch: Es wird in China zu einer Emanzipation des Geistes kommen, zu einem Gleichgewicht zwischen Top-Down und Bottom-Up. Intellektuelle und künstlerische Kräfte werden die Autoritäten herausfordern und neue Kräfteverhältnisse schaffen, so Naisbitt weiter, und letztlich wird es zur chinesischen Öffnung gegenüber der Welt kommen. Wie üblich bei Naisbitt kommt die Untersuchung in acht schnittigen Thesen daher. Naisbitt, John/Naisbitt Doris (2010): Chinas Megatrends. The 8 pillars of a new Society. New York: HarperBusiness.



Swissfuture, die Schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung, sucht eine/n Masterstudenten/in

für einige Stunden pro Woche während ca. 9 Monate ab Juni 2010 zur wissenschaftlichen Mitarbeit an unserem Forschungsprojekt «Szenario-Studie zum Wertewandel in der Schweiz».

Zu den Aufgaben gehören:

- Aufarbeitung der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion zum Wertewandel; theoretische Grundlegung
- Aufarbeitung von verschiedenen sozioökonomischen Daten für die Schweiz bzw. die Schweizer Bevölkerung
- Mitwirkung an den Szenario-Workshops

Für diese Aufgaben sind besonders Master-Studierende aus den Bereichen Soziologie, Politologie, Sozialpsychologie geeignet.

Bewerbungen sind zu richten an den Studienleiter, Georges T. Roos, roos@kultinno.ch

ZUKÜNFTIGE ALS GESCHICHTE

Was das Studium vergangener Zukunftsszenarien über deren Gegenwart aussagt

Daniel Stanislaus Martel



Beim Airbus-Programm haben erwartete Reaktionen und die Umwelt die Entscheidungen beeinflusst. Dies zeigt eine Dissertation an der Universität Genf. Nach 1945 übernahmen die USA von Europa die Führung im Flugzeugbau. Anfangs der 60er Jahre entwickelte der amerikanische Hersteller Boeing den Jumbo Jet. Vertreter Frankreichs, Grossbritanniens und Westdeutschlands planten gemeinsam ein ähnliches Produkt zu lancieren. 1969 gründeten sie das Airbusprogramm.

Der A300 flog erstmals 1972. Die Prognosen wurden übertroffen. Ab Ende der 70er Jahre förderte die Globalisierung die Mobilität. Deshalb startete Airbus den flexibleren A310. Auch dieser war erfolgreich. Anfangs der 80er wurde ein neues Kurzstreckenflugzeug notwendig. Airbus maximierte die Technologiesprünge. Die U.S.-Konkurrenz bot Verbesserungen bestehender Modelle. Dadurch blieben die Investitionen gering. Dies widerspiegelte den aufkommenden Neoliberalismus. Kurzfristiges Profitstreben löste langfristiges Handeln ab.

Ab 1988 war der A320 der Kategoriebeste. Angesichts steigender Nachfrage lancierte Airbus den A340 für Langstrecken, den A330 für Massenverkehr auf kurzen Verbindungen. In den USA trimmte sich der grösste Hersteller Boeing auf Neoliberalismus. Neuinvestitionen wurden zugunsten schneller Profite aufgegeben. Auch kam es zu Entlassungen. Einzige Ausnahme war das laufende Grossraumprojekt B777. Airbus reagierte durch einen neuen A330. Aufgrund der Kapitalbindung der B777 und abgebauter Innovationskapazitäten war nun Boeing nicht zu einer Reaktion imstande. Sodann holte Airbus zum Angriff auf den Jumbo Jet aus. Der A380 für 555 Passagiere war das komplexeste Flugzeug aller Zeiten und verzögerte sich. In der Krise nach dem 11. September 2001 sparte Airbus bei der Entwicklung. Boeing raffte sich auf und überrundete mit der B787 den A330 und A340. Erst 2006 wurde der A350XWB vorgestellt. 2007 ging der A380 verspätet in Dienst. Auch der Erstflug der B787 verschob sich von 2007 auf 2009. 15 Jahre Sparübungen hatten Boeing Kernkompetenzen gekostet. Trotz der Tatsache, dass alle Prognostiker der Luftfahrt weiterhin hohes Wachstum prophezeien, stehen Airbus und Boeing vor Herausforderungen. Ein Beispiel ist die Klimadebatte. Entscheidend ist deren Fähigkeit zur Rückkehr zur strategischen Führung.

Die neoliberalen Nachwehen zeigen, dass Entscheide neben dem Lagebild den Zeitgeist widerspiegeln. Bis in die 80er war er auf langfristiges Überleben ausgerichtet, ehe nur noch der schnelle Profit zählte. Nun wechselt er zu einer grösseren Perspektive zurück – aber in einer instabileren Welt mit Investitionsrisiken.



Daniel Stanislaus Martel

Dr. Daniel Stanislaus Martel ist Fachjournalist für Aviatik und Technologie. Er promovierte an der Universität Genf. Seine Beiträge erscheinen u.a. in Skynews.ch, RMS Revue Militaire Suisse, Point de Mire und Market.ch. Ferner ist er Dozent für Bankstrategie bei AKAD. Schliesslich ist er als Trendscout und Ideenentwickler aktiv, derzeit für ein Start-Up-Unternehmen an der EPFL und ein Vorhaben im sozialen Bereich. Daneben hält er Vorträge. Näheres unter <http://ch.linkedin.com/in/danstanmart>, dmartel@bluewin.ch

Daniel Stanislaus Martel (2008): The Airbus programme : powered by the European Integration process or

Hoffnung ist wie ein Pfad. Am Anfang existiert er noch nicht, er entsteht erst, wenn viele Menschen den gleichen Weg gehen.
(Lu Xin)