

# Inhalt

## **Vorwort**

Die Zukunft wartet nicht .....	16
--------------------------------	----

## **Der Perspektivenwechsel**

Wohlstand neu denken .....	21
I. Globalisierung	
Die Deutschen fühlen sich als Verlierer .....	22
II. Arbeitslosigkeit – Armut – Kriminalität	
Die Zukunftssorgen der Bevölkerung .....	23
III. Strukturveränderungen .....	29
IV. Konfliktfelder .....	34
V. Falsche Versprechen	
Nicht-, Wechsel- und Protestwähler im Aufwind .....	40
VI. Prekarisierung	
Die Angst der Mittelschicht vor dem Abstieg .....	44
VII. Armutskarrieren	
Lebenslange Ausgrenzung .....	50
VIII. Sicherheitsventile	
Schattenwirtschaft und Schwarzarbeit .....	56
IX. Zukunftsperspektiven	
Chancen und Probleme .....	60
X. Vom Wohlstands- zum Sicherheitsdenken	
Auf der Suche nach Lebensqualität .....	71

## 0,5 x 2 x 3

Die Arbeitswelt 2030 .....	75
I. Von der Industrie- zur postindustriellen Gesellschaft Eine Prognose wird Wirklichkeit .....	76
II. Die 40-zu-60-Gesellschaft Leiharbeiter – Zweitjobs – Armutsarbeitsplätze .....	79
III. Die Beschäftigungskrise .....	83
IV. 0,5 x 2 x 3 Die Arbeitsformel von morgen .....	92
V. Abbau der Arbeitslosigkeit Lösungsansätze aus der Sicht der Bevölkerung .....	94
VI. Von der Zeitkultur zur Geldkultur .....	103
VII. Neue Welt der Arbeit? Das Gehalt als Schweigegehd .....	110
VIII. Neue Qualität der Arbeit .....	119
IX. Strukturwandel in der Arbeitswelt .....	126
X. Zukunft der Arbeit .....	132

## Das Dilemma von Zeit und Geld

Die Konsumwelt 2030 .....	152
I. Gespaltene Verbraucherschaft Die Mitte bricht weg .....	153
II. Maßhalten Abschied vom hybriden Konsumenten .....	155
III. Zeitalter der Sparmaßnahmen Versorgungskonsumenten dominieren .....	159
IV. Mehr Lebenslust als Kaufkraft Von der protestantischen zur romantischen Konsumethik .....	161
V. Bedürfniswandel Die Polarisierung von Versorgungs- und Erlebniskonsum .....	163
VI. Dienen kommt vor Verdienen Von der Produkt- zur Servicequalität .....	166

VII.	Massenhaft genießen Überfüllung als Normalität .....	167
VIII.	Neue Bescheidenheit Jugend verliert ihre Rolle als Trendpionier .....	168
IX.	Zeitkriege Kampf um die Zeit der Verbraucher .....	171
X.	Perspektive 2030 Zukunftsmärkte als Sinnmärkte .....	175

## **Vom Klimawandel zur Verhaltensänderung**

	<b>Die Umwelt 2030.....</b>	<b>181</b>
I.	Die globale Umweltproblematik als gesellschaftliche Herausforderung .....	182
II.	Umweltschutz als individuelle Herausforderung .....	184
III.	Ursachen und Verursacher von Umweltproblemen .....	186
IV.	Feinstaub – Fahrverbote– Umweltzonen Die Folgen umweltbelastender Verkehrsentwicklung .....	188
V.	Von der Klimaanlage bis zum Navigationssystem Das Auto der Zukunft aus der Sicht der Bevölkerung .....	191
VI.	Alternativen .....	192
VII.	Szenarien .....	196
VIII.	Umweltbewusstsein und Umweltverhalten .....	199
IX.	Einstellungs- und Verhaltensänderungen .....	201
X.	Umweltpolitik: Vom Konflikt zum Konzept.....	207

## **Von der TV-Generation zur Generation @**

	<b>Die Medienwelt 2030.....</b>	<b>214</b>
I.	Das TV-Zeitalter .....	215
II.	Das PC-Zeitalter .....	221
III.	Medienprofile .....	226
IV.	Multimedia .....	234
V.	Mythos Informationsgesellschaft .....	236

VI.	Comunikation der Generation @ .....	241
VII.	Ende der Privatheit? Die unsichere Datensicherheit .....	252
VIII.	Vertrauenssache Die Nutzung von Persönlichkeitsprofilen .....	254
IX.	Überwachungskultur Leben mit Videokameras .....	258
X.	»Cyberwar« Die Angst vor der @-Bombe .....	260

## **Vom Vereinsmeier zum Sporthopper**

	Die Sportwelt 2030 .....	267
I.	Von der Leibesübung zum Körperkult .....	268
II.	Sportland Deutschland .....	278
III.	Vom Idealisten zum Dienstleister Der Sportverein der Zukunft .....	284
IV.	Wie eine Seifenoper Sportveranstaltungen als Inszenierung .....	286
V.	Spitzensport Vom Profisportler zum Popstar .....	289
VI.	Die positive Wende im Sport Zukunftshoffnungen der Bevölkerung .....	289
VII.	Fitness – Wellness – Mindness Von der Bewegungs- zur Wohlfühlkultur .....	291
VIII.	Leben minus Langeweile Sport im Zeitalter der Extreme .....	294
IX.	Just for fun Zwischen Angstlust und Glücksgefühl .....	296
X.	Grenzgänger Leben hart an der Grenze .....	306

## **Imagination und Perfektion**

<b>Die Erlebniswelt 2030</b> .....	<b>310</b>
I. Leben heißt erleben Zwischen Heilsversprechen und Paradiesvorstellungen .....	311
II. Leben in der Reproduktionskultur Zwischen Simulation und Virtualität .....	313
III. Inszenierung von Echtheit Die neue Authentizität .....	316
IV. Perfektion und Professionalität Der Kontrast zum Alltag .....	318
V. Wir erzählen Märchen Die Sicht der Imaginationeure .....	324
VI. Wir schaffen Glückseligkeit Die Sicht der Anbieter .....	326
VII. Wir amüsieren uns zu Tode Die Sicht der Kritiker .....	328
VIII. Wir sind begeistert Die Sicht der Besucher .....	329
IX. Promis – Atmo – Entertainment Was Besucher erwarten .....	333
X. Ein Stück vom Glück Wallfahrten im 21. Jahrhundert .....	334

## **Zwischen Sonnen- und Seelenbaden**

<b>Die Urlaubswelt 2030</b> .....	<b>337</b>
I. Wachstumsmärkte .....	338
II. Reiserealismus Die heile Urlaubswelt gibt es nicht mehr .....	345
III. Sanfter Tourismus? Die ökologische Revolution findet nicht statt .....	346
IV. Tourismus im Wandel .....	348
V. Urlaubswelt im Wandel .....	352

VI.	Wohlstandswende Reisen zu tagesaktuellen Preisen .....	364
VII.	Trends und Trendsetter .....	365
VIII.	Reisen im Zeitalter des Internet Reisebüros werden Erlebnisvermittler .....	368
IX.	Mehr Sparreise als Reiseverzicht Das Urlaubsdilemma .....	370
X.	Tourismus 21 Urlaubsszenarien der Zukunft .....	373

## **Zukunft findet Stadt!**

	<b>Die Wohnwelt 2030 .....</b>	<b>381</b>
I.	Zwischen Wohnungsnot und Wohnungsleerstand .....	382
II.	Urbanes Wohnen Der Traum vom modernen »Sesam-öffne-dich« .....	388
III.	Soziale Wohnkultur Garantie für den Zusammenhalt .....	392
IV.	Wenig Lust auf Wohnortwechsel Die Beständigkeit dominiert .....	392
V.	Lohnwert wichtiger als Wohnwert Anreize für die berufliche Mobilität von morgen .....	397
VI.	Lebensstilmiete statt Wohnungskauf Das veränderte Eigentumsdenken .....	399
VII.	Zuhausesein im Vertrauten Vom Wohngefühl zum Wohlgefühl .....	411
VIII.	Gemeinsam statt einsam Wohnen mit Wahlfamilien .....	413
IX.	Wohnkonzepte statt Bauprojekte Alternativen zur Einweisung ins Heim .....	415
X.	Lebenswerte Regionen Leitbilder der Zukunft .....	418

## **E plus U gleich I**

<b>Die Kulturwelt 2030</b> .....	<b>420</b>
I. Ende der Beschaulichkeit Die kulturelle Spaltung der Gesellschaft .....	421
II. Kultur hat viele Gesichter Der Monopolverlust der Hochkultur .....	422
III. Symbiose von Ernst und Unterhaltung Die neue Integrationskultur .....	424
IV. Standortfaktor Kultur Anreiz für Führungskräfte .....	431
V. Wachstumsindustrie Kultur Im Wettbewerb um Sponsoren .....	432
VI. Konsumkultur Grenzen der Kommerzialisierung .....	434
VII. Sinnlich und sozial Breitenkultur als Anfasskultur .....	436
VIII. Erlebnisswelt Kultur Kontrast zum Alltag .....	437
IX. Kultur für alle Zwischen Boom und Business .....	439
X. Genießendes Lernen Kultur der Zukunft .....	444

## **Lernen für ein langes Leben**

<b>Die Bildungswelt 2030</b> .....	<b>448</b>
I. Zukunftsvision Bildungsgesellschaft .....	449
II. Lebensunternehmertum .....	458
III. Vorleben Wie Eltern am wirksamsten erziehen können .....	463
IV. Leiten oder leiten lassen? Wenig Anlass zum Bildungsoptimismus .....	466
V. Einüben – Fördern – Praktizieren Eckwerte einer nachhaltigen Erziehung .....	466

VI.	Erfahrungslernen Die neue Schule des Lebens .....	469
VII.	Bildungsreserven aktivieren Chancen der Ganztagschule .....	471
VIII.	Mehr Können als Sich-Auskennen Lernarbeit im 21. Jahrhundert .....	473
IX.	Sozial aktiver leben lernen Von der Nachbarschaftshilfe bis zur Selbsthilfegruppe .....	476
X.	Lernziel Leben Bildungswissenschaft als Lebenswissenschaft .....	479

## **Mehr Pakt als Krieg**

	<b>Die Generationenwelt 2030.....</b>	<b>482</b>
I.	Kein Krieg der Generationen Fehlalarm und Fehleinschätzungen .....	483
II.	Leben in der Mehr-Generationen-Gesellschaft Abschied von der Altersautorität .....	493
III.	Generationenpakt Der »zweite« Generationenvertrag .....	502
IV.	Generationensorge Jeder Dritte in Sorge um andere .....	509
V.	Voneinander lernen Zwischen Spontaneität und Kontinuität .....	510
VI.	Generationensolidarität Der Zusammenhalt ist keine Einbahnstraße .....	514
VII.	Generationengerechtigkeit Das schwere Erbe der nächsten Generation .....	517
VIII.	Generationenkonflikte in der Zukunft? Kein Thema für die Mehrheit der Bevölkerung .....	519
IX.	Generationenpolitik Die soziale Aufgabe des 21. Jahrhunderts .....	521
X.	Stabile Generationenbeziehungen Achtung vor dem gelebten Leben .....	527



## **Gebraucht werden**

<b>Die Sozialwelt 2030</b> .....	<b>534</b>
I. Aktiv – Passiv – Ehrenamtlich Vereins- und Organisationswesen in Deutschland .....	535
II. Massenflucht aus Parteien, Gewerkschaften, Vereinen Organisationsbindung immer weniger gefragt .....	537
III. Soziale Erosionserscheinungen .....	538
IV. Mehr »Glück« mit Freunden als mit Partnern Vom Wertewandel zum Lebenswandel .....	546
V. Jeder Mensch braucht eine Aufgabe Die Zweitkarriere jenseits des Gelderwerbs .....	548
VI. Mehr Ehrensache als Ehrenamt Die neue Kultur des Helfens .....	552
VII. Abschied vom Individualismus Unterwegs zum Zeitalter des gemeinsamen Lebens .....	557
VIII. Informelles Helfen Faszination der Freiwilligenarbeit .....	559
IX. Aktivierende Kommunalpolitik Förderung der Gemeinschaftskultur .....	561
X. Freiwilliges Soziales Jahr Alternative zum Zivildienst .....	563

## **Vom Wertewandel zur Sinnsuche**

<b>Die Wertewelt 2030</b> .....	<b>566</b>
I. Wertewandel Zwischen zwei Stühlen .....	567
II. Werteexport Von der Migration der Menschen zur Migration der Werte .....	568
III. Werteinflation .....	570
IV. Sinnflut Suche nach Maßstäben .....	581
V. Werterenaissance Pflichtwerte finden wieder größere Resonanz .....	588

VI.	Ehrlichkeit und Selbstständigkeit Die Zielwerte im 21. Jahrhundert .....	591
VII.	Wertesynthese Leben in der Balance .....	593
VIII.	Vom Wertewandel zum Einstellungswandel .....	596
IX.	Was uns eint Welt – Werte – Gemeinschaften .....	607
X.	Von der Wirtschafts- zur Wertegemeinschaft Die Zukunft Europas .....	612

## **Die Zukunftsgestaltung**

	<b>Vorsorge 2030 .....</b>	<b>616</b>
I.	Leitvisionen Zukunftsszenarien für die Welt von morgen .....	617
II.	Paradigmenwechsel Von der Industrie- zur Leistungsgesellschaft .....	621
III.	Leistung und Lebensgenuss Die neue Gleichgewichtsethik .....	625
IV.	Leistungskultur Zwischen Sinn und Spaß .....	627
V.	Multiaktive Leistungsgesellschaft Gemeinschaftsarbeit – Lernarbeit – Eigenarbeit .....	631
VI.	Leistungsvergleich Probe auf die Menschlichkeit .....	636
VII.	Zwischen Fleiß und Muße Arbeiten, um zu leben .....	637
VIII.	Lebensunternehmertum Leben ist die Lust zu schaffen .....	640
IX.	Neubestimmung der Lebensqualität Gut leben statt viel haben .....	645
X.	So soll es werden! Wege zu einer besseren Zukunft .....	651

# Die Zukunftsforschung

Vorausschau 2030.....	666
I. Zur Geburt und Geschichte der Zukunft .....	667
II. Vom Rückblick zur Prognose .....	677
III. Von der Vorausschau zur Vorsorge .....	683
IV. Zur Kompetenz der Zukunftswissenschaft .....	686
V. Sozialfolgenabschätzung statt Technologiegläubigkeit .....	697
VI. Falsche Propheten Trendforschung als Trendindustrie .....	701
VII. Wild-Card-Szenarien Unwahrscheinliche Zukünfte.....	704
VIII. Internationale Zukunftsforschung .....	706
IX. Futurologie gegen Zukunftsangst .....	719
X. Die Zukunft kann kommen! Weitsicht als Zukunftspflicht .....	729
Literaturverzeichnis .....	736
Sachregister .....	760
Grafikverzeichnis .....	778
Dank .....	784