

# Inhalt

## Die Zukunft wartet nicht

Vorwort .....	16
---------------	----

## Zeitenwende.

Leben und Überleben in Krisenzeiten .....	20
---	----

I. Globalisierung und soziale Folgen .....	21
II. Wohlstandswende und soziale Folgen .....	28

## Risikoszenario.

### Arbeiten ohne Ende. Armut ohne Grenzen.

Leben ohne Sicherheiten .....	49
-------------------------------	----

I. Die Postindustrialisierung .....	50
II. Die Prekarisierung .....	53
III. Die Brasilianisierung .....	60
IV. Die Postdemokratisierung .....	66
V. Die Cyberisierung .....	76

## Sozialer Wandel.

Chancen und Probleme .....	82
----------------------------	----

I. Zukunftstrends .....	83
II. Konfliktpotenziale .....	95
III. Wachstum. Wohlstand. Lebensqualität. Vom Wohlleben zum Wohlergehen .....	101

## **0,5 x 2 x 3.**

<b>Die Arbeitswelt 2030</b> .....	132
I. Arbeit, Alter, Armut? Die 40-zu-60-Gesellschaft .....	133
II. Leiharbeiter. Zweitjobs. Armutsarbeitsplätze. Vom »Beruf für's Leben« zum »Job neben dem Job« .....	136
III. Die Beschäftigungskrise .....	138
IV. 0,5 x 2 x 3. Die Arbeitsformel von morgen .....	146
V. Abbau der Arbeitslosigkeit. Lösungsansätze aus der Sicht der Bevölkerung .....	148
VI. Von der Zeitkultur zur Sicherheitskultur. Umdenken in der Arbeitnehmerschaft .....	156
VII. Neue Welt der Arbeit? Das Gehalt als Schweigegeld .....	164
VIII. Neue Qualität der Arbeit. Das veränderte Anforderungsprofil .....	173
IX. Strukturwandel in der Arbeitswelt. Arbeiten in unsicheren Zeiten .....	177
X. Zukunft der Arbeit .....	182

## **Das Dilemma von Zeit und Geld.**

<b>Die Konsumwelt 2030</b> .....	206
I. Gespaltene Verbraucherschaft. Die Mitte bricht weg .....	207
II. Maßhalten. Abschied vom hybriden Konsumenten .....	209
III. Zeitalter der Sparmaßnahmen. Versorgungskonsumenten dominieren .....	212
IV. Mehr Lebenslust als Kaufkraft. Von der protestantischen zur romantischen Konsumethik .....	213
V. Bedürfniswandel. Die Polarisierung von Versorgungs- und Erlebniskonsum .....	215
VI. Dienen kommt vor Verdienen. Von der Produkt- zur Servicequalität .....	218

VII.	Massenhaft genießen. Überfüllung als Normalität .....	220
VIII.	Neue Bescheidenheit. Jugend verliert ihre Rolle als Trendpionier .....	221
IX.	Zeitkriege. Kampf um die Zeit der Verbraucher .....	224
X.	Perspektive 2030. Zukunftsmärkte als Sinnmärkte .....	227

## **Vom Klimawandel zur Verhaltensänderung.**

	<b>Die Umwelt 2030 .....</b>	<b>233</b>
I.	Die Ökologie im Schatten der Ökonomie .....	234
II.	Globale Umweltprobleme als Herausforderung von heute und morgen .....	236
III.	Ursachen und Verursacher von Umweltproblemen .....	239
IV.	Feinstaub. Fahrverbote. Umweltzonen. Die Folgen umweltbelastender Verkehrsentwicklung .....	241
V.	Mehr Klimaanlage als Klimadebatte. Die Sicht der Autofahrer .....	243
VI.	Alternativen .....	245
VII.	Szenarien zur Zukunft der Mobilität .....	249
VIII.	Umweltbewusstsein und Umweltverhalten .....	251
IX.	Einstellungs- und Verhaltensänderungen .....	254
X.	Umweltpolitik: Vom Konflikt zum Konzept .....	260

## **Generation @.**

	<b>Die Medienwelt 2030 .....</b>	<b>267</b>
I.	Das TV-Zeitalter .....	268
II.	Das PC-Zeitalter .....	273
III.	Medienprofile .....	279
IV.	Multimedia .....	286
V.	Mythos Informationsgesellschaft .....	288
VI.	Compunikation der Generation @ .....	291

VII.	Ende der Privatheit? Die unsichere Datensicherheit .....	302
VIII.	Vertrauenssache. Die Nutzung von Persönlichkeitsprofilen .....	304
IX.	Überwachungskultur. Leben mit Videokameras .....	308
X.	Computerkriminalität. Schutz der Privatsphäre .....	311

## **Vom Vereinsmeier zum Sporthopper.**

	<b>Die Sportwelt 2030 .....</b>	<b>316</b>
I.	Bewegung. Spaß. Gesundheit. Von der Leibesübung zur Sportkultur .....	317
II.	Sportland Deutschland. Zwischen Aktiv- und Zuschauersport .....	324
III.	Vom Idealisten zum Dienstleister. Der Sportverein 2030 .....	332
IV.	Wie eine Seifenoper. Die Sportveranstaltung 2030 .....	334
V.	Profisportler als Popstars. Der Spitzensport 2030 .....	336
VI.	Die positive Wende im Sport. Zukunftshoffnungen der Bevölkerung .....	337
VII.	Fitness. Wellness. Mindness. Die Wohlfühlkultur 2030 .....	338
VIII.	Leben minus Langeweile. Extremsport 2030 .....	340
IX.	Thrilling 2030. Zwischen Angstlust und Glücksgefühl .....	342
X.	Grenzgänger. Leben am Limit .....	347

## **Imagination. Attraktion. Perfektion.**

<b>Die Erlebniswelt 2030</b> .....	<b>351</b>
I. Leben heißt erleben. Zwischen Heilsversprechen und Paradiesvorstellungen .....	352
II. Leben in der Reproduktionskultur. Zwischen Simulation und Virtualität .....	354
III. Inszenierung von Echtheit. Die neue Authentizität .....	357
IV. Perfektion und Professionalität. Der Kontrast zum Alltag .....	359
V. Wir erzählen Märchen. Die Sicht der Imaginationeure .....	364
VI. Wir schaffen Glückseligkeit. Die Sicht der Anbieter .....	367
VII. Wir amüsieren uns zu Tode. Die Sicht der Kritiker .....	369
VIII. Wir sind begeistert. Die Sicht der Besucher .....	370
IX. Promis. Atmo. Entertainment. Was Besucher erwarten .....	374
X. Ein Stück vom Glück. Wallfahrten im 21. Jahrhundert .....	375

## **Zwischen Sonnen- und Seelenbaden.**

<b>Die Urlaubswelt 2030</b> .....	<b>378</b>
I. Wachstumsmarkt Tourismus. Jede »Welle« ein neuer Boom .....	379
II. Reiserealismus. Die heile Urlaubswelt gibt es nicht mehr .....	386
III. Sanfter Tourismus? Die ökologische Revolution findet nicht statt .....	387
IV. Tourismusanalysen. Vom Klimawandel zum Anspruchswandel .....	389
V. Tourismusprognosen. Vom Pauschal- zum Individualtourismus .....	393

VI.	Wohlstandswende. Reisen zu tagesaktuellen Preisen .....	404
VII.	Trends und Trendsetter .....	406
VIII.	Reisen im Zeitalter des Internet. Reisebüros als Erlebnisvermittler .....	408
IX.	Mehr Sparreise als Reiseverzicht. Das Urlaubsdilemma. ....	410
X.	Tourismus 21. Urlaubsszenarien der Zukunft .....	412

## **Zukunft findet Stadt!**

	<b>Die Wohnwelt 2030 .....</b>	<b>420</b>
I.	Leben in der bipolaren Stadt. Zwischen Wohnungsnot und Wohnungsleerstand .....	421
II.	Urbanes Wohnen. Der Traum vom modernen »Sesam-öffne-dich« .....	427
III.	Soziale Wohnkultur. Garantie für den Zusammenhalt .....	431
IV.	Wenig Lust auf Wohnortwechsel. Die Beständigkeit dominiert .....	432
V.	Lohnwert. Wohnwert. Freizeitwert. Anreizfaktoren für die berufliche Mobilität .....	436
VI.	Lebensstilmiete statt Wohnungskauf. Das veränderte Eigentumsdenken .....	438
VII.	Zuhausesein im Vertrauten. Vom Wohngefühl zum Wohlgefühl .....	450
VIII.	Gemeinsam statt einsam. Wohnen mit Wahlfamilien .....	452
IX.	Wohnkonzepte statt Bauprojekte. Alternativen zur Einweisung ins Heim .....	454
X.	Lebenswerte Regionen. Leitbilder der Zukunft .....	458

## **E plus U gleich I.**

<b>Die Kulturwelt 2030</b> .....	460
I. Ende der Beschaulichkeit. Die kulturelle Spaltung der Gesellschaft .....	461
II. Kultur hat viele Gesichter. Der Monopolverlust der Hochkultur .....	462
III. Symbiose von Ernst und Unterhaltung. Die neue Integrationskultur .....	464
IV. Standortfaktor Kultur. Anreiz für Führungskräfte .....	470
V. Wachstumsindustrie Kultur. Im Wettbewerb um Sponsoren .....	472
VI. Konsumkultur. Grenzen der Kommerzialisierung .....	474
VII. Sinnlich und sozial. Breitenkultur als neue Anfasskultur .....	476
VIII. Erlebniswelt Kultur. Kontrast zum Alltag .....	477
IX. Kultur für alle. Zwischen Boom und Business .....	479
X. Genießendes Lernen. Kultur der Zukunft .....	483

## **Lernen für ein langes Leben.**

<b>Die Bildungswelt 2030</b> .....	487
I. Zukunftsvision Bildungsgesellschaft. Auf den Anfang kommt es an .....	488
II. Lebensunternehmertum. Das Leitbild der Zukunft .....	498
III. Vorleben. Wie Eltern wirksam erziehen können .....	503
IV. Leiten oder leiten lassen? Wenig Anlass zum Bildungsoptimismus .....	505
V. Einüben. Fördern. Praktizieren. Eckwerte einer nachhaltigen Erziehung .....	506

VI.	Erfahrungslernen. Die neue Schule des Lebens .....	508
VII.	Bildungsreserven. Zukunftschancen der Ganztagschule .....	511
VIII.	Mehr Können als Sich-Auskennen. Lernarbeit im 21. Jahrhundert .....	513
IX.	Sozial aktiver leben lernen. Von der Nachbarschaftshilfe bis zur Selbsthilfegruppe .....	516
X.	Lernziel Leben. Bildungswissenschaft als Lebenswissenschaft .....	519

## **Mehr Pakt als Krieg.**

	<b>Die Generationenwelt 2030 .....</b>	<b>522</b>
I.	Kein Krieg der Generationen. Fehlalarm und Fehleinschätzungen .....	523
II.	Leben in der Mehr-Generationen-Gesellschaft. Abschied von der Altersautorität .....	533
III.	Privater Generationenpakt. Der »zweite« Generationenvertrag .....	542
IV.	Generationensorge. Jeder Dritte in Sorge um andere .....	549
V.	Voneinander lernen. Zwischen Spontaneität und Kontinuität .....	551
VI.	Generationensolidarität. Der Zusammenhalt ist keine Einbahnstraße .....	554
VII.	Generationengerechtigkeit. Das schwere Erbe der nächsten Generation .....	557
VIII.	Generationenkonflikte. Kein Thema für die Mehrheit der Bevölkerung .....	559
IX.	Generationenpolitik. Die soziale Aufgabe des 21. Jahrhunderts .....	561
X.	Generationenbeziehungen. Achtung vor dem gelebten Leben .....	565



## **Gebraucht werden.**

<b>Die Sozialwelt 2030</b> .....	570
I. Aktiv. Passiv. Ehrenamtlich. Vereins- und Organisationswesen in Deutschland .....	571
II. Flucht aus den Institutionen. Organisationsbindung weniger gefragt .....	573
III. Soziale Erosionserscheinungen. Zwischen Unlust und Unverbindlichkeit .....	574
IV. Abschied von der Ellenbogengesellschaft. Die Notwendigkeit sozialen Zusammenhalts .....	582
V. Jeder Mensch braucht eine Aufgabe. Die Zweitkarriere jenseits des Gelderwerbs .....	585
VI. Ausgenutzt und ausgebeutet? Engagement braucht Anerkennung .....	587
VII. Mehr Ehrensache als Ehrenamt. Die neue Kultur des Helfens .....	592
VIII. Abschied vom Individualismus. Unterwegs zum Zeitalter des gemeinsamen Lebens .....	596
IX. Helferbörsen in der Mitmachgesellschaft. Faszination der Freiwilligenarbeit .....	598
X. Aktivierende Kommunalpolitik. Förderung der Gemeinschaftskultur .....	605

## **Von der Beliebigkeit zur Beständigkeit.**

<b>Die Wertewelt 2030</b> .....	609
I. Wie viel Wertewandel können wir uns leisten? Die Wertehierarchie gerät ins Wanken .....	610
II. Werteexport. Von der Migration der Menschen zur Migration der Werte .....	612
III. Werteinflation. Position der Positionslosigkeit .....	613
IV. Zwischen Sinnflut zur Sinnsuche. Von den Warenwerten zu den wahren Werten .....	625
V. Pflichterfüllung. Renaissance der alten Werte .....	632

VI.	Ehrlichkeit. Das wichtigste Erziehungsziel .....	634
VII.	Wertesynthese. Leben in der Balance .....	637
VIII.	Einstellungswandel. Konventionen, Verantwortung, Zivilcourage .....	640
IX.	Europa der Vielfalt. Eigenheiten und Gemeinsamkeiten .....	650
X.	EuropaVision 2030. Von der Wirtschafts- zur Wertegemeinschaft .....	653

## **Zukunft menschlich gestalten.**

	Die Vorsorge 2030 .....	657
I.	ZukunftsVision 2030. Szenarien für die Welt von morgen .....	658
II.	Paradigmenwechsel. Von der Industrie- zur Leistungsgesellschaft .....	662
III.	Leistung und Lebensgenuss. Die neue Gleichgewichtsethik .....	666
IV.	Leistungskultur. Zwischen Sinn und Spaß .....	668
V.	Multiaktivität. Gemeinschaftsarbeit, Lernarbeit, Eigenarbeit .....	671
VI.	Leistungsvergleich. Probe auf die Menschlichkeit .....	676
VII.	Zwischen Fleiß und Muße. Arbeiten, um zu leben .....	677
VIII.	Lebenssinn. Leben ist die Lust zu schaffen .....	680
IX.	Gut leben statt viel haben. Neubestimmung der Lebensqualität .....	685
X.	So wollen wir leben! Wege zu einer besseren Zukunft .....	690

# Zukunftsforschung gegen Zukunftsangst.

Vorausschau 2030 .....	705
I. Zur Geburt und Geschichte der Zukunft .....	706
II. Entwicklung der Zukunftsforschung .....	716
III. Von der Vorausschau zur Vorsorge .....	722
IV. Zur Kompetenz der Zukunftswissenschaft .....	725
V. Vorausschau als Sozialfolgenabschätzung .....	735
VI. Falsche Propheten .....	739
VII. Wilde Zukünfte (»Wild-Cards«) .....	741
VIII. Internationale Zukunftsforschung .....	744
IX. Handlungsorientierung gegen Zukunftsangst .....	756
X. Die Zukunft kann kommen .....	766
Literaturverzeichnis .....	775
Sachregister .....	794
Grafikverzeichnis .....	802
Dank .....	807