

Inhalt

Vorwort zur 1. Auflage (2008)

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

Vorwort zur 2. Auflage (2009)

Die nächste Krise kommt bestimmt.....	20
---------------------------------------	----

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

	Die Umwelt 2030.....	181
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 @

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

VI.	Compunkation 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

Die Erlebniswelt 2030	310
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

Die Urlaubswelt 2030	337
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!

	Die Wohnwelt 2030	381
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

Die Kulturwelt 2030	420
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. Erlebniswelt 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

Die Bildungswelt 2030	448
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

	Die Generationenwelt 2030.....	482
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

Die Sozialwelt 2030	534
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

Die Wertewelt 2030	566
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

	Vorsorge 2030	616
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 Technogläubigkeit.....	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