

Sphären der Zukunft – Gesellschaftstrends 2005

Regina Polak

Eight Human Spheres (Matthias Horx)

Der Guru der deutschsprachigen Trendforschung, Matthias Horx, prognostiziert für die kommenden Jahre eine Reihe von Future-Trends.¹ Diese Trends ereignen sich in acht „Human Spheres“. Eine solche Sphäre ist ein menschlich-geistig-materieller Lebensraum, der sich zwischen polaren Spannungen auftut: zwischen Geist und Materie, Sozialem und Technischem – bei Horx gleichwertige Pole. Dazwischen lassen sich die vier nach Horx wesentlichen Instanzen menschlichen Lebens wahrnehmen: Das Ich, das Wissen, die Produktion und die Gesellschaft.

Man muss weder diese Ich-zentrierte Metaphysik noch diese technokratische Anthropologie teilen, aber es ist interessant, für eine Weile einzutauchen in die Welt des Matthias Horx, der immerhin einer der bestbezahlten Zukunftsforscher und Berater jener wirtschaftlichen Unternehmungen ist, die über uns und unsere Zukunft entscheiden. Er und seine Kunden – Manager, Unternehmer, Politiker² – konstruieren nach diesen Vorgaben Realität 2005 – eine Zukunft, wie sie sich Unternehmer wünschen.

SozioSphere

Horx beschreibt damit den sozialen Bereich des Menschen: seine gesellschaftlichen Verankerungen, seine Orientierung

1 Vgl. Horx Matthias: Die acht Sphären der Zukunft. Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts, Wien 2002.

2 Ich wähle hier und im Folgenden bewusst nur die männliche Form, damit nicht der irreführende Eindruck entsteht, Frauen würden in diesen Bereichen allzu tatkräftig mitentscheiden. Es sind nach wie vor Männer, die das Big Business maßgeblich prägen.

gen in Geschlecht, Generation, Familie, Gemeinde. Folgende Trends ortet er hier:

Den *Trend von der Egomanie zum „kooperativen Ich“*. Die Ära der klassischen Egoist/innen geht zu Ende; Menschen suchen wieder das Miteinander, sie entdecken, dass egomanische Selbstverwirklichung allein zu wenig ist. Man merkt, dass man „den Anderen“ braucht, um ein erfülltes Leben leben zu können. Dies hat Auswirkungen auf das Konzept des „Ich“, das nun nicht mehr allein sein eigener Selbstzweck (autotelisch) sein kann.

Das *autotelische Ich bleibt wohl weiterhin Ziel, wird aber um die Außenwelt erweitert. Die Transegoist/innen, Soft-Individualist/innen kommen*. Das Ich bleibt im Mittelpunkt der Szenerie, die anderen kommen wieder in den Blick. Diese Wende zum Ich, das mit anderen kooperieren will, zeigt sich in der *Renaissance des Gemeinwohls*, das für viele ein interessantes Selbstverwirklichungsfeld wird, sowie in der Entstehung von *Netzwerk-Clans*, die die klassischen, isolierten Kleinfamilien ablösen werden, mit wechselnden Erst-, Zweit-, Dritt-Papas, Erst-, Zweit-, Dritt-Mamas, neuen und alten Partner/innen, Geschwistern und Halbgeschwistern ..., die alle gemeinsam eine einzige große Familie werden. Dieses familiäre Networking ist allerdings von ziemlichem *Geburtswehen* begleitet, wie Horx schreibt. (Aber vielleicht sind die Probleme auch ein Zeichen, dass dieses Modell zwar cool klingt, aber in seiner „Lockerheit“ doch nicht ganz stimmt?)

Die *Verunsicherung der Geschlechter* bleibt uns vorerst erhalten, Lösungen dafür sind noch nicht in Sicht. Die Irritationen führen zu Beziehungsstörungen aller Art und improvisierten Lösungsmodellen: Rückfall in alte Rollenmodelle wird es genauso geben wie die serielle Monogamie (Partnerwechsel mit phasenweiser Treue, bis man „den/die Beste/n“ findet) zum Standardbeziehungsmodell wird.

Mate-Matching – das große Gesellschaftsspiel hat begonnen. So nennt Horx jene Partnersuchaktivitäten, die nicht nur zu emotionalen Konfusionen führen, sondern

auch die Euros klingeln lassen. Getrieben von der Frage: Wie findet man den richtigen, den besten Partner, werden Partneragenturen boomen, die bei der Optimierung der Partnerwahl hilfreich zur Seite stehen. Ungeachtet der gestiegenen „Beziehungsmobilität“ werden Kinder wieder „in“.

Deshalb prognostiziert Horx einen *Babyboom 2.0.* (1.0 waren die sechziger Jahre). Eine neue Lust an der Fruchtbarkeit wird kommen, in vielen Großstädten steigen schon jetzt die Geburtenzahlen. Damit das trotz des Beziehungschaos für die Kinder nicht allzu belastend wird, entwickelt sich das Phänomen *Kinderheirat*: Elternschaft und Kinderkriegen wird entkoppelt, man bleibt Mutter und Vater und in dieser Rolle seinem Kind treu, die Partner aber wechseln, die Familie wird so immer größer.

Sollte es durch Stress oder Zivilisationskrankheiten nicht zum erwünschten Kind kommen, wird die Familie im *Biotech-Zeitalter* von vielen Möglichkeiten unterstützt: Um 6.000 € kann man Eizellen einfrieren, um 10.000 € kann man Embryonen in vitro zeugen, um 16.000 € kann man Kinder über eine chinesische Agentur bestellen.

Die Umkehrung der Alterspyramide lässt sich aber trotzdem nicht aufhalten: Die Jungen werden zu einer Randgruppe, die *Greying Revolution*, die Vorherrschaft der älteren Generation beginnt – und mit ihr der Kampf um die Verteilung der gesellschaftlichen Macht und Ressourcen.

BodySphere

Nach Horx ist das der Bereich des „ureigensten Ich“: unser Körper. Hierzu gehören alle Entwicklungen, die den Bereich der Sexualität, der Gesundheit, der Medizin betreffen, auch Schönheitsideale, Krankheitsbilder werden hier wirkkraftig.

Horx beobachtet die *Renaissance der Physis*: Man entdeckt den Körper: Er wird gepflegt, modelliert, trainiert,

verschönert ... Er wird zum zu perfektionierenden Objekt des Fortschrittes. Produktion und Konstruktion des perfekten Körpers führen zu einem neuen Narzissmus und zu neuer Askese, die nun nicht mehr zu Gott führen, sondern zum perfekten Lebensgefühl verhelfen sollen.

Ganzheitliche Gesundheit (Holistic Health) wird zum Modetrend und schafft einen großen, neuen Markt. Ganzheitlich heißt hier: möglichst wenig reflektierend, maximal „gefühlig“ und auf jeden Fall das Leben optimierend. *Es boomen und lassen die Euros fließen:* Gesundheitstourismus, Therapien, Coaches, Supervisoren und Ratgeber aller Art, Integrierte Medizin, Alternative Medizin, Health Food, Sportgeräte, Sportvereine, Kosmetik, Biotech zur genetischen Optimierung, Solarenergie ... Der gestresste und ausgepowerte Europäer sucht Entspannung und ist bereit, dafür zu bezahlen: Wellness ist der Zukunftstrend, Körperkult die neue Religion.

Auch in Sachen Sex gibt es Trends – ist er doch hochsensibel auf kulturelle Veränderungen und gerade nicht die natürlichste Sache der Welt. Die sexuelle Revolution geht zu Ende, die große Lustlosigkeit bricht aus. Je mehr öffentliche Bilder und neue Techniken, umso weniger Lust und Eigenphantasie. Sexualität wird endgültig von der Liebe und der Reproduktion getrennt. Nach Horx macht das „frei und unabhängig“, die eigene sexuelle Erfahrung zu optimieren. Kinder werden nur mehr gewünscht gezeugt, Sexualität dient der Selbsterfahrung, Liebe ist etwas für die Seele. Für alles gibt es chemische und technische Hilfsmittel. So sieht der von Zeugungsrisiken und von den Schmerzen der Liebe befreite Neosex aus: Tabubrüche sind fad, es braucht Geschmacksverstärker. Sex soll nicht ernst und pathetisch sein, sondern verspielt, spaßorientiert und wird ausgehandelt. Noch spannender als Koitus ist zukünftig der Voyeurismus. Horx prognostiziert eine neue Enthaltbarkeit – nicht aus moralischen Gründen, sondern gezielt eingesetzt als Lustverstärker. Und der Pornomarkt boomt und boomt, um die lustlosen Europäer/innen auf Touren zu bringen.

MindSphere

In diesem Bereich mentaler Prozesse finden sich die maßgeblichen Entwicklungen der Werte, des Bewusstseins, des Sinns und der Spiritualität.

Vom binären Denken zum „Open mind“: Die Denkstrukturen ändern sich. Moderne Menschen denken nicht mehr in Entweder-Oder-Strukturen, in denen Alternativen einander ausschließen, sondern man lernt im schöpferischen Sowohl-als-auch, in Spannungsräumen und Polen zu denken.

Identität bleibt davon nicht unberührt: Feste Rollen, starke Charaktere tun sich hier schwer und sterben aus, das *fraktale Ich* funktioniert besser, weil es sich auf möglichst wenig festlegt und flexibel bleiben kann. Diese Beweglichkeit der Identität wurzelt weniger in Egoismus oder Angst, sondern – nach Horx – in Stärke und Überlebensdrang.

Downshifting: „Weniger ist mehr“ – das wird die neue Devise. Statt „Mehr vom selben“ wird für die, die sich das leisten können, eine neue Askese attraktiv.

Jene, die Zeit haben (und Geld), entdecken den *Luxus der Langsamkeit und beginnen die Zeitrebellion*: Sie erobern ihre Eigenzeit und entdecken darin höchsten Luxus.

In diesen neuen Zeiträumen wächst die Sehnsucht nach Sinn und Spiritualität: *Respiritualisierung* ist ein Horxscher Begriff. Einen *Kirchenboom* sagt er übrigens auch voraus.

Mindness wird der Boom für 2005: Die Wellness-Welle erreicht den Geist. Wer auf sich hält, beginnt seinen Geist zu optimieren, mit Sinn und Spiritualität.

KnowledgeSphere

Im Bereich des Lernens finden wir mit Horx zukunftsrelevante kognitive Strukturen und Fähigkeiten der Gesellschaft, Trends im Bildungswesen, Wissensmanagement, Intelligenzforschung.

Wissen dient zum Aufbau einer *Kultur des persönlichen Wachstums*, Bildung ist „in“, wenn man es sich leisten kann. Bildung ist allerdings auch überlebensnotwendig, will man seinen Job langfristig behalten.

In der Schule (und anderswo) kehren die *Leistungsstandards* wieder.

Bildung wird zum Dienstleistungsunternehmen und muss als *Wirtschaftsfaktor* gute *Performances* leisten.

Neue Intelligenzen werden forciert, die bereits in den Schulen erlernt und geschult werden müssen: emotionale, körperliche, spirituelle, mediale, technische, systemische Intelligenz und die Genussintelligenz.

TechnoSphere

Sie ist der ständige Stachel im Fleisch der Zivilisation, die unaufhörliche Herausforderung an die anderen Sphären, sich neu zu definieren und anpassend zu verändern, nach Horx die erste Geige im Konzert der Evolution der HumanSpheres. Sechs garantierte Erfolge sagt er voraus:

Biometrie: Personenkennung ist wichtig im Zeitalter von Terror und Datenklau (Stimmerkennung, Tastenrhythmuskennung, Irisscanner, Gesichtsscanner).

Aorta-Technik (always online realtime access): die maßgeschneiderte, kostenlose Dauerverbindung zur Cyberworld.

Smartphone: Notizblock, Organizer, Handy, Internetanschluss – all in one.

Stilletechniken: Werbeunterdrücker, Antinoisegeneratoren, Ruheräume am Arbeitsplatz sollen vor dem Dauerlärm schützen.

Teleprojektion und *Heimkino*.

„Smart Tech“ ist das Zauberwort. Humanzentrierte Technologie, die alles kann, aber nicht stört und einfach zu gebrauchen ist. Wer dies anbietet, wird reich.

ConsumerSphere

Consuming meint bei Horx nicht nur die ordinäre Güterkonsumation, sondern wird „auf“gedeutet: der gesamte Prozess des Austausches zwischen dem Menschen und den Objekten seiner Umwelt wird zum Consuming: Stil, Ästhetik, Geschmack, Haltung, Schichtenzugehörigkeit; von der Körperpflege bis zur Ikonologie der Waren und Marken gehört hier alles dazu.

Der schöne Endverbraucher, der Mist erzeugt und Ressourcen aufbraucht, wird zum *Erfahrungs-Pionier*. Kaufen wird zum bewussten, sozialen (Freizeit)Ritual, man spricht von Social Shopping; Konsum wird zum Erfahrungssammeln.

High-Touch-Ökonomie: quasi der letzte Schrei beim Consuming ist Dienstleistungsconsuming für die Arbeiten, zu denen gestresste Workaholics nicht mehr kommen: die Wiederkehr der Haus- und Kindermädchen, Life-Coaches, All-in-one-Services boomen.

Entstehung des Prosumenten: Er verbraucht nicht nur, was man ihm vorsetzt, er arbeitet selbst an seinen Wünschen und Bedürfnissen und verfeinert seine Konsumkultur. Das moderne Unternehmen fragt seine Konsumenten, was und wie sie konsumieren wollen. Das maßgeschneiderte Produkt entsteht.

EconoSphere

Sie ist die Basis unseres Weltmodells: Arbeit, Management, Unternehmertum sind für Horx die Grundfesten der Realität.

Die Wiederkehr des Entrepreneurs: Der Unternehmer kommt wieder. Flexworking entsteht, also Arbeit ohne feste Regeln, ausverhandelt zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, ohne Einmischung (sic!) von Recht, Politik, Gewerkschaft – so wünschen sich das Horx und seine Kunden.

Neue Freiwillige, Teleworker, Patchwork-worker heißen die Arbeitnehmer/innen der Zukunft, die ihre Arbeit geben, damit die Unternehmen wachsen.

Das Unternehmen 2010 ist prosumer-orientiert (lässt den Kunden mitreden), kämpft im „War for Talents“ (um die besten Köpfe, die rar sind) und verordnet den Mitarbeiter/innen „Life-Balance-Politik“, damit die Leistungen stimmen; zu Sinn- und Werbezwecken engagiert es sich sozial im Benefizkapitalismus.

PolitoSphere

Diese Sphäre meint mehr als Parteien, Wahlen, Parlamente: Sie umfasst alle Organisationssysteme bzw. die Art und Weise, wie Menschen ihre Bedürfnisse untereinander verhandeln, Regeln schaffen, Institutionen errichten, Recht verändern, durchsetzen, garantieren.

Politik wird nach Horx nur Zukunft haben, wenn sie dem Leitmotto folgt: *vom kranken Sozialstaat zur systemischen Politik*. Der Sozialstaat wird als „krank“ postuliert, Horx und seine Kunden wünschen eine Neuordnung (in ihrem Interesse ...).

Dazu braucht es: *Modernisierungallianzen*. Parteipolitik hat ausgedient und kann dem Fortschritt nicht länger dienen – so das undemokratische Konzept. Politik wird Bedürfnismanagement, nicht länger Interessensausgleich im Sinn von Gerechtigkeit und Gleichheit.

Holistic government ist das Schlüsselwort: ganzheitliches Politiktreiben, das freilich unter dem Primat der Wirtschaft steht, sich von allen ideologischen Lagern löst und pragmatisch arbeitet.

Flexicurity ist ein wichtiges Instrument, um diese Interessen durchzusetzen, es meint Deregulierung von Arbeit, die wohl jene Instabilität und Unsicherheit erzeugt, die es braucht, um „neue“ politische Konzepte durchzusetzen.

Positive Welfare: Sozialstaat ist kein politisches Konzept mehr, sondern wird, wenn es nach Horx geht, zu einem

psychologischen Erziehungssystem, das nicht mehr unter dem altmodischen Prinzip der Chancengleichheit agiert, sondern nach dem Prinzip arbeitet, Individuen zum Individuum-Sein zu befähigen und selbstverantwortlich das eigene Leben zu managen – und zwar vor allem durch Lehren und Lernen von psychologischen Fertigkeiten, weniger durch Geld oder Arbeitsplätze.

Entzauberung

Sind Sie dem Wortzauber erlegen? Dann fühlen Sie sich jetzt vielleicht euphorisch oder, da wir hier in kirchlichen Kreisen sind, wahrscheinlich eher ängstlich, aggressiv, altmodisch und vormodern. Oder vielleicht auch ohnmächtig? Was tut man als Christ, als Christin mit einer solchen Zukunfts„vision“, wie sie tagtäglich in modernen Unternehmen zu hören ist?

Ist Trendforschung ein Märchen, eine Illusion? Aber sind nicht auch Märchen und Illusionen wahr, wenn man die Ebene ihres Wahrheitsgehaltes nur genau erkennt? Trendforschungsmärchen: Träumen Sie den Traum von der „perfekten Welt“, vom „Leben als letzter Gelegenheit“ (Gronemeyer). Ist Trendforschung eine Form von Magie? Wortzauber, der durch sprachliche Manipulation jene Wirklichkeit erzeugen kann, von der er erzählt, wenn man ihm nur glaubt. Was aber tut man als Christ mit Magie? Entzaubern – durch Fragen.

Kritisch reflektieren

Eine kritische Reflexion z. B. der weltanschaulichen Grundlagen, die Analyse der ungesagten und impliziten Voraussetzungen, die auch (und gerade) ein wissenschaftlich und pragmatisch vorgehen wollender Trendforscher wie Horx hat, enthüllt ein biologistisches Evolutionschema als Grundlage, das geistlos und direkt auf alle Lebensräume übertragen wird. Der menschliche Geist ent-

wickelt sich als Teil der Natur, angestachelt durch die Technik, die er hervorbringt, „natürlich“, „automatisch“, notwendig auf Fortschritt hin. Die „Trends“ entstehen gleichsam nach Naturgesetzen. Motor ist ein Geist, der mit dem, was Religion und Philosophie darunter verstehen, nur mehr marginal zu tun hat. Das Wesen dieses Fortschrittes ist Consuming, der die Umwelt aufbrauchende Zugriff.

Erst, wenn wir diese Struktur erkannt haben, sind wir frei zu fragen: Teilen wir diese Sicht auf „Fortschritt“, dieses Verständnis von „Geist“? Kennen wir Alternativen? Wollen wir die Geschichte als Consuming-Prozess voranschreiten lassen? Wir dürfen uns von der angeblichen Ideologielosigkeit von Horx und Co. nicht hinters Licht führen lassen. Es gibt keine ideologiefreien Positionen, wenn es um Zukunftsmacht geht.

Nach den Interessen fragen? Wem nützt's?

Ideologie – das bedeutet bei Karl Marx gar nicht so sehr die philosophische Weltanschauung, sondern die Interessen, die sich dahinter verbergen. Daher ist auch Horx zu befragen: Welche Interessen verbergen sich hinter diesem Prozess der Trends und Moden, der uns hier als „naturgesetzmäßig“ ablaufend präsentiert wird und der dem menschlichen Fortschritt dienen soll? Wem nützt Trendforschung? Wem nützen die Trends?

Dann fällt auf: Trends sind meistens für und von Wohlhabenden gesetzt und dienen der Mehrung des materiellen und immateriellen Reichtums der Wohlhabenden. Arme und armutsbedrohte Menschen, Modernisierungsverlierer/innen in Europa – in der Zwischenzeit auf ca. 1/3 der Bevölkerung angewachsen – sind gar nicht im Blick; ganz zu schweigen von den 2/3 der Menschheit, auf deren Kosten Europas Wohlstand sich entwickelt hat. (Obwohl Horx auch hier bereits einen ersten Trend 2005 ortet: „Global Customer“ – die „Dritte Welt“ wird als neuer Markt entdeckt!)

Weitere Interessen finden sich hinter dem Wortzauber: Das banale „Consuming“ – einkaufen, aufbrauchen, verbrauchen – als „Erfahrungssammeln“ zu bezeichnen, entbanalisiert diesen Akt und verleiht ihm Sinn, falls der Konsum öde werden sollte. Vor allem lenkt das ab vom gewaltigen, umweltschädlichen Ressourcenverbrauch, der damit verbunden ist. Produzenten und Konsumenten können sich entlastet fühlen, sie erweitern ja nur ihren Horizont mit den neuen Gütern.

Oder: Der Prosument ist der Konsument, der das Konsumieren internalisiert hat – und gar nicht mehr merkt, dass er keinen anderen Zugang mehr zur Welt findet, als zu nützen, zu funktionalisieren, zu verzwecken und zu verbrauchen. Dieser konsumierende Zugriff erstreckt sich zwischenzeitlich auch auf die Sphäre des Immateriellen, auf Sinn, Geist, Gesundheit und Liebe. Es ist wichtig, dass der vom Konsum beherrschte Mensch das nicht merkt, denn sonst könnte er/sie über sich selbst erschrecken. Und das wäre der erste Schritt zur Heilung, die wir uns aber nicht leisten können.

Oder der Entrepreneur, der wiederkehrt? Hier hat bereits die geschichtliche Amnesie eingesetzt: Der Unternehmer des 19. Jahrhunderts sah sich nicht politisch unkontrollierten multinationalen Konzernen gegenüber, die Menschen durch Maschinen ersetzt und überschüssige Arbeitskräfte freigesetzt haben. Aber an diesem Beispiel kann man gut studieren, wie Horx und seine Kunden ihre Interessen durchsetzen. Indem sie falsche Assoziationen wecken (als könnte der heutige Kleinunternehmer reich werden), definieren sie die Realität einfach um. In der Politosphäre und den demokratiefeindlichen Tendenzen darin wird dies überdeutlich. Immun ist hier nur, wer sich im Rechtsstaat auskennt und weiß, dass Demokratie mehr ist als ein Abstimmungsmechanismus mit Parteien als deren Grundsubstanz. Und wer im Konzept des „Positive Welfare“ schließlich eine verfeinerte, moralisch klingende und individualisierte Variante des Arbeitslagers für

Asoziale erkennen kann, hat historisches Erinnerungsvermögen und ein waches, soziales Gewissen.

Trendforschung nützt jenen Reichen und Mächtigen, die ihre Interessen politisch durchsetzen wollen, indem sie die Realität umdefinieren und diesen Vorgang gern so verschleiern möchten, so dass er modern und selbst gewählt wirkt.

Die Unwägbarkeiten des Lebens: 9/11 (Terroranschlag New York) – bzw. 12/26 (Tsunamikatastrophe Südasiens)

Eine wesentliche Entzauberungsstrategie geht – gottlob – von der Wirklichkeit selbst aus. Immer wieder machen unberechenbare politische, gesellschaftliche, ökonomische Ereignisse und Naturereignisse den menschlichen Gemächten einen dicken Strich durch die Rechnung und enthüllen kraftvoll, was wirklich stimmt und zählt. Die beiden großen Katastrophen der letzten Jahre – 9/11 und 12/26 – so verschieden in ihrer Genese – lassen allem Leid und allem Bösen zum Trotz vielleicht doch hoffen, dass bei vielen Menschen allmählich ein Umdenken einsetzt und der europäische Lebensstil des Consuming in die Krise gerät.

Ernst nehmen und daraus lernen

Was man entzaubern will, muss man zuerst ernst nehmen. Belächeln und ignorieren – obwohl so mancher Trend dazu reizt – sind keine Lösung und gefährlich, weil sie verkennt, wie „glaubenswillig“ viele Menschen sind, wenn und weil sie zur Gesellschaft und zur modernen Zeit gehören wollen. Wie man Märchen und Illusionen und Magie ernst nehmen muss, muss man auch Trendforschung ernst nehmen. Viele Zeitgenoss/innen glauben an Trends – und so werden diese tatsächlich real. Unterschätzen Sie nicht die Kräfte menschlichen Glaubens!

Offensiv und alternativ reagieren

Ebenso häufig wie das Belächeln der Trends sind Panik und damit verbunden ein aggressiver Rückzug in die Vormoderne, eine starre Verweigerung jeglichen Fortschritts und damit verbunden eine Ghettobildung: Man schottet sich vor den modernen Entwicklungen ab und fühlt sich überlegen. Doch krankt auch diese „Lösung“ an Realitätsverweigerung; zudem hilft sie nicht und ist gefährlich. Es ist daher – gerade die Kirchen sind dazu zu ermutigen – offensiv zu reagieren. Das heißt: sich offensiv und aktiv mit den Trends auseinandersetzen, widerständig und sich anpassend zugleich, nicht sich angleichend. Hinhören, zuhören und nicht aufhören, mit den Menschen, die auf Trends setzen, zu gehen. Noch besser: selbst Trends setzen.

Entzaubern und entlarven

Manchmal ist ein neuer Trend nicht mehr als eine Hülle für Altbekanntes. Zum Beispiel ist die viel gerühmte „emotionale Intelligenz“ nicht mehr als die gute, alte Intuition; und die „körperliche Intelligenz“ beschreibt bloß, dass ein Mensch sich darum bemüht, gesund zu leben.

Manchmal ist hinter einem Trend einfach auch – Nichts. Man fühlt sich erinnert an das Märchen von des Kaisers neuen Kleidern. Welche Erfahrungen sammelt denn beispielsweise ein Konsument?

Das Verschwiegene benennen

Viele Modellbegriffe verschleiern unangenehme Tatsachen, an die man nicht gern erinnert wird. Diese gilt es zu benennen. Hinter der „greying revolution“, einem Prozess, der unglaublich dynamisch klingt und das Bild vieler rüstiger Senioren wachruft, werden sich wohl viele alte, kranke, einsame Menschen verbergen.