

In Frankfurt spekulieren Zukunftsforscher darüber, wie wir in den nächsten Jahren leben, lieben und arbeiten. Nun haben sie elf typische Lebensstile von morgen zusammengestellt, die das Gesellschaftsbild prägen werden: Für die Jugend ist das Internet der Nabel zur Welt, Latte-Macchiato-Familien zelebrieren urbanen Lifestyle und Senioren fahren Snowboard. Ein Ausblick für alle. Von Anja Schuster



WEG IN DIE ZUKUNFT

Farrah Fawcett, Jenny Agutter und Michael York (von links) in dem US-Film „Flucht ins 23. Jahrhundert“. Ganz so weit in die Zukunft gehen die Prognosen der Trendforscher nicht – aber zumindest für 2020 liefern sie Anhaltspunkte für das Leben in Deutschland. (foto: cinetext bildarchiv)

1. COMMUNITIENS KINDER DES INTERNETS

Internet und Handy sind die Nabelschnur zur Welt. Dort, wo das Netz ist, ist die Heimat der CommunitiTeens: immer erreichbar, immer bereit, immer kommunikativ. Eine Gruppe der 12- bis 19-Jährigen verschreibt sich dem digitalen Zeitalter, der PC löst den Fernseher als Medium Nummer 1 ab, SMS schreiben wird unverzichtbar. Ebay ist ihr Karstadt. Von Unpersönlichkeit wollen sie dabei nichts hören, vielmehr schwärmen sie von der medialen Selbstdarstellung und leben ihre Sehnsucht nach Netzen, Gesellschaft und Kollektiven online aus. Die CommunitiTeens sind nicht vergleichbar mit früheren, verpökelten, in sich zurückgezogenen Technik-Nerds.

2. INBETWEENS ÜBERGANG ALS LEBENSENTWURF

Hier hin? Dort hin? Oder wieder zurück? Keine Ahnung! Die Gruppe der Inbetweens sitzt zwischen den Stühlen – beruflich, privat und geografisch. Sie, die 21- bis 33-Jährigen, wissen nicht genau wohin, beim Einstieg ins Berufs- oder Familienleben. Sie switchen zwischen verschiedenen Lebensentwürfen, planen nix, sondern leben getreu dem Motto: ständig flexibel, mobil, offen für Veränderungen. Während dabei die einen zum Dauer-Hospitanten werden, finden sich die anderen mit der prekären Arbeitsmarktsituation als Lebensabschnitt ab. Sie akzeptieren es. Lässig, leicht, unbekümmert ziehen sie ihres Weges.

3. YOUNG GLOBALISTS SMARTE WELTBÜRGER

Vielflieger und Überflieger: Die neue Business-Elite der 20- bis 30-Jährigen meistert die Unwägbarkeiten des Lebens im Vorbeigehen. Ehrgeizig, diszipliniert, weltoffen kommen sie daher, sehen das Leben als Wettlauf und grenzen sich von der Masse ab. Kreativität ist ihnen so wichtig wie gutes Geld, sie sind exzellent ausgebildet und perfekt organisiert. Berufliche

Selbstverwirklichung versteht sich von selbst. Schon zum Berufsbeginn saßen sie häufiger im Flugzeug als andere ihr ganzes Leben lang. Liebesbeziehungen führen sie problemlos jahrelang über Europas Grenzen hinweg.

4. LATTE-MACCHIATO-FAMILIEN BERUF UND FAMILIE

Ein Entweder-oder gibt es nicht. Für die jungen Familien (25- bis 35-Jährige mit Kindern bis 13) geht beides: Beruf und Familie. Das ist wie Milch und Espresso: Latte Macchiato eben. Sie leben und lieben die Urbanität und was dazu gehört. Sie ziehen durch Bars und vergnügen sich mit Cocktails zur Happy-Hour. Kinder stehen dem Lebensstil nicht im Weg, mit ihnen muss nur alles gut organisiert sein. Und wenn es trotz aller Urbanität dann doch ein bisschen Grün sein darf, kaufen oder pachten sie einen Schrebergarten.

5. SUPER-DADDYS REALITÄT MIT DER VATERROLLE

Auch wenn sie immer am Rande des Wahnsinns und der Überforderung balancieren, organisieren die neuen Super-Papas ihr Leben erfolgreich zwischen Kind und Karriere. Familie steht im Mittelpunkt, sie bemühen sich um ein intaktes Zusammenleben. Sie sind eher die Helden der Gefühls- nicht der Hausarbeit. Ihnen gelingt der Rollen-swap zwischen beruflichem Erfolg, persönlichem Glück, Zusammensein mit den Kindern. Denn, so sagen die Zukunftsspezialisten: Mehr Kinder gibt's nicht durch mehr Krippenplätze, sondern dann, wenn auch verstärkte Väter zu Hause bleiben. Ob damit eine Verweiblichung der Männer eintritt, kann nicht rigoros ausgeschlossen werden, aber wenn ja: Was soll's?

6. VIB-FAMILIEN KINDER ALS LEBENSABSCHNITT

Besser spät als nie, sagen sich die VIB-Familien zum Thema Kinderwunsch. VIB (englisch: very important baby) bedeutet in diesem Fall: Sie haben sich



LEBENSSTILE

Der Super-Papa kümmert sich um den Nachwuchs (ganz oben), Senioren starten sowohl sportlich (Mitte), als auch geistig an der Uni (unten) durch. (fotos: voß, joker, epd)

die Sache mit dem Nachwuchs reiflich überlegt. Es ist ein Wunschprojekt, auch wenn es erst nach der geregelten beruflichen Etablierung in die Tat umgesetzt wird. Diese Kinder jedoch werden besonders verhätschelt. Wie Hub-schrauber schwirren die Eltern um ihren Sprößling, versuchen ihm durch frühkindliche Förderung (Musik, mehrere Sprachen, Sport) und sämtliche Bildungsangeboten das Leben so angenehm wie möglich zu gestalten. Im Fürsorge-Universum bleibt jedoch meist nur Platz für ein Kind.

7. NETZWERK-FAMILIEN OFFENE BEZIEHUNGSWELT

Nach Patchwork kommt die Netzwerk-Familie, die bewusst Wert auf den Wunsch des großen Beziehungsgeflechts legt, wo das Zusammenleben nicht aus der Not heraus (Patchwork) geschieht. Vater-Mutter-Kind-Trias wird aufgehoben, Tanten, Onkel, Cousins, Großeltern, Ex-Partner, Freunde, der Therapeut und das Au-Pair-Mädchen gehören dazu. Ständig ist jemand anwesend, zu Hause ist plötzlich da, wo man ohne zu fragen an den Kühlschrank gehen darf, wenn man Durst hat. Rationales Handeln geht vor Emotionen. Das heißt: Wenn die Ex-Frau auf den Sprößling aufpasst, ist das besser als mit ihr der verlorenen Liebe nachzutrauern.

8. TIGER-LADIES AUF IN DIE MÄNNERRESERVATE

Alter? Welches Alter? Die neuen Tiger-Ladies, begünstigt durch die Medienmacht der Frauen, emanzipieren sich von ihrem biologischen Alter (40 und 50). Selbstverwirklichung und Selbstständigkeit sind ihre Schlagwörter, mit denen sie in die Berufswelt der Männer eindringen. Es interessiert sie nicht, ob Abteilungsleiter- und Chefposten bislang ans starke Geschlecht vergeben waren. Sie fühlen sich bereit dafür; dennoch sind sie keine Egozentriker oder pure Karrieristen. Viele wagen in diesem Lebensabschnitt noch einmal den Sprung in die Selbstständigkeit.

9. SILVERPRENEURE IMMER IM UNRUHESTAND

Rente erst mit 67? Egal! Für eine Gruppe von Senioren zählt das nicht. Sie machen sowieso einfach weiter und setzen sich das Motto „Lebenslanges Lernen fürs lange Leben“. Die Ü-55-Studenten haben einen hohen Aktivitätsgrad, nutzen die Uni als Begegnungsort und wollen in ihrem dritten Lebensabschnitt endlich das begreifen, was sie zuvor nicht verstanden haben. Sie passen so gar nicht ins Bild der technikverdrossenen Alten, sondern jagen nach Ebay-Schnäppchen und nutzen das Internet als Informationsquelle. Im Un-Ruhestand stillen sie ihren Wissenshunger.

10. SUPER-GRANNYS ENKEL, KINO UND THEATER

Schon mal was von Großmutter-Hypothese gehört? Die besagt, dass die Omas aufgrund ihrer fürsorglich-unterstützenden Haltung einen wichtigen Beitrag zum „Über“-Leben der Nachkommen der eigenen Kinder leisten. Super-Omas verbringen viel Zeit mit den Enkeln – und verplanen trotzdem ihren Lebensabend. Als Ü-55-Gruppe durchbrechen sie jedoch die Kette von alt-gebrechlich-einsam-passiv. Sie machen das Programm und lassen sich nicht nur berieseln. Kultur, Theater, Kino sind so wichtig wie Familien-Kaffee-Nachmittage. Super-Omas passen nicht ins Bild der braun-beige tragenden Seniorin mit Dutt, sie sind schön, frisch, bunt – und reiselustig.

11. GREYHOPPER ZWEITER AUFBRUCH

Nur Einzelkinder und Ehrenamt reichen nicht. Deshalb starten die Ü-55-Senioren sportlich und geistig noch einmal voll durch. Und zwar nicht bei Wassergymnastik und Golf, sondern mit Beach-Volleyball und Snowboard. Als Philosophen des Alltags erleben sie mit einem Gemisch aus Neugierde, Abenteuerlust und Erfahrungshunger gewissermaßen eine zweite Pubertät.

DIE TRENDFORSCHER

DAS INSTITUT

Das Zukunftsinstitut in Kelkheim wurde 1998 von Matthias Horx gegründet. Es analysiert Trends der Gegenwart und leitet daraus Rückschlüsse für Entwicklungen der Zukunft ab. In der Zentrale in Kelkheim arbeiten 15 feste Mitarbeiter. Diese sind vor allem für Unternehmen interessant, die daraus Konsumgüter und Marketingstrategien entwickeln. Trendforscher spekulieren über die Zukunft. Sie fragen: Wie setzt sich die Gesellschaft zusammen, wie verändert sich das Sozialgefüge, wie leben die Menschen, aus welchen Gründen und mit welchen Wünschen? Trendforschung ist – laut den Mitarbeitern des Zukunftsinstitutes – eine wandlungsorientierte Sozialwissenschaft. Nicht mehr und nicht weniger. Basierend auf Datenbeständen und multimedialen Forschungen werden Zukunftsszenarien für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft erarbeitet. Das Institut gliedert sich in vier Bereiche: **Zukunftsverlag:** Es erscheinen monatlich Branchensstudien und Trenddossiers sowie jährlich ein Trend-Report. **Zukunftsreferenten:** „Zukunft live erleben“ lautet das Motto, unter dem Vorträge, Workshops und Seminare angeboten werden. Dabei werden neue Entwicklungen vorgestellt. **Zukunftsconsulting:** Damit bietet das Institut für Unternehmen Lösungspakete an, die ihnen bei der Produkt- und Umsatzentwicklung helfen sollen. Die Mitarbeiter gehen direkt in die Unternehmen. **Zukunftsakademie:** ein Seminar- und Lehrangebot. Entscheiden aus Marketing und Management werden die Instrumente und Methoden der Trend- und Zukunftsforschung vermittelt – durch Präsentationen, Praxisübungen und Lehrmaterialien, als Zukunftsstudium kooperiert mit der Fessel GfK in Österreich, dem fünfgrößten Marktforschungsunternehmen weltweit.

DIE STUDIE

Die Studie beschreibt elf Lebensstile für die Zukunft. Teilweise existieren diese Lebensmuster schon, doch nach Meinung der Forscher werden sie ganz verstärkt die Gesellschaft prägen und Zugkraft für den Rest besitzen. Das Werk: **Lebensstile 2020.** Eine Typologie für Gesellschaft, Konsum und Marketing, von Oliver Dziemba, Benny Pock, Andreas Steinle, Mai 2007, 176 Seiten. (ras) www.zukunftsinstitut.de