

Pressemitteilung

Sehnsucht nach Nest und Glück

sociodimensions diagnostiziert Niedergang der postmodernen Erlebniswelt und stellt Socio-Milieus 2010 vor.

Heidelberg, 31.3.2010 (pm). Die traditionellen Milieus sterben aus, die Postmoderne stößt an die Grenzen des Wachstums und die Jugend sucht ihren Weg durch das Dickicht von Krisen und Beliebigkeit. Das ist die Diagnose deutscher Lebenswelten, die das Heidelberger Sozialforschungsinstitut sociodimensions für das Jahr 2010 vorlegt.

Isabel de Magalhães und Michael Schipperges, die Inhaber des im letzten Jahr gegründeten, international tätigen Markt- und Sozialforschungsinstituts, stellten die Ergebnisse ihrer aktuellen Trend- und Lebensweltforschung am 22. März auf einer Fachtagung in Heidelberg vor.

„Für 8% der Bevölkerung – etwa 5 Millionen der über 14-Jährigen – besteht die Gegenwart aus einer permanenten Krise: der 9. September mit all seinen Folgen, die zerplatzte Internet-Start-Up-Blase, die demografische Krise, die Krise des Sozialstaats, aber genauso die Klimakrise und eben jetzt die so genannte Finanzkrise. Diese jungen Leute glauben weder an die Rückkehr langer Wachstumsphasen noch an die Nachhaltigkeit politischen Handelns“, sagte Schipperges. Isabel de Magalhães ergänzte: „Eine deutliche Skepsis gegenüber großen Lösungen macht sich vor allem in der jüngsten Generation breit. Sie ist zwar mit dem Computer und dem weltweiten Internet groß geworden, aber unsere Interviews zeigen: diese Menschen haben eine große Sehnsucht nach Sicherheit und Geborgenheit.“

Ana Bauer von Eyes Wide Open (Paris) zeigte, dass auch in Frankreich ganz ähnliche Entwicklungen zu beobachten sind: Hier ist allerdings die Hoffnung noch weiter verbreitet, dass man den Auswirkungen der Globalisierung im eigenen Land entgehen könne, während diese in Deutschland längst als unausweichliches Schicksal betrachtet werden. Gemeinsam, so der deutsch-französische Vergleich, ist jedoch, dass substantielle Mehrheiten der Bevölkerungen beider Länder inzwischen andere Prioritäten setzen als eine weitere Vermehrung des materiellen Wohlstands.

Die aktuelle Krise zeigt einmal mehr die Begrenztheit steten Wachstums auf und verdichtet einen längerfristigen Trend, den die Forscher schon vor der Krise wahrnahmen: Die gesellschaftliche Dominanz des „*Anything Goes*“ der Postmodernen beginnt abzunehmen. Was diesen grenzenlose Entfaltungsmöglichkeiten mit einem befreienden Gefühl von Macht und Stärke bedeutete, wird von der seit der Jahrtausendwende heranwachsenden Generation als selbstverständlich gegeben angesehen: Globalisierung und Internet einerseits, aber eben auch permanente Krisen und die Bedrohung des eigenen sozialen Status andererseits. „Dieses neue Milieu der ‚Jungen Navigatoren‘ (d. h. die heute unter-25-Jährigen, die nach 2000 groß Gewordenen) will nicht alles austesten; sie erwarten nicht mehr, dass sie den gleichen oder gar einen höheren Wohlstand als ihre Eltern haben werden. Stattdessen sehen sie sich zu Höchstleistungen gezwungen, um einen anerkannten Platz in der Gesellschaft zu erreichen“, betonte Schipperges und verwies auf die Casting-Shows, die „Maximale Performance“ im Sinne eines „Verkaufe dich gut“ trainierten. Auf den ersten Blick paradox erscheine es, dass gerade das Internet ein Instrument für die Suche nach Geborgenheit werde. Das tägliche Aufrufen der sozialen Netzwerkseiten sei nichts anderes als eine Vergewisserung des „Seid ihr, meine Freunde, noch alle da?“ in den Zeiten des globalen Dorfes. Schipperges: „Sie navigieren sich durch die Unübersichtlichkeit einer fragmentierten Wirklichkeit, ohne Anspruch auf eine geradlinige Karriere.“

Mit dem Entstehen neuer und in Zukunft noch wachsender Milieus sinkt umgekehrt der Anteil der Milieus mit traditionellen Orientierungen. Die überwiegende Zahl dieser Menschen ist mittlerweile älter als 75 Jahre. Nur noch 15% der Bevölkerung gehören der Gruppe der Vor-68er an. „Noch befinden wir uns in einer Übergangsphase; die Rückkehr von Werten wie Glück, Geborgenheit, Verbindlichkeit stärkt scheinbar die etablierten und bürgerlichen Milieus und schwächt die Bedeutung von Erlebnisorientierung und Spaßgesellschaft. Es ist aber klar, dass damit keine Rückkehr zu den alten, ‚preußischen‘ Tugenden verbunden sein wird, sondern dass Offenheit und Flexibilität weiterhin grundlegende Orientierungen sein werden“, stellte Schipperges abschließend fest.

Erste Informationen zum neuen Basis-Modell für Deutschland sind beigefügt. Es wurde in Zusammenarbeit mit der Mannheimer Forscherin Dr. Brigitte Holzhauer mit sozialwissenschaftlichen Methoden (qualitative Inhaltsanalysen, Clusterbildungen etc.) auf der Grundlage von 2.000 in einer Repräsentativstudie Befragten und zahlreichen Tiefen-Interviews entwickelt. Das Modell bezieht – erstmals in der deutschen Milieuforschung – Generationen, die durch gemeinsame historisch-kulturelle Erfahrungen geprägt wurden, aktiv in die Analyse ein und erlaubt dadurch die Identifizierung von Submilieus sowie die Prognose mittelfristiger Trends. sociodimensions unterstützt damit öffentliche Institutionen und private Unternehmen bei der Planung zukunftsfähiger Strategien und bei der Erforschung ihrer Märkte.

Dr. Ingmar Sütterlin, Wiesbaden, im Auftrag von sociodimensions

(5179 Zeichen mit Leerzeichen)

Für weitere Informationen:

www.sociodimensions.com

mail@sociodimensions.com

Weiter gehende Informationen sowie Gesprächs- und Interviewtermine können mit Michael Schipperges und Isabel de Magalhães vereinbart werden:

Telefon Isabel de Magalhães: 06221/392 08 93

Telefon Michael Schipperges: 06221/651 08 61

Mobil-Telefon 0160/742 67 89