© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Die neue Unübersichtlichkeit

Ergebnisse der Salzburger Trendstudie[1]

Von Robert Kriechbaumer

Anmerkungen zum Trendbegriff

Das Hamburger „Trendbüro" definiert Trends als „Indikatoren für einen permanenten gesellschaftlichen Wertewandel. Angesichts rasanter gesellschaftlicher Entwicklungen wie Globalisierung, Pluralisierung der Möglichkeiten, Ökologie, Szenisierung und Virtualisierung sind Trends die oft einzigen Spuren, die direkt auf die Befindlichkeit und das Lebensgefühl einer Gesellschaft zurückverweisen, jenseits von In- und Outlisten"[2]. Trends, so Matthias Horx, haben „keinen Verursacher und keinen Adressaten ... Trends entstehen im kollektiven Unbewußten der Gesellschaft, als ‚Vernetzung der Bedürfnisse', und keine Macht der Welt, auch die Trendforschung nicht, kann sie lenken oder steuern. ... manche kluge Menschen zweifeln daran, ob es Trends überhaupt gibt. Aber ihre Manifestationen können wir jeden Tag an den ‚Oberflächen' unserer Kultur ablesen – Musik, Film, Kunst, Design, TV, Sitten, Gebrauche und Diskurse erzählen das Lied von den Trends, wenn man sie richtig zu lesen versteht"[3].

Trends äußern sich in einer veränderten Betrachtungsweise der Welt, als umfassender Theoriewechsel, der sich in mannigfachen Zeichen äußert. Das Symbol als sichtbar werdendes Zeichen bedarf der Interpretation, da es als Verdichtung und Visualisierung von Befindlichkeiten, d. h. komplexen neuen Sinnstrukturen fungiert. In diesem Sinn sind Trends gesellschaftliche Konstrukte, Signets ihrer umfassenden Kommunikation und deren Tiefenstrukturen. Ihr Verständnis dient als Schlüssel für das Verstehen der zunehmenden Komplexität gesellschaftlicher Realität, die sich aufgrund der verwirrenden Gleichzeitigkeit des Gegensätzlichen zunehmend der Erklärung aus den traditionellen soziologischen Kriterien von sozialer Herkunft, Wohnort oder Familienstand verschließt. Die Vielzahl der Optionen für die verschiedenen Handlungs- und Werteebenen lassen Netzdialoge entstehen, die aufgrund ihrer gegenseitigen Durchdringung und überregionalen Bedeutung die Konstruktion von Ich-Identitäten in strukturierten Systemen in eine Vielzahl von Sinnprovinzen auflösen. Trendforschung ist qualitativ heuristische Spurensuche in dem verwirrenden Dickicht der gesellschaftlichen Wandlungsdynamik, erstellt erste explorative Landkarten für diejenigen, die auf Trends nicht bloß reagieren, sondern antizipierend agieren wollen.

Generell lassen sich drei Trendebenen feststellen:

– Gesellschaftstrends als kollektive Befindlichkeiten. Sie bestimmen den Alltag und dessen Ästhetik und werden aufgrund ihrer überregionalen Be-

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

deutung sowie ihrer Wirkungsdauer von bis zu zehn Jahren von John Naisbitt als „Megatrends" bezeichnet. „Sie sind nach Umfang und Intensität das, was ein Jahrzehnt an Veränderungen leisten kann."[4]

- Konsumtrends repräsentieren die Verdinglichung der Gesellschaftstrends auf der Warenebene und haben eine Prägekraft von bis zu fünf Jahren. Marken fungieren zunehmend als Werteträger, symbolisieren Überzeugungen ihrer Träger und Käufer, sind Codes kultureller Muster. Als Referenten kultureller Muster dienen sie als Signallichter im Meer der gesellschaftlichen Befindlichkeiten und sind wesentlicher Bestandteil der gesellschaftlichen Kommunikation. Sie besitzen daher jenseits ihres Nutzwertes vor allem einen hohen Symbolwert.
- Branchentrends bilden eine Spezifizierung der Gesellschafts- und Konsumtrends in bestimmten Warensegmenten.

Die Gesellschaftstrends der Jahrtausendwende bestimmen bereits die neunziger Jahre des zu Ende gehenden Jahrhunderts. Aufgrund ihrer Dynamik, verwirrenden Vielfalt und politischer Relevanz galt ihnen das Hauptinteresse der Trendstudie.

Historische Entwicklungslinien

Trends tauchen nicht einfach aus dem Nichts auf, sie haben eine Geschichte. Für ihre Erklärung ist somit stets auch der Blick in die Vergangenheit geboten. In den fünfziger Jahren, so der Wiener Soziologe Holger Rust, war alles einfacher. Die Oberschicht lieferte das Modell des erstrebenswerten Aufstiegs für die Mittelschicht, und die Unterschichten richteten ihre Aufstiegsphantasien in Richtung Mittelschichtkultur[5]. Mit steigendem Massenwohlstand und der Etablierung der Konsumgesellschaft entstand die von Helmut Schelsky prognostizierte Mittelstandsgesellschaft, das Bild der sozialen Pyramide wurde von jenem der Zwiebel abgelöst. Das klassische soziale Gefüge aus Ober-, Mittel- und Unterschicht verlor an Präzision und Aussagekraft, es differenzierte sich zunehmend in Milieus und Szenen, die als nicht mehr schichtspezifische Phänomene die traditionellen gesellschaftlichen Segmentierungen ablösten.

Offensichtlich können generationsspezifische und prägende Erfahrungen unter geänderten sozioökonomischen Rahmenbedingungen nur sehr bedingt weitergegeben werden. Die Dialektik des historischen Prozesses öffnet – zunächst allmählich und in weiterer Folge in wachsender Geschwindigkeit – die Kluft zwischen den Generationen. Der lebensweltliche Erfahrungshorizont der Eltern- und Großelterngeneration verblaßt.

Während in der unmittelbaren Nachkriegs- und Wiederaufbauära der Überlebenswert alle anderen überdeckte und Werte der Zwangsaskese Konjunktur hatten, begannen diese mit der Etablierung der Konsumgesellschaft seit den frühen sechziger Jahren allmählich zu verblassen. Man sparte nicht mehr, um für Notzeiten vorzusorgen, sondern um sich bestimmte Konsumartikel, die

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

zunehmend zu Statussymbolen avancierten, anzuschaffen. Die Pflicht- und Ordnungswerte traten zugunsten der Konsumbedürfnisse und der mit diesen einhergehenden Individualisierungs- und Selbstverwirklichungswerte zurück. Ein kultureller Wandlungsschub erfolgte vor allem bei der jüngeren und gebildeteren Generation Ende der sechziger Jahre, die als „68er-Bewegung" zum Synonym für umfassende Emanzipation, Aufbruch und Aufbegehren wurde.

Kulturelle Revolutionen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts beinhalten generationsspezifische Veränderungen der Beziehungsstrukturen zwischen den Geschlechtern und Generationen, bedeuten einen Paradigmenwechsel in den lange währenden gesellschaftlichen Arrangements und den diese begründenden Werthaltungen. Die späten sechziger und frühen siebziger Jahre markieren den Zeithorizont des Entstehens einer breiten Jugendkultur, die aufgrund ihres globalen Charakters erstmals zu einem bestimmenden Marktfaktor wurde. In der historischen Analyse gilt nach Erich Hobsbawm die Jugendkultur als Matrix der kulturellen Revolution, die im neuen Deutungsmuster der „Lebensstile" greifbar wird[6].

Die klassischen kultursoziologischen Analysen basierten auf ökonomischen und sozialen Strukturdaten, griffen auf Gegensätze von Kapital und Arbeit, Provinz und Metropole, konfessionelle Bindung versus Laizismus bzw. Antiklerikalismus zurück und transferierten diese auf Kulturphänomene. Dieser zum Kanon der Sozialwissenschaft erhobene mechanische Transferansatz erfaßt jedoch die Vielzahl der sozialen Ausdifferenzierungen in hochentwickelten komplexen Industriegesellschaften nicht mehr.

Zu Beginn der achtziger Jahre schien sie noch eine Erfindung des Feuilletons, Mitte der achtziger Jahre hielt sie bereits Einzug in die Ästhetisierung des Alltags, und zu Beginn der neunziger Jahre wurde sie auch politische Wirklichkeit und damit zum Alptraum der Parteisekretariate: die Postmoderne mit ihrer eklektizistischen Grundhaltung, die sich dem klassischen, auf homogenen strukturellen Merkmalen aufbauenden Klassifikationsschema durch Unübersichtlichkeit und patchworkartige Kombinationen entzieht, war von einem Diskursgegenstand der Philosophen und Kunsttheoretiker zur lebensweltlichen Realität geworden[7]. Pluralität ersetzte Einheit und schuf Verwirrung und Unübersichtlichkeit[8]. An die Stelle homogener und ganzheitlicher Lebensentwürfe traten segmentierte, d. h. inhomogene Identitäten, temporär und gruppenspezifisch differierende Werteensembles, Wertewandel und traditionelle Residuen, postmaterialistische und materialistisch-hedonistische Inszenierungen[9]. Begriffe der Jugendkultur, Trends und Moden, verloren in dieser neuen Unübersichtlichkeit ihren jugendlichen Charakter und verbreiteten sich in die Lebenswelten und Orientierungen immer größerer Teile der Gesamtpopulation, avancierten zu politischen und lebensweltlichen Orientierungen auch der Dreißig- und Vierzigjährigen.

Die Milieus der neunziger Jahre konstituieren sich zunehmend aufgrund erlebnisorientierter Handlungsoptionen und Moden, von In- und Out-Listen als dominanten Elementen der Alltagsästhetik. Das jeweilige Milieu und dessen Untergruppen oder Cliquen eröffnen Identifikationsmöglichkeiten durch

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

spezifische Moden (z. B. Skater, Boarder usw.) sowie Erlebnisse (Clubbing) und werden zum Inszenierungsort segmentierter Selbstverwirklichung.

Segmentierte Identitäten wechseln, je nach Bedürfnis, problemlos von einer Gruppe oder Clique in eine andere. Dieser problemlose Wechsel wird durch die Heterogenität von Ich-Identitäten ermöglicht. Der individuelle Lebensentwurf vereinigt differente Lebensstile und die diese prägenden Werthaltungen.

Aufgrund dieser vielfachen Differenzierung erfolgte die Auflösung der traditionellen Großmilieus und kompliziert sich jedes Unterfangen einer neuen Kategorisierung. Die zahlreichen neuen Gruppen repräsentieren vielfältige Wertmuster, die zur individuellen Disposition stehen und nur partiell und temporär wahrgenommen werden. Phasen eines intensiven Engagements können abrupt beendet, differente moralische Standards gleichzeitig vertreten werden. Diese prinzipielle Flexibilität in den jeweiligen Optionen ermöglicht das problemlose Surfen auf den Wellen des Zeitgeistes ohne folgenschweren Identitätsverlust. Die sozial- und politikwissenschaftliche Forschung versucht, diese neue Unübersichtlichkeit mit Begriffen wie Risiko-, Freizeit-, Erlebnis- oder segmentierte Gesellschaft zu fassen und damit erste Wegmarken auf einem noch unsicheren Terrain zu setzen[10]. Innerhalb der neuen Erklärungsversuche kommt den Theorien des Wertewandels (Inglehart, Klages) sowie den Ergebnissen der Trendforschung (Naisbitt, Horx, Gerken, Popcorn u. a.) – trotz aller auch berechtigter Kritik – besondere Bedeutung zu.

Die epochale Verwerfung der Mentalitätsstruktur ist die eigentliche Herausforderung der politischen und geistigen Funktionseliten, zu deren Bewältigung der Blick in die Vergangenheit nicht ausreicht. Die Salzburger Trendstudie unternahm den Versuch, mit projektiven Fragemustern das Spektrum der Optionen für die Zukunft zu erfassen und bestimmte Megatrends zu definieren. Im Fall Salzburgs kommt einem solchen Unterfangen insofern besondere Bedeutung zu, als hier, vor allem auf der Mikroebene des Zentralraums, seit den siebziger Jahren eine für Österreich beispiellose Dynamik diagnostiziert werden kann, die – mit jeweils zeitlichem Abstand – das Bundesland sowie die Makroebene der Republik erfaßt.

Beim Blick in die Zukunft begibt man sich auf schwankenden Boden. Trendmarkierungen verstehen sich als grobe Positionslichter, sie vermögen die Richtung zu zeigen, mehr nicht. Die Zukunft ist prinzipiell offen und entzieht sich der detaillierten Beschreibung. Im Sinne der Setzung erster Positionslichter seien im folgenden einige wesentliche Aspekte des neuen Lebensentwurfs skizziert.

Junge Hedonisten und Egotaktiker

Zum Entsetzen der Eltern- und Großelterngeneration verlor das Vokabular von Pflicht, Verantwortung und Opferbereitschaft bereits Ende der siebziger Jahre seine überindividuelle Prägekraft. Diese grundlegende Verschiebung im Bereich der zentralen Sachverhalte individueller und gesellschaftlicher Identität ist das Ergebnis geänderter sozioökonomischer Rahmenbedingungen.

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Die Steigerung des Massenwohlstandes ermöglichte den Ausbau des Sozialstaates. An die Stelle individueller Verantwortung und Solidarität trat zunehmend der sorgende Staat, dessen Transferzahlungen sich über alle erstreckten. Der Staat avancierte zur umfassenden Versicherungsagentur für individuelle und familiäre Problemlagen und begründete eine Mentalität des sozialen Garantismus[11]. Die Rolle der Familie verringerte sich ebenso wie jene der individuellen Verantwortung, aus der Solidarität resultiert. Bereits Ende der siebziger Jahre konstatierte Daniel Bell in der westlichen Industriegesellschaft den Verlust der protestantischen Ethik zugunsten einer immer breiter und bestimmender werdenden hedonistischen Mentalität. Der Hedonismus sei „die kulturelle, wenn nicht gar moralische Rechtfertigung" eines ungezügelten Kapitalismus geworden, das Vergnügen zum Lebensstil avanciert[12]. Zehn Jahre später diagnostizierte Helmut Klages den „Übergang von einem nomozentrischen zu einem autozentrischen Wertverständnis"[13], 1995 ortete Holger Rust eine Generation der „jungen Hedonisten und Egotaktiker"[14], und 1996 kam Cordula Krüger, Leiterin der Strategischen Planung des Hamburger Lintas-Instituts sowie der vielbeachteten YOYO-Studien (Youth Observes Youth's Obsessions), zu dem Schluß, daß die Jugendlichen der neunziger Jahre „weniger etwas erreichen" wollen, „als vielmehr etwas erleben – und zwar sich selbst, ihre Gefühle, ihre Kreativität, ihre Grenzen. Gleichzeitig bewältigen sie ihre Aufgaben äußerst pragmatisch. Und darum haben wir sie nicht Egozentriker, sondern Egotaktiker genannt"[15].

Die Ergebnisse der Salzburger Trendstudie bestätigen die Abenddämmerung der Kultur der Zwangsaskese und der protestantischen Pflichtethik. Eine breite hedonistische Grundhaltung charakterisiert als generationsspezifische mentale Dominante nicht nur die Salzburger Jugendlichen, sondern auch die Gruppe der Zwanzig- bis Dreißigjährigen.

Möchte mein Leben genießen				
	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
keine Antwort	1	1	2	1
sehr stark	71	58	31	31
eher stark	27	35	60	54
eher nein	2	6	6	1
gar nicht	0	0	1	1

Individualisierung und Erosion der Verantwortung

Die seit den sechziger Jahren einsetzende Individualisierung implizierte den Bedeutungsverlust überdividueller Normen. Moralische Designs werden vor allem individuell oder gruppenspezifisch entworfen.

Frage: *Wenn es um eine konkrete Entscheidung über gut oder schlecht geht. Worauf kommt es dabei an?*

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

	sehr wichtig	eher wichtig	eher nein	falsch
Ich muß meine Entscheidung vertreten und begründen können	81	16	1	0
Was gut und schlecht ist, machen sich die Leute aus, die es betrifft	14	47	23	14
Wissenschaft als Orientierungshilfe	14	45	30	7
Argumente meiner Tageszeitung	4	19	46	28
Aussagen international anerkannter Persönlichkeiten oder Instanzen	6	25	31	38
Am besten orientiert man sich an dem, was allgemein anerkannt wird	5	25	31	38
Man kann grundsätzlich alles tun, was niemand anderem Schaden zufügt	19	40	25	15
Über gut oder schlecht kann letztlich nur Religion oder Ethik entscheiden	5	23	48	24
Meinungen aus Radio und Fernsehen	4	23	48	24

Antworten aller befragter Altersgruppen.

Der deutlichen Zunahme des Individualismus mit seinen hedonistischen Konsum- und Karriereerwartungen sowie seiner speziellen Erlebniskultur korrespondiert eine proportional sinkende Bereitschaft zum gesellschaftlichen Engagement. Ein Indikator für die Bereitschaft zum gesellschaftlichen Engagement ist die Selbstpositionierung als verantwortungsvoller Bürger. Auf einer die Verantwortung als Bürger klassifizierenden fünfstufigen Skala (1 = sehr hoch, 5 = sehr niedrig/abweisend) charakterisierten sich rund 40% der Salzburger mit den Noten 1 und 2. Dieses relativ hohe staatsbürgerliche Bewußtsein erfährt allerdings im Altersvergleich eine deutliche Veränderung.

Während sich nämlich in der Gruppe der über Dreißigjährigen nur 8% mit den Noten 4 und 5 einstuften, stieg dieser Prozentsatz bei den unter Dreißigjährigen auf 22 und bei jener der unter Neunzehnjährigen auf 39%. Diese Ergebnisse bestätigen den von Faith Popcorn diagnostizierten Megatrend des „Cocooning"[16]. „Trotz aller geäußerter Kritik funktioniert der Begriff Cocooning auf einer höheren, symbolischeren Ebene hervorragend ... Cocooning benennt ein ganzes Mündungsdelta der verschiedensten Wertewandel-Prozesse: das Schrumpfen des eigenen Verantwortungshorizonts, die ‚Mir-san-mir'- oder ‚Mir-ist-alles-egal'-Mentalitäten, die in den hochindividualisierten Gesellschaften grassieren. Cocooning bedeutet Rückzug auf den kleinen, überschaubaren Lebenskreis, weil man die Welt draußen für zu kompliziert und nicht wirklich für interessant hält, die Zunahme narzißtischer oder regressiver Grundhaltungen, die zur Überbetonung der unmittelbaren Privatsphäre und zur Erosion des Politischen führen ... Cocooning ist ein Megatrend, der wiederum andere Trendströmungen kanalisiert: Die wirklich großen Trendströmungen der Neunziger sind weder expressiv noch außenorientiert, nicht einmal reformerisch, sondern im Kern passiv, von Verlustängsten und Harmoniesehnsüchten geprägt."[17]

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

In der als Pretest durchgeführten Jugendstudie erklärten 70% der Salzburger Jugendlichen (unter 19 Jahre), der Staat solle ohne sie funktionieren, während nur 30% eine prinzipielle Bereitschaft zur Mitgestaltung signalisierten. Hingegen erklärten 96% ihre Bereitschaft zur Mitarbeit im Freundeskreis oder einer Clique. Die sinkende Bereitschaft zum gesellschaftlichen Engagement vor allem bei den jüngeren Generationen wird auch von den älteren wahrgenommen und als Charakteristikum der Zukunft genannt. Auf die Frage, ob die Gesellschaft etwa des Jahres 2010 durch die Bereitschaft zum gesellschaftlichen Engagement gekennzeichnet sein werde, antworteten 62% mit „eher nein" und 11% mit „gar nicht", während 21% eine mögliche und nur 5% eine starke Bereitschaft prognostizierten.

Additiver Wertewandel in Richtung „Softindividualismus"

Die demoskopischen Befunde signalisieren einen additiven Wertewandel in Richtung des von Matthias Horx diagnostizierten „Softindividualismus". Im Sinn eines humanen und geselligen Ego werden Werte wie Verläßlichkeit, Treue und Hilfsbereitschaft neben beruflichem Erfolg und Durchsetzungskraft geschätzt und als Selbstcharakterisierung betont. Das Millennium ist von einer breiten Remoralisierungswelle geprägt. So befreite sich z. B. das Ökologiethema aus dem Ghetto der alternativen Szene und wurde zu einer dominanten Grundhaltung der Gruppe der 19- bis 45jährigen urbanen Mittelschichten, vor allem der Frauen. Die Remoralisierung produziert Moralisten auf der Suche nach Ehrlichkeit und Integrität. Diese Begriffe stehen an der Spitze der Suchwerte. Auf die Frage, was einem im Freundeskreis und der Kollegenschaft Anerkennung und Prestige verschafft, rangieren Begriffe wie Verläßlichkeit, Treue, Ehrlichkeit mit 93% einsam an der Spitze. Die Dominanz des Hedonismus scheint sich durch die Remoralisierung in Richtung Generation X-Softindividualismus und Sinngesellschaft abzuschwächen.

Diese neuen sozialen Verbindlichkeiten sind jedoch weitgehend Selbstinszenierungen, Signale der Selbstdefinition. Das Bild wird auch durch den Umstand relativiert, daß die aus den softindividualistischen Werten folgende Bereitschaft zum Engagement für Schwächere bei nur 20% und damit am Ende der Werteskala rangiert:

„Im kommunikativen Handeln, also in der unmittelbaren Interaktion, ist Hilfsbereitschaft vor allem bei den Jungen ein absolut vorrangiger Wert.

Diese Hilfsbereitschaft bezieht sich aber primär auf die Gruppenmitglieder bzw. auf Personen mit relativ großer emotionaler Nähe. Gegenüber Personen mit stärkerer Distanz, aber auch gegenüber anderen Gruppen bis hin zu anderen Nationalitäten, pendeln die Werte der Menschlichkeit zwischen einem bloß rhetorischen Bekenntnis mit symbolischen Leistungen und einer Ablehnung im Falle einer tatsächlich drohenden oder als bedrohlich behaupteten Konkurrenz.

Während im unmittelbaren kommunikativen Handeln Menschlichkeit und Hilfsbereitschaft, aber auch Einfühlungsvermögen einen tatsächlich hohen

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Stellenwert haben, lösen sie außerhalb der eigenen sozialen Reichweite kaum Betroffenheit, vor allem aber nicht Verantwortlichkeit oder solidarisches Handeln aus."[18]

Soziales oder öffentliches Engagement sowie Religion als transzendent begründetes und handlungsleitendes Wertesystem rangieren mit geringen generationsspezifischen Abweichungen abgeschlagen am Schluß jener Bereiche, aus denen Kraft für den Alltag geschöpft werden.

Frage: *Woher beziehen Sie Ihre „Power"?*

	sehr stark	ein wenig	eher nein
Ausbildung	27	46	24
Beruf	36	35	24
Clique/Freunde	54	32	12
Familie	60	29	9
Sport/Fitneß	33	44	21
Lifestyling	17	45	35
Clubbing, Rave, Konzert usw.	18	28	52
Religion/Spiritualität	9	24	64
Soziales oder öffentliches Engagement	9	34	55

Antworten aller befragter Altersgruppen.

Antitrends

Trends bilden keine linearen und eindeutigen Sinnstrukturen, sondern jeweils auch Antitrends, die das mentale Kontinuum im raschen Wandel der Zeit und ihrer Moden erkennen lassen. Globalisierung, Virtualisierung, die Relativität der Werte usw. produzieren komplexe Streßfaktoren, die auch Entlastung, Ruhe, Sicherheit, Heimat, Authentizität und spirituelle Tiefe einfordern. Die Vielzahl der Optionen im alltäglichen Lebensvollzug erfordert – jenseits aller hedonistischen Lustmaximierung – traditionelle Inseln als Anker im Zeitfluß der Beliebigkeit, Rückzugsgebiete der Seele. Das Projekt der Moderne erzeugt auch Vakua, und Vakua ziehen an. Auf die Frage nach den Mangelerscheinungen in der gegenwärtigen Gesellschaft wurde die Stärke dieser Gegentrends deutlich sichtbar.

Frage: *Bitte kreuzen Sie jene Punkte an, die Ihrer Meinung nach in unserer heutigen Gesellschaft ein wirklicher Mangel sind.*

	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
Intakte, natürliche Umwelt	60	63	60	46
Heimat, Tradition	25	15	14	19
Religion	24	15	14	17

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
Lieben und geliebt sein, angenommen	21	25	22	23
Zurückziehen können in eine kleine intakte Welt	18	11	15	10

Auf die Frage, was Geborgenheit bedeutet, rangieren Werte des persönlichen Angenommenseins, der tiefen Freundschaft, der intakten Umwelt sowie von Heimat und Tradition an der Spitze. Natur signalisiert vor allem die Rückkehr zu Geborgenheit und Identität und bildet eine „New Basic" im Modernisierungsprozeß. Der auf breiter Basis revitalisierte Klassiker signalisiert die Rückkehr zu einer neuen Bescheidenheit, zum Reduktionismus, für den man auch bereit ist, mehr Geld auszugeben, da dadurch der eigene Konsum mit gutem Gewissen erfolgen kann. So erklärten sich 1996 – trotz Rezession – etwas mehr als die Hälfte aller Österreicher bereit, für Öko-Erzeugnisse 10% mehr zu bezahlen, und 15% waren sogar bereit, 20% über dem Preis eines konventionellen Produkts zu entrichten (1984 waren es nur 33 bzw. 10%)[19].

Natur wurde zur Basic-Ikone, zum Megatrend und moralischen Vademecum der Postmoderne. 70% der Salzburger fordern ein stärkeres Engagement des Landes für eine intakte Umwelt und 56% für die damit assoziativ eng verbundene Entwicklung der Lebensqualität.

Das optimistische Paradoxon

Die Salzburger Ergebnisse bestätigen jene der von BBDO in Düsseldorf durchgeführten europaweiten Jugendstudie, die im Bereich der Zukunftserwartungen zu paradoxen Schlußfolgerungen gelangte: „Wenn man sie nach ihren Zukunftserwartungen fragt, sind sie sehr pessimistisch, was die gesamtgesellschaftliche Entwicklung angeht. Hinsichtlich ihrer persönlichen Möglichkeiten geben sie sich jedoch optimistisch."[20] Und Matthias Horx bemerkte 1995: „Nie war eine Jugendlichengeneration so optimistisch und pessimistisch zugleich. Umfragen in allen westlichen Ländern zeigen diese seltsame Schizophrenie: ‚Ich werde es schon irgendwie schaffen, ich will an mich selbst glauben' wechselt ab mit ‚Die Welt geht sowieso den Bach herunter'."[21]

Frage: *Wenn Sie an die Zukunft der Welt und an Ihre eigene Zukunft denken. Wie vermuten Sie die Entwicklung?*

Zukunft der Welt				
	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
keine Antwort	2	2	2	1
wird besser	10	7	8	9
wird schlechter	77	74	70	71
bleibt gleich	11	17	20	20

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Zukunft Europas				
	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
keine Antwort	2	2	1	1
wird besser	26	22	21	27
wird schlechter	47	42	48	47
bleibt gleich	25		4	
Zukunft Österreichs				
keine Antwort	1		2	
wird besser	20	16	16	20
wird schlechter	48	46	46	41
bleibt gleich	31	37	36	37
meine persönliche Zukunft				
keine Antwort	2	2	1	3
wird besser	53	41	31	16
wird schlechter	14	12	21	16
bleibt gleich	31	46	47	66

Dieses Paradoxon erklärt sich auch aus dem Umstand einer endzeitbewußten Pädagogik und medialen Berichterstattung. Professionelle Sinnvermittler wie Lehrer oder Journalisten werden nicht müde, in apokalyptischen Visionen Betroffenheit zu inszenieren und das Bewußtsein der Ressourcenknappheit, der Umweltkatastrophen oder des Auseinanderklaffens der globalen Wohlstandsverteilung zu propagieren. Dieses entworfene Horrorszenario wird auch mit einer impliziten Anklageschrift gegen die Politik versehen, der weitgehend Problemlösungskompetenz in Zukunftsfragen abgesprochen wird. Im Gegenzug dazu wird die Vision einer besseren Welt aktionistisch agierenden internationalen Gruppierungen wie Greenpeace oder Global 2000 zugeschrieben. Der Welt, so der Kernpunkt der Botschaft, sind weitgehend die Visionen und die Visionäre abhanden gekommen, sie bildet ein Sinnvakuum, dem man hilflos gegenübersteht.

Dieses pädagogisch und medial inszenierte und vermittelte Bild kontrastiert jedoch über weite Strecken mit den tatsächlichen Erlebnissen des unmittelbaren Lebensbereichs sowie der subjektiv wahrgenommenen Zukunftschancen. Aus der Überlagerung der beiden Welten resultieren das optimistische Zukunftsparadoxon sowie der weitgehende Kompetenz- und Vertrauensverlust der Politik im Bereich der Zukunftsgestaltung.

Virtualität oder die Vorherrschaft des Imaginären

Das Wort „Tele" avancierte seit den achtziger Jahren zu einem generellen Signet der ökonomischen, gesellschaftlichen und mentalen Entwicklung. Von Teleshopping über Teleworking bis Teleteaching, von Telekommunikation bis Multi Media Art und Cyberspace, es etablierte sich eine wahrhaft umfassende

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Tele-Kultur jenseits der sozialen Schichten oder der räumlichen Situierung, eine neue virtuelle Welt mit ihrer speziellen Fachsprache, ihren Codes und ihren Lebensstilen.

Die Generation der neunziger Jahre ist die erste Generation, die mit den neuen Medien geboren wurde und aufwuchs. „Sie sind Medienkinder – Medien waren ihre Ersatzeltern. Und darum brauchen und gebrauchen sie diese in einem besonderen Maße: als Instrument ihrer selbstzentrierten Interessen, als egotaktisches Werkzeug. Und zur mentalen und emotionalen Geborgenheit, als Schoß."[22] Technische Entwicklungen eilen der gesellschaftlichen und vor allem der politischen Rezeption voraus. Die Fülle neuer Optionen wird zunächst von einer (meist jugendlichen) hochspezialisierten Minderheit antizipierend wahrgenommen, bevor sie marktwirksam und damit auch gesellschaftlich und politisch relevant werden. Die gesellschaftliche und politische Entwicklung wird immer weniger von politischen Entwürfen bestimmt, sondern vor allem vom Markt und seinen innovativen Akteuren.

Die Medienrevolution bewirkte eine grundlegende Änderung des Wirklichkeitsbegriffs. Vermittelten in den sechziger und siebziger Jahren die visuellen Medien noch „Wirklichkeit" im Sinn von weitgehender Authentizität – man denke etwa an die Mondlandung oder aber an Unterhaltung pur –, so erfolgte über die neuen technischen Möglichkeiten ein zunehmend unentwirrbares Spiel von Realität und Imagination. Bereits zu Beginn der achtziger Jahre stellte Jean Baudrillard fest, daß das Reale und das Imaginäre zu einer Totalität verschmelzen, deren ästhetische Faszination vor allem auch aufgrund der möglichen Interaktivität zu einer ästhetischen Faszination universellen Charakters werde[23].

Die von Baudrillard angesprochene ästhetische Faszination wurde in den neunziger Jahren Wirklichkeit. Für die durch die neuen Medien sozialisierte Jugend ersetzte die virtuelle Welt der Computerspiele den Spielkameraden oder das Abenteuerbuch. Lesen, so ein Werbespruch der Buchindustrie, sei Abenteuer im Kopf, Computerspiele ermöglichen das visualisierte Abenteuer, sind interaktiv, stimulierend und unmittelbar. Die Medienrevolution eröffnete auch neue Wahlfreiheiten und -möglichkeiten. Anfängliche Passivität wandelte sich in dezentral strukturierte Interaktion. Es entstand, losgelöst von urbanen Ballungsräumen, ein universeller virtueller Raum. Die Mediengeneration der neunziger Jahre beherrscht bereits mittels Joystick virtuos den Umgang mit den neuen Möglichkeiten und gestaltet die Parameter ihres Spiels weitgehend autonom. Kommunikation vollzieht sich zunehmend über die interaktiven neuen Medien, die dem Benutzer unter Ausblendung eines realen Kontaktes mit Personen oder Situationen den Vorteil der Selektion bieten. Die Jugendkultur der neunziger Jahre, so Klaus Janke und Stefan Niehues, sei im wesentlichen von Verweigerung (Generation X), Thrilling (Mutproben in Cliquen) sowie virtuellen Parallelwelten geprägt[24]. Gesellschaftliche Streßfaktoren wie Leistungsdruck, Rationalisierung, Arbeitslosigkeit und ein mangelnder Aufforderungscharakter der realen Welt bewirken die Flucht eines erheblichen Teils

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

der Jugendlichen in den Bereich des Virtuellen. Auf die Frage nach der Faszination der realen sowie der virtuellen Welt zeigen sich signifikante generationsspezifische Devianzen. Mehr als ein Drittel der Salzburger Jugendlichen finden die virtuelle Welt faszinierender als jene des Alltags.

Frage: *Welche Welt ist für Sie faszinierender?*

	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
keine Antwort	2	4	2	1
Die virtuelle Welt	36	28	11	8
Die reale Alltagswelt	61	69	88	90

Arbeitswelt

Matthias Horx hat darauf hingewiesen, daß der Wandel vom individualistischen Hedonismus der achtziger Jahre mit seiner Erlebniskultur hin zum Softindividualismus mit seiner starken Betonung von Verantwortung, Freundschaft, Treue, Ehrlichkeit und Spiritualität eine Reaktion auf ökonomische Umbruchsituationen, d. h. einen Wandel der Arbeitswelt, sei. Die geforderte höhere Mobilität sowie die steigenden Bildungserfordernisse lassen eine neue Arbeitselite entstehen („New Skill Workers"), die die lange dominierende, jedoch weitgehend lediglich ausführende Angestelltenschicht aufgrund ihres höheren Kreativitäts- und Wertschöpfungspotentials zunehmend ersetzt.

Fragen der Kreativität sowie der persönlichen Herausforderung gewinnen bei der Beurteilung der Arbeitswelt vor allem bei Jüngeren immer größere Bedeutung. Persönliche Entfaltungsräume im Beruf sind z. B. bereits für zwei Drittel der deutschen Jugendlichen bei ihren Wunschvorstellungen bezüglich der Arbeitswelt entscheidend: Persönliche Entfaltungsmöglichkeiten, mehr Freiräume für das eigene Gestalten sowie die Frage des Eigennutzes stehen an der Spitze der an den Arbeitsplatz gerichteten Wunschvorstellungen[25].

Die Veränderungen der Arbeitswelt sowie die Zunahme der Streßfaktoren bedeuten auch eine Zunahme der Modernisierungsverlierer. Kreativität und Geschicklichkeit implizieren die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen, den versierten Umgang mit technischen Innovationen, Rationalisierungs- und erhöhtem Leistungsdruck sowie den variablen Anforderungen des Arbeitsmarktes. Gefühle des Überfordertseins sowie der Orientierungslosigkeit gegenüber dem Arbeitsmarkt der Zukunft korrespondieren nicht nur mit der Höhe der genossenen Ausbildung, sondern weisen auch generationsspezifische Abweichungen auf. Vor allem die Salzburger Jugendlichen fühlen sich stärker überfordert und erleben Sinndefizite in deutlich höherem Ausmaß als die Gruppe der über 19jährigen.

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Frage: *Wie würden Sie sich selbst charakterisieren?*

	Ausbildung				
	Pflichtschule	Lehre	Matura	Akademiker	Studenten
Fühle mich überfordert					
keine Antwort	0	2	0	0	2
sehr stark	7	4	2	3	0
eher stark	26	19	20	16	14
eher nein	57	59	51	55	67
gar nicht	10	16	28	26	17
Weiß oft nicht, was ich soll					
keine Antwort	1	2	1	0	2
sehr stark	7	1	2	0	0
eher stark	16	7	10	0	4

	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
Fühle mich überfordert				
keine Antwort	0	1	2	1
sehr stark	7	4	2	5
eher stark	26	18	18	17
eher nein	57	61	57	56
gar nicht	11	15	21	22
Weiß nicht, was ich soll				
keine Antwort	1	1	3	1
sehr stark	7	1	0	2
eher stark	17	6	4	4
eher nein	45	40	32	27
gar nicht	30	52	61	66

Weitgehend unabhängig vom Bildungsniveau wird die Arbeitswelt der Zukunft sorgenvoll beurteilt. Angesichts der Globalisierung der Produktion, zunehmenden Konkurrenzdrucks sowie steigender Arbeitslosigkeit entwerfen im Generationenvergleich die Jugendlichen ein pessimistischeres Bild.

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Frage: *Wie sehr wird folgendes künftig den Arbeitsprozeß kennzeichnen?*

	bis 19	19 bis 30	30 bis 45	45 und älter
Steigender Leistungs- und Erfolgsdruck				
keine Antwort	2	3	1	5
sehr stark	46	40	40	42
eher stark	39	46	51	45
eher weniger	12	10	7	5
eher nein	1	1	1	2
gar nicht	4	0	1	3
Zunehmende Arbeitslosigkeit				
keine Antwort	2	2	1	5
sehr stark	41	28	31	29
eher stark	43	43	48	45
eher weniger	11	24	18	21
gar nicht	3	2	3	1
Immer kompliziertere Techniken				
keine Antwort	2	3	1	5
sehr stark	55	47	51	48
eher stark	34	39	37	40
eher weniger	7	11	9	6
gar nicht	2	0	2	1

Vom Verlust der Politik?

Die Frage, ob nicht Individualisierung, Multioptions- und Risikogesellschaft ein Mittelstandsphänomen seien, während Modernisierungsverlierer von Armut Bedrohte sind, ist zu bejahen[26]. Individualisierung und Optionen basieren auf dem Vorhandensein eines bestimmten Sets an ökonomischen Ressourcen. Das neue Feld der Politik ist nicht nur von der individualistischen oder softindividualistischen Mittelstandsgesellschaft, sondern auch von der wachsenden Gruppe der sozialen Absteiger geprägt.

Die Krise des Wohlfahrtsstaates Mitte der achtziger Jahre sowie die in den neunziger Jahren einsetzende Globalisierung unterwarfen die Politik einem Anpassungsdruck an vom Markt bestimmte ökonomische Rahmenbedingungen, der den gewohnten Spielraum der Interventionen entweder drastisch einschränkte oder generell beseitigte. Die Dominanz des Marktes als Regelungsmechanismus bewirkte den Imageverlust der Politik als Krisenmanager. Der Verlust von Sicherheit und Identität in den traditionellen homogenen Großmilieus äußerte sich im Vertrauensverlust in die traditionellen politischen Großinstitutionen und konstituierte zunehmend politische Heimatlosigkeit. Mißtrauen, Distanz, Verunsicherung, Angst und politische Enthaltsamkeit sind die Folgen des Verlustes der kollektiven Biographie.

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Diese doppelten Verwerfungen im Bereich der Mentalitäten führten bereits kurzfristig zu folgenschweren Veränderungen der politischen Kultur, von denen schließlich auch das politische System erfaßt wurde. Wertewandel, Individualisierung, Politikverdrossenheit, Unsicherheit, Angst und Protest als Zeichen des Vertrauensverlustes in die Lösungskompetenz der traditionellen Repräsentanten des politischen Systems führten zu einer Neustrukturierung des Wählermarktes, die sich in drei Hauptströmungen manifestiert:

1. Dem (vorübergehenden?) Rückzug aus der politischen Partizipation in Form des Nichtwählens.
2. Der Flucht vor allem der Modernisierungsverlierer sowie von Teilen der verunsicherten Mittelschichten in neue, den Protest artikulierende und neue Sicherheit offerierende politische Heimaten.
3. Der bewußten partiellen und temporären politischen Partizipation in neuen politischen Bewegungen (Bürgerliste, Liberales Forum, Autofahrer-Partei usw.) ohne „Heimatgefühl". Alle drei Segmente stehen, ebenso wie die Gruppe der segmentierten Individualisten, prinzipiell zur politischen Disposition. Individualismus, Auszug aus den traditionellen politischen Milieus und politische Heimatlosigkeit implizieren nicht den Rückzug aus dem generellen Feld des Politischen, sondern lediglich aus den traditionellen (partei-)politischen Großorganisationen und Sinnvermittlern.

Frage: *Wie weit sind Sie innerlich von folgendem entfernt bzw. wie nahe stehen Sie dazu?*

	1	2	3	4	5
Meiner Herkunftsfamilie	46	25	17	5	6
Meiner eigenen Familie	48	16	12	7	14
Meinem Freundeskreis/meiner Clique	43	32	14	5	3
Meinem Beruf	32	34	19	6	6
Der „allgemeinen" Meinung	7	15	36	22	15
Dem politischen Geschehen in Österreich	6	22	26	24	21
Meiner Verantwortung als Bürger	11	26	36	16	9
Der Kirche	5	12	17	23	42
Den Interessenvertretungen, Kammern, ÖGB usw.	2	6	15	21	54
Der politischen Partei, die mir am nächsten steht	2	9	19	24	44

Antworten aller befragten Altersgruppen: 1 = sehr nahe; 5 = sehr fern.

Das Feld des Politischen ist keineswegs verwaist, sondern neu und unübersichtlich strukturiert. Jenseits der traditionellen politischen Milieus erfolgt eine Repolitisierung, die nicht auf Kriterien wie Familientradition, Sozialisation, ideologischen Traditionen und Überzeugungen, sozialer Stellung usw. basiert, sondern auf einer verwirrenden und selbstreferentiellen Gemengelage aus rasch wechselnden Stimmungen und Optionen, die sich den planerischen Ambitionen der Parteisekretariate weitgehend entzieht.

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

In der Wiederaufbau- und Wirtschaftswunderära boten sich die Parteien als „politische Generaluntemehmer" an, in die stellvertretend Vertrauen investiert werden konnte[27]. Dieses Offert wurde von der Gesellschaft bis weit in die siebziger Jahre angenommen. Das Anwachsen der Lebenschancen ließ jedoch diese scheinbar so feste Symbiose von Politik und Gesellschaft brüchig werden, die gesellschaftliche Wandlungsdynamik wandelte das harmonische Verhältnis in Ungleichzeitigkeit, die Räder des Fortschritts liefen nicht mehr synchron. Ulrich Beck hat darauf hingewiesen, daß viele Situationen „von den gängigen Institutionen und Begriffen, Konzeptionen des Politischen weder erfaßt noch angemessen beantwortet werden können"[28].

Angesichts der gesellschaftlichen Moderne mit ihrer die Kontroll- und Sicherungsmechanismen der Industriegesellschaft auflösenden Neuerungsdynamik sei die „Erfindung des Politischen" gefordert.

Nicht zur Diskussion stünden dabei „die Errungenschaften der europäischen Moderne – parlamentarische Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, die Menschenrechte, die Freiheit der Individuen –, sehr wohl aber die Art ihrer Umsetzung in den Gußformen der Industriegesellschaft. Erforderlich ist vieles, auch eine Tathandlung des Denkens, die den Blick für prinzipielle Alternativen eröffnet. Was also meint die Erfindung des Politischen? Nicht nur regelausführende, sondern auch regelverändernde Politik, nicht nur Politiker-Politik, auch Politik der Gesellschaft, nicht nur Machtpolitik, auch Gestaltungspolitik, Kunst der Politik. [...] Politik, politische Institutionen sind niemals irgendwo abgelesen, abgelauscht, aus unwandelbaren Naturgesetzen abgeleitet, sondern immer erfunden worden. Politik und Kunst, aber auch Technik, tragen diese Siegel der Selbstschöpfung. Die Geschichte des Politischen ist in diesem Sinne eine Geschichte der Erfindung des Politischen ..."[29] Hans Magnus Enzensberger bemerkte bereits 1991 sarkastisch, die Politiker seien „beleidigt darüber, daß sich die Leute immer weniger für sie interessieren". Sie sollten sich statt dessen die Frage stellen, „woran das liegt. Ich vermute, daß die Parteien einer Selbsttäuschung aufsitzen, daß sie eine falsche Definition von Politik haben"[30].

Die Erfindung des Politischen bedarf der klaren Zieldefinition, der Koordinierung von Politik und Gesellschaft. Angesichts der gesellschaftlichen Wandlungsdynamik und ihrer Tendenz zur zunehmenden Selbstorganisation im Sinne einer Politisierung der Gesellschaft erfordert dies eine grundlegende Neudefinition von (Staats-)Politik als Gestaltungskompetenz. Ulrich Beck hat unter Rückgriff auf eine Theorie Carl Böhrets den Vorschlag unterbreitet, (Staats-) Politik auf jene Aufgaben zu konzentrieren, „die nicht verhandlungsfähig sind"[31], d. h. dem gesellschaftlichen Diskurs entzogen sind wie Grundrechte, ökologische oder Sicherheitsfragen.

Dem Salzburger Zentralraum kommt aufgrund seiner bereits weit vorangeschrittenen Selbstorganisation gesellschaftlicher Gruppen, seiner Vergesellschaftung der Politik und seiner erheblichen Unüberschaubarkeit und Ungewißheit seit den frühen siebziger Jahren sowohl eine gesellschaftliche wie eine politische Seismographenfunktion zu. 1972 erfolgte hier erstmals in Form der

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Bildung der Bürgerliste eine folgenschwere Politisierung von Teilen der Gesellschaft jenseits der traditionellen Parteien, 1977 wurde diese Neuformierung in einer Erweiterung des Parteienspektrums auf vier und 1992 auf sieben Parteien politisch sichtbar. Im selben Jahr erreichte der Nichtwähleranteil bei der Gemeinderatswahl mit 44,8% eine nationale Rekordmarke[32].

1995 wiesen die Salzburger den Institutionen mit neuen Definitionen des Politischen im Sinne des von Beck angedeuteten nicht verhandlungsfähigen Kernbereichs sowie rationaler und globaler Lösungsansätze für die Bewältigung auftretender Krisen hohe Zukunftskompetenz zu. Wirtschaft und Wissenschaft werden in den neunziger Jahren – nach einer Phase der Sündenbockfunktion – vor allem in der Rolle des Helfers gesehen. Die Politisierung der Gesellschaft kommt in der relativ hohen Zukunftskompetenz der eigenen Persönlichkeit sowie von Bürgerinitiativen zum Ausdruck, während die traditionellen Akteure des politischen Systems abgeschlagen am Ende der Skala rangieren.

Frage: *Wie viel tragen die folgenden Institutionen dazu bei, daß wir eine lebenswerte und gute Zukunft vor uns haben?*

	sehr viel	eher viel	eher wenig	gar nichts
Internationale Organisationen wie Greenpeace, Amnesty International...	34	39	18	4
Die Wirtschaft	26	47	22	2
Forschungseinrichtungen und Universitäten	22	50	21	3
Der Staat	19	46	29	3
Einzelne engagierte Männer und Frauen	15	29	42	11
Ich selber	17	28	44	8
Bürgerinitiativen	14	43	34	5
Internationale Institutionen wie UNO, Europarat usw.	13	36	36	11
Die Medien	7	27	47	16
Interessenvertretungen, Kammern, Gewerkschaften usw.	6	35	45	11
Politische Parteien	3	22	52	20

Antworten aller befragter Altersgruppen.

Die lange gewohnte und beinahe als naturgegeben betrachtete „Stabilität der Parteien beruhte u. a. auf ihrer Zuordnung zu relativ klar gegeneinander abgegrenzten und für die Parteien berechenbaren sozial-moralischen Milieus. Die Großparteien mußten den Konsens nicht schaffen, sie konnten ihn abrufen, jedenfalls in den elementaren Grundfragen der kleinen und großen Politik. [...] Im Zeitalter des *und* wird nicht nur die Abgrenzung und Profilierung der Parteien gegeneinander immer unglaubwürdiger, skuriller, parallel wird

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

auch durch die *Individualisierungsprozesse* die Zuordnung zu den Gesinnungsgemeinschaften in Gesellschaft und Politik immer schwieriger ... Wer bei welchem Thema und Kandidaten warum wie votiert, folgt keinem berechenbaren, abrufbaren Schema mehr. Die Individualisierung destabilisiert das Großparteiensystem von innen her, weil sie Parteibindungen enttraditionalisiert, entscheidungsabhängig oder, von der Parteiseite her betrachtet, herstellungsabhängig macht, was bei der Zersplitterung der Interessen, Meinungen und Themen dem Versuch gleichkommt, einen Sack Flöhe zu hüten"[33].

Für erfolgreiche Politik an der Jahrtausendwende gilt das Janusgesicht des Warencharakters und des Wertevermittlers. Politik konkurriert auf der Warenbörse mit anderen Waren und ist gezwungen, die Spielregeln der Wettbewerbslogik wie Personalisierung, Inszenierung, Styling usw. zu berücksichtigen. Dabei gilt für sie ebenso wie für jedes Produktmanagement, daß sich gesellschaftliche Prozesse nicht beliebig herstellen oder von oben steuern lassen. Sie entstehen weitgehend autonom und bilden die Matrix jeglicher Strategie. Gleichzeitig muß sie der Gefahr der Beliebigkeit begegnen und sich der Aufgabe stellen, nicht verhandlungsfähige Werte zu vermitteln. Für sie gilt die Bemerkung von Matthias Horx über Marken als Klassiker und assoziative Signets in der Warenwelt: Produkte, die über den Tag hinaus Bestand haben sollen, benötigen „mehr denn je einen Charakterkern, eine Identität, eine Seele. Und sie benötigen Führung, Management, Steuerung. Aber analog zur wirklichen, zur sozialen Welt müssen diese Prozesse flexibler und wandelbarer werden"[34]. Wer „außer Waren nicht auch geistige Werte, Ideen, Visionen für das nächste Jahrtausend repräsentieren kann, der eignet sich nicht für die ganzheitliche Welt von morgen" und bleibt bei der Evolution ins nächste Jahrtausend auf der Strecke[35].

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

Anmerkungen

1 Das Meinungsforschungsinstitut Dr. Brunmayr erstellte 1995 im Auftrag der Industriellenvereinigung Salzburg, der Firma Wüstenrot sowie der Salzburg-Kommission zwei umfangreiche Life-Style- und Trendstudien. Dabei wurde versucht, mit Hilfe projektiver Fragemuster lebensweltliche Befindlichkeiten und Zukunftsoptionen der Salzburger zu erfassen. Im März 1995 lagen die Ergebnisse des Pretests „Lebensperspektiven der Jugend in Salzburg. Eine empirische Erhebung bei 800 Schülern und Lehrlingen im Bundesland Salzburg", im Dezember 1995 jene der „Salzburger Trendstudie 1995. Regionale Reaktionsmuster auf Trends", vor. Die in diesem Aufsatz referierten empirischen Daten basieren auf den Ergebnissen dieser beiden Studien.

2 *Matthias Horx* u. *Peter Wippermann*, Was ist Trendsforschung? (Düsseldorf 1996), S. 5.

3 *Matthias Horx* u. *Peter Wippermann*, Markenkult. Wie Waren zu Ikonen werden (Düsseldorf 1995), S. 22.

4 *John Naisbitt* u. *Patricia Aburdene*, Megatrends 2000. Zehn Perspektiven für den Weg ins nächste Jahrtausend (Düsseldorf–Wien ²1992), S. 10.

5 *Holger Rust*, Trends. Das Geschäft mit der Zukunft (Wien 1995).

6 *Eric Hobsbawm*, Das Zeitalter der Extreme. Weltgeschichte des 20. Jahrhunderts (München–Wien 1995), S. 402 ff.

7 Vgl. *Wolfgang Welsch*, Unsere postmoderne Moderne (Weinheim 1987).

8 *Jürgen Habermas*, Die neue Unübersichtlichkeit (Frankfurt/M. 1985).

9 Vgl. *Peter Gross*, Die Multioptionsgesellschaft (Frankfurt/M. 1994); *Gerhard Schulze*, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart (Frankfurt/M.–New York 1993).

10 *Ulrich Beck*, Risikogesellschaft (Frankfurt/M. 1986); *ders.*, Riskante Freiheiten (Frankfurt/M. 1994); *Schulze* (wie Anm. 9); *Wolfgang Bonß*, Vom Risiko – Unsicherheit und Ungewißheit in der Moderne (Hamburg 1995); *Karl Ucakar* u. *Klaus Unterberger*, Struktur- und Funktionswandel der Demokratie (Wien 1996).

11 Der Begriff des „sozialen Garantismus" wurde 1982 v. *Fritz Plasser* u. *Peter A. Ulram*, Unbehagen im Parteienstaat, Jugend und Politik in Österreich (Wien–Köln–Graz 1982), S. 158 ff., geprägt. – Vgl. auch *Fritz Plasser*, Hegemonie und Erosion. Politische Kultur und politischer Wandel in Österreich (Wien–Köln–Graz 1987), S. 95 ff. Zur Problematik des Sozialstaates vgl. *Ralf Dahrendorf*, Der moderne soziale Konflikt. Essay zur Politik der Freiheit (Stuttgart 1992).

12 *Daniel Bell*, Die Zukunft der westlichen Welt (Frankfurt/M. 1979), S. 30.

13 *Helmut Klages*, Wertedynamik. Über die Wandelbarkeit des Selbstverständlichen (Zürich–Osnabrück 1988), S. 64.

14 *Rust* (wie Anm. 5), S. 148.

15 Zit. bei *Markus Stolz*, Quo Vadis, Jugend? Generation XY ungelöst, in: *Uwe Dreese, Peter Erik Hillenbach, Dominik Kaiser* u. *Christian Michatsch* (Hg.), Jugend und Jugendmacher. Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger (Düsseldorf–München 1996), S. 15–24, hier S. 17.

16 Vgl. *Faith Popcorn*, Clicking. Der neue Popcorn-Report. Trends für unsere Zukunft (München 1996), S. 52 ff.

17 Vgl. ebd.

18 Trendstudie (wie Anm. 1), S. 22.

19 Fessel + GfK Institut Life-Style-Studie, in: SN vom 11. Feb. 1997, S. 15.

20 Zit. bei *Stolz* (wie Anm. 15), S. 18.

21 *Horx/Wippermann*, Markenkult (wie Anm. 3), S. 237.

22 *Cordula Krüger*, Die Egotaktiker in der Medienfalle, Ergebnisse des Limtas Jugendtrendmonitors YOYO, in: Jugend und Jugendmacher (wie Anm. 15), S. 25–31, hier S. 27. Vgl. dazu auch ÖZG 4/1995 (Jugendkulturen).

23 *Jean Baudrillard*, Der symbolische Tausch und der Tod (München 1982).

24 *Klaus Janke* u. *Stefan Niehues*, Echt abgedreht. Die Jugend der 90er Jahre (München 1995).

25 Ergebnisse der Untersuchungen von *Horst Opaschowski* über die deutsche Jugend, in: „Der Standard" vom 1./2. Feb. 1997, S. 15.

© Gesellschaft für Salzburger Landeskunde, Salzburg, Austria; download unter www.zobodat.at

26 *Ucakar/Unterberger* (wie Anm. 10), S. 44.
27 *Helmut Klages*, Häutungen der Demokratie (Zürich–Osnabrück 1993), S. 66.
28 *Ulrich Beck*, Die Erfindung des Politischen. Zu einer Theorie reflexiver Modernisierung (Frankfurt/M. 1993), S. 18.
29 Ebd., S. 1 f.
30 *Hans Magnus Enzensberger*, Mittelmaß und Wahn (Frankfurt/M. 1991), S. 230.
31 *Beck*, Die Erfindung (wie Anm. 28), S. 217.
32 Vgl. *Herbert Dachs*, Politiker-Politik in der Falle? Bemerkungen zur Gemeinderatswahl in der Stadt Salzburg 1992, in: *Herbert Dachs* u. *Roland Floimair* (Hg.), Salzburger Jb. für Politik 1993 (Salzburg–Wien 1993), S. 27–41; *ders.*, „Es wird kein Stein auf dem anderen bleiben?" Über politische Veränderungen im Land Salzburg 1993–1995, in: *Herbert Dachs* u. *Roland Floimair* (Hg.), Salzburger Jb. für Politik 1995 (Salzburg–Wien 1995), S. 28–53.
33 *Beck*, Die Erfindung (wie Anm. 28), S. 220 ff.
34 *Horx/Wippermann*, Markenkult (wie Anm. 3), S. 20.
35 Ebd., S. 101.

Anschrift des Verfassers:
Univ.-Doz. Mag. Dr. Robert Kriechbaumer
Götschenweg 28
A-5020 Salzburg

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: Mitt(h)eilungen der Gesellschaft für Salzburger Landeskunde

Jahr/Year: 1999

Band/Volume: 139

Autor(en)/Author(s): Kriechbaumer Robert

Artikel/Article: Die neue Unübersichtlichkeit. Ergebnisse der Salzburger Trendstudie. 223-242