

«Zukunft ist nicht einfach Schicksal»

Wo gehts zum nächsten Trend? Und warum ist das von Belang? Andreas M. Walker, Co-Präsident von swissfuture, erklärt, wie Zukunftsforscher arbeiten – und welche Vorteile uns das bringt.

Stephan Lehmann-Maldonado (Text) und XXXX (Foto)

Megatrend
Energieeffizienz.
Knappe Ressourcen
verlangen clevere
Nachhaltigkeit. An der
«lebenden Wand» des
Rubens Hotels in Lon-
don gedeihen 10'000
Pflanzen. Sie sorgen
für angenehme Haus-
temperaturen, bessere
Luft- und Schutz vor
Überschwemmungen.

Herr Walker, freuen Sie sich auf die Zukunft?
Ja. Die Zukunft ist ein Abenteuer. Ich bin dankbar dafür, heute leben zu dürfen. Unsere Vorfahren hatten viel weniger Möglichkeiten, den Lauf ihres Lebens zu bestimmen, als wir.

Was erwartet uns denn in zehn Jahren?

Erstens steigt das Durchschnittsalter der Bevölkerung in unserem Land weiter. Darum sollten wir die Vorsorge an die Hand nehmen. Ebenso wichtig ist die Anpassung des öffentlichen Raums, denn der Bedarf an bequemer Infrastruktur wächst. Ein Schritt in die richtige Richtung sind Niederflurtrams. Zweitens werden Informationen rasch und günstig verfügbar sein. Massgeblich wird künftig nicht mehr das Sammeln der Daten. Vielmehr werden deren Beurteilung und Analyse entscheidend. Von wem stammen die Informationen wirklich? Was ist relevant für mich? Firmen nutzen die Informationsmengen, um uns «massgeschneiderte» Angebote zu unterbreiten.

Dann bestimmen Computer, was uns gefallen soll ...

Die spannende Frage lautet: Inwieweit wollen wir das? Nur weil die meistgelesenen Artikel auf den Zeitungsportalen prominent erscheinen, sind sie nicht unbedingt die besten – unser Leseverhalten wird durch ihre Platzierung beeinflusst. Seit 30 Jahren spricht man von Kühlschränken, die autonom Bestellungen auslösen. Aber wir kaufen weiterhin selbst ein. Und wir könnten uns längst von Astronautennahrung in Tablettenform ernähren. Doch Kochen erfreut sich zunehmender Beliebtheit!

Was unterscheidet Zukunftsforscher von Kaffeesatzlesern?

Im Gegensatz zu Kaffeesatzlesern, Wahrsagern oder Propheten arbeiten wir nicht mit übernatürlichem, sondern mit menschlichem Wissen. Unser Verein swissfuture gehört zur Schwe-

zerischen Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften SAGW. Wie andere Wissenschaftler entwickeln wir Modelle, die auf nachvollziehbaren Annahmen basieren. In den USA und an der Freien Universität Berlin kann man Zukunftsforschung – Strategic Foresight genannt – studieren. Der Schriftsteller William Gibson sagte vor 30 Jahren: «Die Zukunft ist bereits da. Sie ist nur nicht gleichmäßig verteilt.» Wir erachten es als essenziell, schon erste schwache Signale zu erkennen und daraus Trends abzuleiten.

Was nützen uns solche Prognosen?

Zukunft ist nicht einfach Schicksal. Sie ist die Konsequenz unserer Entscheidungen, unserer Taten und Untaten. Wir zeigen auf, welche Veränderungen sich in unserer Umwelt abspielen – und wo man reagieren kann und soll. Gibt es Trends, die mir helfen? Oder Entwicklungen, die wir nicht wünschen? Ein Beispiel: Vor rund zehn Jahren beauftragte mich der Bund mit einem Projekt. Grippe gehörte als Krankheit der Vergangenheit an, dachte man damals. Doch wir erkannten, dass die Gefahr von Infektionskrankheiten mit der Globalisierung und der Mobilität zurückkehren wird. Dies half, sich frühzeitig mit Präventionsmaßnahmen auseinanderzusetzen.

Immer schneller scheint ein Trend den anderen abzulösen.

Viele kurzfristige Trends kann man genauso wenig exakt berechnen wie Ausschläge an der Börse. Wir schätzen die langfristigen Folgen von Entwicklungen ab. Müssen wir beispielsweise noch Landkarten lesen können? Es gibt Smartphone-Apps, welche diese Leistung übernehmen. Derzeit debattiert man, wie die Digitalisierung unsere Kinder beeinflusst. Früher legte man Wert auf das Auswendiglernen von Fakten. Heute sind Fakten per Fingerbewegung verfügbar. Aber was bedeutet es fürs menschliche Hirn, wenn es nichts mehr auswendig lernt? Die neurologische Forschung steckt da noch in den Kinderschuhen.

Kritiker befürchten eine Volksverdummung ...

Die meisten von uns konsumieren die Fortschritte in Medizin, Mobilität und Elektronik unkritisch. Zugleich gibt es in Mitteleuropa schon lange Vorbehalte gegen technische Neuerungen und eine Glorifizierung der guten alten Zeit. Die Literaturepochen der Romantik und des Naturalismus belegen das schon fürs 19. Jahrhundert. Daneben findet sich eine technikfreudliche Elite, die Innovation als Motor des Wohlstands predigt. Egal, welcher Gruppe wir angehören: Technische Veränderungen werden kommen. Darum müssen wir lernen, vernünftig damit umzugehen.

Wie wirken sich die Veränderungen auf Bankgeschäfte aus?

Der Informationsvorsprung von Banken zu Kunden schmilzt. Finanzielles Halbwissen

kann man sich via Internet rasch beschaffen. Und die Produkte der Banken ähneln einander. Den Unterschied macht das Vertrauen: Habe ich einen Berater auf Augenhöhe, der über eine ähnliche Lebenserfahrung verfügt wie ich und mich versteht? Bei alltäglichen Geldgeschäften ist zudem die Verfügbarkeit wichtig. Kaum jemand mag sich an die Schalteröffnungszeiten halten. Mobiles Banking via Smartphone, E-Banking und 24-Stunden-Erreichbarkeit gewinnen weiter an Bedeutung.

Gibt es Trends, die wir unterschätzen?

Oh ja. Was bedeutet es, wenn erste Schweizer Grosskonzerne in asiatische Hände gelangen? Wir zelebrieren den Individualismus, Asiaten orientieren sich am Kollektivismus. Wenn wir Randständige schützen, gründet dies immer noch auf jüdisch-christlichen und



Megatrend Informationsgesellschaft. Superrechner ermöglichen es, immense Datenberge anzuhäufen. Inwiefern Big Data der Menschheit nützt, wird sich weisen. Hier untersucht Google-Mitarbeiterin Denise Harwood eine überheizte CPU im Rechenzentrum The Dalles.



Megatrend Urbanität.
Die Verdichtung stellt hohe Ansprüche an den öffentlichen Raum. Die Edelstahlskulptur Cloud Gate spiegelt nicht nur die Wolkenkratzer von Chicago, sondern jeden Betrachter.

bildungsbürgerlichen Werten. Andere Kulturen haben Probleme, dies nachzu vollziehen. Auch die 24-Stunden-Gesellschaft unterschätzen wir. Während der eine Ruhe will, feiert der andere eine Party. Und wir sind pausenlos multimedialen Reizen ausgesetzt. So müssen wir neu lernen, was Erholung bedeutet. Schliesslich stösst die Individualisierung an Grenzen: Viele fühlen sich überfordert, weil sie ständig Entscheidungen treffen müssen. Ihre Reaktion: «Ich kann mir gar nicht so viele Meinungen bilden. Der Staat soll mir helfen!» Das gilt selbst für private Angelegenheiten wie Kindererziehung.

Was bleibt unabhängig vom Zeitgeist gleich?

Wir bleiben Menschen – mit denselben körperlichen, sozialen und geistigen Bedürfnissen wie eh und je. Wir werden einfach andere Lösungen für unsere Bedürfnisse suchen. Heute nutzen Jugendliche Facebook, vor 30 Jahren telefonierten sie. Doch etwas mit Freunden zu unternehmen ist immer noch mehr wert. ●

→ Die wichtigsten Trends stellt Andreas M. Walker exklusiv in einem Abc der Zukunft vor. Lesen Sie dieses auf www.ubs.com/magazin



Zukunftsforscher

Dr. Andreas M. Walker (48) ist Co-Präsident der Schweizerischen Vereinigung für Zukunftsforschung swissfuture. Er studierte in Basel und Zürich Geschichte, Geografie und Germanistik. In seiner Doktorarbeit befasste er sich mit den Methoden der Zukunftsforschung. Nach einer Karriere bei Banken wie UBS gründete er die Strategieberatungsfirma Weiterdenken.ch. Walker ist verheiratet und hat vier Kinder.

7 Tipps für die Zukunft

Ziele

Überlassen Sie Ihre Zukunft nicht dem Lauf der Dinge, sondern setzen Sie Ziele und entwickeln Sie Strategien, um diese zu erreichen.



Motive

Klären Sie ab, welche inneren Zukunftsängste und -hoffnungen Sie leiten. Oft prägen einen diese Emotionen mehr, als es einem bewusst und lieb ist.



Trends

Überlegen Sie sich, welche Entwicklungen Sie als Chance nutzen können.



Krisen

Gibt es unerwartete Ereignisse, die Sie aus der Bahn werfen könnten? Fragen Sie sich, wer Ihnen dann zur Seite stehen wird.



Menschen

Die Zukunft lässt sich nicht wie eine Maschine programmieren. Beziehen Sie Ihre Partner in Ihre Zukunftsvision mit ein.



Nachhaltigkeit

Wie frei wird die nächste Generation mit unserer Welt leben können – punkto Klima, Überbauungen, Staatsverschuldung, Politik, Ethik? Unterscheiden Sie, welche Werte Sie bewusst vermitteln und wo Sie alte Zöpfe abschneiden wollen.



Pausen

Halten Sie ab und zu inne, um zu prüfen, ob Sie noch auf Kurs sind – oder ob eine Neuausrichtung angezeigt wäre.

