



### Dr. Regina Polak

geboren 1967 in Wien. Von 1985–1997 Studium der Theologie, Psychologie und Philosophie an der Universität Wien. Von 1993–1996 Religionspädagogische Fachreferentin der Kath. Jungschar der Erzdiözese Wien. Seit 1997 Referentin für Philosophie im Rahmen der theologischen Kurse der Erzdiözese Wien und freie Mitarbeiterin im ORF, Abteilung Religion/Fernsehen. Seit Mai 2000 Leiterin des Instituts für Pastoraltheologie der Kath. Theol. Fakultät der Universität Wien.

Anschrift: Maria-Theresienstrasse 3/25, 1090 Wien.

## Trends in Kirche und Gesellschaft <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vortrag bei der Vollversammlung der Österreichischen Superiorenkonferenz am 23. November 2005 in Wien-Lainz

### 1. Die acht Sphären der Zukunft (Matthias Horx)

Der Guru der deutschsprachigen Trendforschung, Matthias Horx, prognostiziert für die kommenden Jahre eine Reihe von Future-Trends. <sup>2</sup> Diese Trends ereignen sich in acht „Human Spheres“. Eine solche Sphäre ist ein menschlich-geistig-materieller Lebensraum, der sich zwischen polaren Spannungen aufbaut: 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.

Sie müssen weder diese ich-zentrierte Metaphysik noch die technokratische Anthropologie teilen – ich tue das auch nicht – aber lassen Sie uns für eine Weile eintauchen in die Welt des Matthias Horx, der immerhin einer der bestbezahlten Zukunftsforscher und Berater jener wirtschaftlichen

<sup>1</sup> Teile des folgenden Beitrags wurden erstmals veröffentlicht in: Walter *Krieger*/Balthasar *Sieberer* (Hg.): *Jesus Christus und der Zeitgeist*, Kvelaer 2005, S. 9–28. Er wurde hier um eine theologische Reflexion bzw. um die Darstellung anderer Gesellschaftsmodelle erweitert.

<sup>2</sup> Vgl. Horx, Matthias: *Die acht Sphären der Zukunft. Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts*, Wien 2002.

Unternehmungen ist, die über uns und unsere Zukunft entscheiden. Er und seine Kunden – Manager, Unternehmer, Politiker<sup>3</sup> – konstruieren nach diesen Vorgaben Realität 2006 ff. – eine Zukunft, wie sie sich Unternehmer wünschen.

## 1.1 SozioSphere

Horx beschreibt damit den sozialen Bereich der Menschen: seine gesellschaftlichen Verankerungen, seine Orientierungen in Geschlecht, Generation, Familie, Gemeinde. Welche 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 ziemlichen *Geburtswehen* begleitet, wie Horx schreibt. (Aber vielleicht sind die Probleme auch ein Zeichen, dass das 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

<sup>3</sup> 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.

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 Kassen 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“, daher prognostiziert Horx einen

– *Babyboom 2.0*. (1.0 waren die 60er-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 der

– *Kinderheirat*: Elternschaft und Kinderkriegen werden 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 Euro kann man Eizellen einfrieren, um 10.000 Euro kann man Embryonen *in vitro* zeugen, um 16.000 Euro kann man Kinder über eine chinesische Agentur bestellen.

– Die Umkehrung der Alterspyramide lässt sich vorläufig 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.

## 1.2 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 wirksam. 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 können reich machen*: Gesundheitstourismus, Therapien, Coaches, Supervisoren und Ratgeber aller Art, Integrierte Medizin, Alternative Medizin, Health Food, Sportgeräte, Sportvereine, Kosmetik, Biotech zur genetischen Optimierung ... 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“ dazu, die eigene sexuelle Erfahrung zu optimieren. Kinder werden nur mehr gewünscht gezeugt, Sexualität dient der Selbsterfahrung, Liebe ist was für die Seele. Für alles gibt es chemische, technische Hilfsmittel. Wie sieht der von Zeugungsrisiken und von den Schmerzen der Liebe befreite Neosex aus? Tabubrüche sind fade, 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.

### 1.3 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, wo 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 laut 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.
- Die, die Zeit haben (und also auch 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.

## 1.4 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.

## 1.5 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
- *Stille-Techniken*: 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.

## 1.6 Consumer-Sphere

*Consuming* meint bei Horx nicht nur die ordinäre Güterkonsumtion, 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 schnöde 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 Erfahrungen-Sammeln.
- *High-Touch-Ökonomie*: Quasi der letzte Schrei beim Consuming ist Dienstleistungsconsuming für die Arbeiten, zu denen gestresste Worcaholics 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.

## 1.7 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. *Flex-working* 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 Werbebezwecken engagiert es sich sozial im Benefizkapitalismus.

## 1.8 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

– *Modernisierungsbündnisse*; 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 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 – v. a. durch Lehren von psychologischen Fertigkeiten, weniger durch Geld oder Arbeitsplätze.

## 2. Trends, wie sie die Sozialwissenschaften orten

Etwas weniger zukunfts euphorisch und im Gestus des *New-Speak* präsentieren Sozialwissenschaftler ihre Ergebnisse zu den großen und wirkmächtigen Gesellschaftstrends. Exemplarisch seien hier zwei Modelle ausgewählt.

### 2.1 Gesellschaftstrends bei Heiner Keupp

Der Münchner Sozialpsychologe Heiner *Keupp* bietet in seinen Publikationen<sup>4</sup> eine wesentlich kritischere Analyse der großen zeitgeistigen Entwicklungen, die den Unter- und Hintergrund von Horxens Trends verstehbarer machen. Er ortet mehrere Dynamiken:

1. *Die Erfahrung einer ontologischen Bodenlosigkeit*: Bisher tragende religiös-kulturelle Muster und Traditionen werden brüchig. In diesem nihilistischen Klima (Umwertung aller Werte) ist der Mensch gezwungen, sich selbst, seine Werte und sein ganzes Leben ständig neu zu erfinden. Trends erweisen sich dabei als Überlebenshilfen und Ablenkungsmanöver, um die Bodenlosigkeit nicht zu spüren. Werte erscheinen als Wirklichkeiten, die man nach eigenem Belieben und Interessenslagen erfinden, ordnen, abschaffen kann.

2. *Die Bedrohung durch Arbeitslosigkeit*: Jeder weiß, dass er aus der Gesellschaft hinausfallen kann und überflüssig wird, wenn er nicht erwerbsarbeitsfähig ist. Erwerbsarbeit ist keine verlässliche Basis mehr für die eigene Identität. Zugehörigkeit zu Moden und Trends können hier – erneut opiat – identitätsstärkend wirken. Von diesem Trend ist natürlich bei Horx keine Rede, weil solche unschönen Realitäten *per se* ausgeblendet werden und für Verlierer ist im Horxschen System ohnedies kein Platz.

3. *Die rapide technische und kulturelle Beschleunigung*, durch die sich unsere Zeitwahrnehmung und der subjektive Bezug zu Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft radikal verändert. Trends sind geradezu der Ausdruck für dieses ständige „immer weiter“, „immer besser“, „immer mehr“. (Zauberwörter der Gegenwart: Optimierung, Perfektionierung, Reformierung.)

4. *Die Pluralisierung von Lebensformen* und der damit verbundene Wahlzwang angesichts einer unübersichtlichen Optionenvielfalt.

<sup>4</sup> Z. B. Heiner *Keupp*: Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne, Reinbek bei Hamburg, 3. Auflage, 2006.

5. *Die Spannungen und Wünsche zwischen erlebnisorientierter Egozentrierung und solidarischen Gemeinschaftswünschen.*

6. *Der Verlust des Glaubens an die großen Meta-Erzählungen, die dem Ganzen des Lebens Sinn stiften können, und die Mühen, sich diesen Lebenssinn nun individuell konstruieren zu müssen.*

## 2.2 Gesellschaftstrends im Wertebereich

Auch die Religions- und Wertesstudien, wie sie am Wiener Institut für Pastoraltheologie seit Jahrzehnten durchgeführt werden <sup>5</sup>, lassen gesellschaftliche Trends erkennbar werden. Ich möchte hier gezielt jene Trends herausgreifen, die wir theologisch als Hoffnungszeichen deuten können:

1. *Die neue Suche nach einem qualitätvollen Miteinanderleben, nach Solidarität, nach einem neuen Wir, wie wir es stark in der Schicht der 20–40-Jährigen beobachten können und vor allem bei vielen Jugendlichen, die mit ihren hohen Solidaritätswerten darauf warten, diese Bereitschaft in die Tat umzusetzen. Dazu gehört auch der Wandel im Denken über die Geschlechterverhältnisse.*

2. *Der Ruf und die Suche nach Ethik und Werten in der Wirtschaft, in der Wissenschaft, in der Politik* sowie die damit verbundenen gesellschaftlichen Vernetzungsbewegungen. Gesamtgesellschaftlich ist ein starker Wunsch nach ethischer Neuorientierung zu beobachten, der sich bis dato noch nicht ausreichend institutionalisiert hat, aber ein wichtiges Zukunftspotential darstellt.

3. *Die spirituellen Sehnsuchtsbewegungen, vieler Frauen vor allem, die nach Lebenssinn, nach Verwebung im Kosmos, nach einem neuen Weltverhältnis und alternativen Lebensformen suchen, sich auf die Reise machen ins Innere der eigenen Seele, aber auch buchstäblich in die Weite des Kosmos. Diese neue Suche nach Spiritualität ist zwischenzeitlich vor allem in den gebildeten Milieus ein zukunftsreicher Trend.* <sup>6</sup>

<sup>5</sup> Vgl. Hermann Denz/Christian Friesl/Regina Polak/Reinhard Zubal/Paul M. Zulehner: Die Konfliktgesellschaft. Wertewandel in Österreich 1990–2000, Wien 2001; Hermann Denz (Hg.): Die europäische Seele. Leben und Glauben in Europa, Wien 2002; Christian Friesl (Hg.): Experiment Jung-Sein. Die Wertewelt österreichischer Jugendlicher, Wien 2001; Paul M. Zulehner/Isa Hager/Regina Polak: Kehrt die Religion wieder? Religion im Leben der Menschen 1970–2000, Ostfildern 2001.

<sup>6</sup> Vgl. dazu Ariane Martin: Sehnsucht – Anfang von allem. Dimensionen zeitgenössischer Spiritualität, Ostfildern 2005; Regina Polak: Religion kehrt wieder. Handlungsoptionen in Kirche und Gesellschaft, Ostfildern 2006; Paul M. Zulehner (Hg.): Spiritualität – mehr als ein Megatrend? Ostfildern 2004.

Der wachsende Bereich der Zivilgesellschaft, in dem viele junge Menschen hochaktiv und -engagiert sozial aktiv sind. Hier entstehen neue, öffentlich noch nicht ausreichend wahrnehmbare und zu wenig wertgeschätzte Formen von gesellschaftlicher und politischer Beteiligung.

### 2.3 Gesellschaftstrends aus soziologischer Sicht

Es lassen sich anhand der Trendforschung und der soziologischen Werteforschung Dimensionen zukünftiger moderner Gesellschaften herausarbeiten, die in sich mehrdeutig und höchst ambivalent sind.

#### 1. *Wir leben in einer Wirtschaftsgesellschaft.*

+ Dies ermöglicht uns einen nie geahnten Wohlstand, neue Freiheiten, ein weitgehend sicheres Leben und die Hinwendung zum Wesentlichen.

- Zugleich erleben wir dieser Tage, dass dieser Wohlstand ungerechter denn je verteilt ist und alle Lebenssphären schubweise mit ökonomischem Denken infiltriert werden, so dass wir bald nicht anders mehr denken können als in Nutzen-, Gewinn-, Kosten- und Konkurrenz kategorien.

#### 2. *Wir leben in einer Technikgesellschaft.*

+ Dies erleichtert das Leben und eröffnet Zeit und Raum für neuen Sinn,

- die wir aber sofort wieder füllen und zustopfen, getrieben von der Angst vor dem Sinn, von der Angst zu kurz zu kommen, wenn wir nicht am Puls der Zeit bleiben, und genährt vom weit verbreiteten Irrglauben, wir könnten auch unser Glück selbst herstellen.

#### 3. *Wir leben in einer Wissenschaftsgesellschaft.*

+ Sie bezeugt eindrucksvoll die Größe, Weite und Macht des menschlichen Geistes;

- Aber dieses Wissen machen wir zu einem quasireligiösen Surrogat, das uns das Leben und Handeln abnehmen soll (Stichwort: Expertenglaube).

#### 4. *Wir leben in einer Gesundheitsgesellschaft.*

+ Wir wissen uns zunehmend für unser Leben selbstverantwortlich, lernen den Menschen umfassend zu verstehen, nehmen Seele und Geist und deren Zusammenspiel mit dem körperlichen Leben ernst.

- Aber wir tun all dies primär, um dem Schmerz, dem Leid und der Endlichkeit zu entkommen, denen wir ihre Bedeutung im Menschenleben absprechen und die gesellschaftlich tabuisiert werden.

#### 5. *Wir leben in einer hochindividualisierten Gesellschaft der Starken.*

+ Persönliche Freiheit, Selbstverwirklichung und Autonomie sind höchste Werte.

- Diese bleiben aber seltsam leer, weil wir sie nicht vom Anderen her denken – schon gar nicht, wenn dieser schwach ist. Schwachheit wird gesellschaftlich ausgegrenzt und verachtet.

## 6. *Wir leben in einer Wissensgesellschaft.*

+ Diese kann uns ungeheuren Reichtum an Informationen schenken, kann Horizonte eröffnen und Perspektiven weiten.

- Aber Wissen wird dabei nicht selten mit Weisheit, Bildung mit Berufskompetenz verwechselt und ist zudem teuer. Wir bleiben unfähig, unser Wissen human Fleisch werden zu lassen. Viele sind *overeducated* und *underpowered*. Das Geschwätz nimmt zu: Überall finden Diskussionen statt, in denen Menschen *realiter* nicht ernst nehmen, was sie wissen und sagen. Das Wissen bleibt nicht selten folgen- und wirkungslos.

## 7. *Wir leben in einer Erlebnisgesellschaft.*

+ Menschen wissen, dass ohne Gefühl und Erfahrung alles Wissen und alle Theorie leer und abstrakt bleiben; Menschen können ihre Freizeit und ihr Leben schön, vielfältig, ideenreich inszenieren – sofern sie die Mittel dazu haben.

- Von Reflexion und Theorie wollen viele aber nur mehr wenig wissen, wenn man sie nicht sofort anwenden kann – und Erlebnisse werden nicht selten dazu benutzt, um die darunter liegenden Ängste, die Sinnleere und die Langeweile zu betäuben.

## 8. *Wir leben in einer Angstgesellschaft.*

+ Angst ist die Schicht, die wir unter der Oberfläche von Spaß und Erlebnis finden und die unser Leben getrieben und lebensarm macht.

- Umgekehrt kann auch eine heilsame Angst entstehen, die wir brauchen, um Mensch zu werden und rechtzeitig vor uns selbst zu erschrecken.

## 9. *Wir leben in einer Transformationsgesellschaft.*

+ Alle Lebensbereiche befinden sich in einem durchaus hoffnungsvollen Wandel: Die Globalisierung bereichert unsere Kulturen, lässt Solidarität international werden (vgl. global 2000, attac, Caritas-Organisationen) und lässt uns in Katastrophen besser Hilfe leisten, die Technologisierung lässt auch gute Ideen schneller kommunizierbar und real werden.

- Dieser Wandel ist aber auch von Chaos, Gewalt und Orientierungslosigkeit begleitet, die wir nicht verharmlosen dürfen, indem wir sie für „notwendige“ Begleiterscheinungen des Fortschritts erklären.

## 10. *Wir leben in einer globalisierten Welt.*

### 3. Was sind Trends aus theologischer Sicht?

Trends sind offenbar vieldeutig, in ihrer Bewertung abhängig vom weltanschaulichen Standpunkt, hochambivalent, zeigen inhumane und humane Tendenzen, können Leben fördern, aber auch zerstören. Wie kann man die Lebens- von den Todeszeichen unterscheiden?

#### 3.1 Was sind Trends theologisch? <sup>7</sup>

In Trends wird Zukunft bzw. näherhin das Verhältnis des Menschen zu seiner Zukunft sichtbar: jenes Futurum, das die Menschen in ihrer je konkreten geschichtlichen Situation planen. Trends sind ein Ausdruck dafür, dass der Mensch für sich und die Seinen eine gute Zukunft schaffen will. Insofern sind Trends durchaus und sehr ernst zu nehmen, wollen reflektiert und verstanden werden und sollten nicht vorschnell ignoriert, belächelt oder abgelehnt werden. In ihnen meldet sich der Wunsch der Menschen nach einer besseren Zukunft wieder. Allerdings – und hier beginnt die christliche Unterscheidung der Geister – werden Christ/innen daran erinnern, dass die legitime Frage nach der guten Zukunft nicht nur als Frage nach der linear verlängerten Gegenwart gestellt werden darf, als würde die Zukunft ausschließlich in den Händen der Menschen und deren Gestaltungsideen liegen. Zukunft ist mehr und anderes als das, was auf einer zeitlichen Linie nach der Gegenwart kommt und was man mehr oder weniger gut vorausplanen und berechnen kann. Gott unterläuft diese so gedachte Zukunft immer wieder. Wenn Zukunft anders kommt, als man es trotz allen Zeitmanagements geplant hat, werden wir daran erinnert, dass die Zukunft wie die Zeit insgesamt letztlich nicht in unserer, sondern in Gottes Hand liegt. Christ/innen dürfen trotz dieser relativen Machtlosigkeit über Zeit und Zukunft (relativ, weil Gott ja zugleich seine Menschheit dazu befähigt und ermächtigt, die endliche Zeit verantwortungsbewusst zu gestalten) in Berufung auf die alten biblischen Verheißungen darauf hoffen, dass sie sich trotz aller individuellen und kollektiven Fehlschläge und Katastrophen, trotz allen Leides und aller Schuld auf eine gute Zukunft zubewegen. Nach *Röm* 8, 19–21, wartet „die ganze Schöpfung sehnsüchtig auf das

<sup>7</sup> Die folgenden Überlegungen folgen: Barbara *Hallensleben*: „Jesus Christus ist derselbe gestern, heute und in Ewigkeit“ (*Hebr* 3,18) – Christologische Kriterien der Unterscheidung zwischen „Trends“ und „Zeichen der Zeit“, in: *Krieger/Sieberer* (s. o.), S. 84–99, und entwickeln ihre Gedanken weiter.

Offenbarwerden der Söhne und Töchter Gottes“. Paulus beschreibt diesen spannungsgeladenen und hoffnungsvollen Zustand des Wartens auf eine gute Zukunft als Prozess einer Schöpfung, die „in Geburtswehen“ liegt, und die „von Sklaverei und Verlorenheit befreit werden soll zur Freiheit und Herrlichkeit der Kinder Gottes“. Dies geschieht, weil Gott selbst aus der Zukunft den Menschen entgegeneilt – nicht nur das: schon längst entgegengekommen ist, wie wir seit der Verkündigung der Reich Gottes Botschaft Jesu Christi wissen. Der christliche Glaube kennt daher neben dem menschlichen Futurum, der linear extrapolierten Gegenwart, auch den Adventus: Die Ankunft Gottes bei den Menschen, die diese immer noch erhoffen und ersehnen und die in Christus in ihrer ganzen Fülle und Dramatik wahrnehmbar wurde. Die Schöpfung wartet auf ihre zukünftige Neugestaltung durch Gott und ihre endgültige Erlösung von der Sünde. So erweist sich das christliche Zukunftsverständnis als zutiefst von Hoffnung erfüllt und getragen.

Das christliche Verständnis von Zukunft unterscheidet sich daher vom Zukunftsdenken, wie es Trends oft innewohnt. Während Menschen von der Zukunft Großes erwarten, wenn sie versuchen, in Trendbewegungen bereits das Morgen vorwegzunehmen, und solcherart im Trend die Zukunft bereits heute Gegenwart werden soll, relativiert die gläubige Hoffnung auf eine bessere Zukunft diese Erwartungen, weil sie weiß, dass die herannahende Zukunft auch quer stehen kann zu den menschlichen Bestrebungen und Erwartungen. Erwartungen können nämlich geradezu das Gegenteil von Hoffnung sein bzw. Ausdruck dafür, dass Menschen nicht mehr hoffen können; dass sie der Zukunft letztlich nicht mehr zutrauen können, dass diese etwas völlig Neues, Überraschendes, geschweige denn sogar etwas Besseres bringt als das, was ohnedies schon bekannt ist. Das Futurum, die zeitlich-lineare Zukunft der Welt, wird durch die gläubige Hoffnung auf eine ganz andere, von Gott geschenkte Zukunft, den Adventus, radikal relativiert. Zugleich wird sie aber dadurch auch radikal aufgewertet. Die Zukunft, wie sie Menschen gestalten, ist und bleibt bezogen auf Gottes Zukunft, liegt im Letzten in seiner Hand – und sie ist zugleich der Raum, in dem Gott erhofft und erwartet werden darf. Schöpfung und daher auch der Mensch sind unabdingbar der Endlichkeit unterworfen – und diese Endlichkeit relativiert letztlich alle Zukunftstrends, seien sie noch so verheißungsvoll. Aber in dieser Endlichkeit sind die Welt und der Mensch von Gott bedingungslos geliebt – und Gott hat uns versprochen, dass die ganze Schöpfung einmal von ihrer Endlichkeit erlöst und in Herrlichkeit neu geschaffen werden wird.

Für Christ/innen liegt die wahre Zukunft also im Kommen Gottes, im Adventus – und mit dem Evangelium gelesen liegt sie im Reich Gottes, das mit Jesus Christus wahrnehmbar angebrochen ist und auf seine verheißene Vollendung wartet. Diese eschatologische Sicht macht frei dazu, nicht jedem Trend nachlaufen zu müssen. Denn der Christ muss um sich selbst und die Zukunft der Welt letztlich keine Angst haben; er darf auf eine von Gott geschenkte Zukunft hoffen.

Diese Hoffnung auf Gottes Adventus macht aber auch frei, den Trends angstlos zu begegnen und in ihnen die Spuren jenes Geistes zu finden, den uns Christus hinterlassen hat, auf dass wir Gott mitten in der endlichen Welt erkennen können. Daher darf, kann und muss sich die Hoffnung auf den Advent Gottes auch in der konkreten Sorge und der Liebe zum Futurum der Welt bewähren – wie es sich z. B. in Trends zeigt. Das zukünftige Heil zu suchen bedeutet gerade nicht, die irdischen Pflichten zu vernachlässigen (GS 43). Das bedeutet, dass sich die Praxis der Christen nicht gegen die Trends, sondern im solidarischen Engagement inmitten der Trends bewähren wird. Es bedeutet, Bescheid zu wissen und zu verstehen, was Menschen dazu bewegt, sich Trends anzuschließen oder sie zu stiften. Es bedeutet, dem Geistlosen und Dämonischen in den Trends Widerstand zu leisten, indem man das Geistvolle in ihnen erkennt, unterstützt und fördert. Zugleich ist es wichtig, immer wieder daran zu erinnern, dass das Geistvolle in manchen Trends durchaus näher zu Gott hinbringen kann, dass es aber nicht die Trends (also die menschliche Eigenmächtigkeit) sind, die erlösen, sondern Gott.

Christen sind ernüchert, ohne hoffnungslos zu sein – sie können nüchtern und realistisch sein, gerade weil sie Großes von Gott erhoffen. Sie sind nicht zeitenthoben und erhaben über Trends, sie können sie sogar mittragen. Aber sie wissen, dass sie sich mit keinem Trend identifizieren müssen. Sie wissen, dass die Welt und ihre Moden vorletzte Wirklichkeiten sind, die allesamt verloren gehen werden. Dadurch werden Trends nicht wertlos, aber relativiert. Das eigentliche Gut der Christen aber kann niemals verloren gehen. Die Zukunft der jetzt lebenden Menschen, wie sie in den politischen und wirtschaftlichen, in den sozialen und kulturellen Trends der Gesellschaft herbeigesehnt und herbeigearbeitet wird, ist daher einerseits zu fördern, andererseits ist sie immer neu offen zu halten und zu relativieren – hin auf Gottes eigene Ankunft bei den Menschen, damit allen Menschen, den Verstorbenen, den jetzt Lebenden, und den künftigen Generationen die wahre Zukunft des Menschen, die in Gott zu finden ist, nicht vorenthalten wird.

## Trend als Suche nach der Identität

Dies führt zu einer theologischen Definition von dem, was ein Trend ist (nach Barbara *Hallensleben*): Trend ist die Suche nach der Identität zwischen dem Leben in der Zeit und dem Leben in Fülle schlechthin. Weil alle Menschen in Fülle oder zumindest gut leben wollen – und das nicht erst im Jenseits, sondern schon zu Lebzeiten – und weil die Vorstellung vom guten Leben nicht selten abweicht vom realen, konkreten Alltagsleben, erfahren Menschen diesen Bruch von Traum und Wirklichkeit. Diesen Bruch wollen sie überwinden – und so ist von daher die Entstehung von Trends unvermeidlich. Weil diese Sehnsucht nach dem Leben in Fülle aber von Gott nicht nur grundgelegt ist im Herzen der Menschen, sondern auch gutgeheißen wird und erfüllt werden soll, können Trends durchaus eine soteriologische Bedeutung zukommen, weil der Mensch in ihnen seinen Beitrag zur Verbesserung des Lebens leistet. Daher wohnt dem Trend durchaus auch theologisch Dignität inne. Wer einen Trend stiftet oder ihm folgt, weiß – mehr oder weniger bewusst –, dass die menschlichen Fähigkeiten zur Weltgestaltung, die ihm gegeben sind, nicht einer idealen Welt dienen, sondern der realen, konkreten, heutigen Welt, die gut und besser sein und werden soll als sie heute ist. Im Trend steckt das Wissen, dass es heute und jetzt darum geht, gerettet zu werden und ein gutes Leben zu leben. Im Trend steckt die Hoffnung auf die gute Zukunft. Im Trend steckt ferner auch das Wissen, wie wichtig Zugehörigkeit und Gemeinschaft sind: dass wir gutes Leben und gute Zukunft nicht nur allein haben können. So zeigt sich sogar noch dort, wo Menschen in Scharen einem Trend nacheilen, die Bestimmung des Menschen zu Heil und Gemeinschaft.

Selbstverständlich unterliegen diese anthropologischen und soteriologischen Dimensionen des Trends gewaltigen Ambivalenzen. Weil Trends ein Beitrag zur gottgewollten Weltverbesserung sein können, können sie als menschliche Handlungen, die der Freiheit und der Sünde unterliegen, eben auch ein Beitrag zur Gottlosigkeit werden. Die Ambivalenzen und Risiken von Trends brechen an mehreren Stellen auf:

- Wo Menschen meinen, diese gute Zukunft eigenmächtig und autonom herstellen zu können, ohne angewiesen zu sein auf Gott. Trends sind dann menschliche Machwerke und dienen ausschließlich der menschlichen Selbstbehauptung und Machtvergrößerung.
- Wo Menschen meinen, sie allein könnten festlegen, was und worin denn die „gute Zukunft“ besteht. Damit werden nicht nur die Offenheit und der Geschenkcharakter der Zukunft gelehnet, sondern Menschen verwechseln

ihren Willen und ihre jeweiligen Bedürfnisse mit dem ethischen Begriff eines guten Lebens.

– Wo Menschen die Zukunft so festlegen, dass kein Freiraum mehr für Gottes Adventus bleibt, verflacht die Zeit zu einem unterschiedslosen Einheitsbrei. Die Zukunft ist nicht länger der Ort der Hoffnung und Überraschung, sondern ist, noch ehe sie sich ereignet hat, die bereits Vergangenheit gewordene Gegenwart. Zeit beginnt den Menschen unter den Fingern zu zerrinnen, sie wird als bedeutungsleer, von Vergänglichkeit bedroht und nichtig erfahren, als ewige Wiederkehr des Gleichen. Die Ewigkeitsdimension der Zeit bleibt so unerschlossen, Hoffnungen versiegen.

– Wo der Trend nicht hält, was er verspricht, enthüllen sich seine Begrenztheit und sein Irrtum.

– Wo die Differenz zwischen dem Leben jetzt und dem Leben in Fülle vergessen wird: d. h., wo der Trend als Erfüllung aller Wünsche nach einer guten Zukunft geglaubt wird, wird zugleich der eschatologische Vorbehalt vergessen. Ohne dieses eschatologische Bewusstsein, dass auch Trends endlich sind und im Letzten nicht erlösen können, können sie dann aber auch nicht mehr leisten, was sie im positiven Sinn durchaus leisten könnten: ein Beitrag und weiterer Schritt zu sein hin zu jener gottvollen Wirklichkeit, die uns in Gott entgegeneilt.

– Probleme entstehen auch, wo Trends suggerieren, am Puls des Lebens und der Zeit zu sein – und doch kurzlebig sind; sie enthüllen sich dann als Lüge und Schein.

– Wo sie Zugehörigkeit ermöglichen, aber um den Preis des Ausschlusses; sie erweisen sich dann als soziale Ausschlusspraktiken, die die Menschen entzweien und diabolisch wirken.

– Wo sie Freiheit begehren und doch die Konformität verstärken, indem suggeriert wird, alle müssen einem bestimmten Trend folgen.

– Wo Trends sich jedem außen stehenden Kriterium verweigern und sich selbst zum Richter über jene erklären, die ihm nicht folgen; dann zeigen sie sich als diktatorisch und totalitär.

*Trends sind also ambivalent.*

Geistvoll können sie nur sein, wenn sie die Differenz zwischen jeglicher Lebensgestalt in der Zeit und dem Leben an sich in Fülle offen lassen und anerkennen. Nur dann sind Trends als „Zeichen der Zeit“ zu werten – wenn sie diese Differenz offen halten. „Zeichen der Zeit“ sind also nicht ident mit Trends, sondern können nur von Gläubigen wahrgenommen werden, die die Trends wahrnehmen als endliche, geschichtliche Wirklichkeiten, in denen der Geist Gottes wirken kann. Sie können aber eben auch

„Zeichen der Zeit“ sein, wenn man in ihnen die Spuren Gottes sucht. Das ist kein leichtes Unterfangen, denn in den modernen Trends unserer komplexen Welt finden sich göttliche und gottlose Elemente in der Regel vermischt nebeneinander. Hier bedarf es sorgfältiger Unterscheidung.

## 4. Wie kann Kirche mit Trends umgehen?

Vielleicht haben Sie sich zu Beginn meines Beitrages, als ich die Horxschen Sphären referiert habe, geärgert über den Wortzauber und die vielen impliziten Zynismen, die dieser birgt; oder Sie sind sich unmodern und altmodisch vorgekommen; oder Sie haben Angst bekommen und sich ohnmächtig gefühlt angesichts der gesellschaftlichen Entwicklungen. Dem Wortzauber erlegen ist wahrscheinlich niemand.

Wie kann man mit Trendforschung umgehen, insbesondere, wenn sie im – in der Tat für viele verführerischen – Gewand des Matthias Horx einherkommt?

### 4.1 Wahrnehmen, dass auch die Kirche selbst nicht frei ist von den Trends in der Gesellschaft

Es gibt keine scharfe Grenze zwischen Kirche und Welt. Viele Trends finden sich auch im Kirchenraum wieder, durchaus auch unter Gläubigen. Dies gilt es zunächst sensibel wahrzunehmen. Die Grenzen der Gesellschaft enden nicht an den Toren der Kirche, sondern hier gibt es viele Überschneidungen. Dabei reagieren die Menschen innerhalb der Kirche auf verschiedene Weisen auf die Trends in der Gesellschaft. Die Pastoraltheologin Maria Widl unterscheidet drei typische Weisen der Reaktion auf die Moderne:<sup>8</sup>

– *Anti- und vormodern*: Diese Menschen entwickeln Gegentrends und setzen sich bewusst und pointiert (manchmal auch aggressiv) ab von modernen Trends (bewusst einfaches Leben gegen modernen Konsumismus, Enthaltsamkeit vor der Ehe gegen vorehelichen Geschlechtsverkehr, Revitalisierung von alten Frömmigkeitsformen gegen neue Spiritualitäten, Betonung der kirchlichen Lehre gegen weltanschaulichen Relativismus und Pluralismus,

<sup>8</sup> Z. B. Maria Widl: *Pastorale Weltentheologie*. Transversal entwickelt im Diskurs mit der Sozialpastoral, Stuttgart 2000. Ihre Typologie übertrage ich hier auf den kirchlichen Umgang mit Trends.

aber auch Verweigerung jeglicher Neuerung, weil alles Neue und Moderne prinzipiell verdächtigt wird),

– *Modern*: Die Trends werden in ihren Stärken gefördert, die Theologie wird adaptiert, man versucht, kritisch-loyal die Trends zu verstehen und selbst am Puls der Zeit zu bleiben; man entwickelt eine Theologie des modernen Lebens, integriert die Trends – in die eigene Praxis und Theologie (z. B. „Glaube als Wellness“, das Jahresthema 2005/06 der Katholischen Frauenbewegung Österreichs).

– *Trans- und postmodern*: Versuch, die Gegensätze zwischen vormodern und modern zusammenzuleben bzw. zusammen zu denken: Solche Menschen revitalisieren z. B. alte Frömmigkeitsformen und füllen sie mit modernen Inhalten oder gießen alte Inhalte in neue Formen.

Trends machen jedenfalls nicht vor der Kirchentüre Halt. Der innerkirchliche Umgang mit Trends ist daher bewusst zu reflektieren und theologisch zu deuten. Abschottung ist dabei sicherlich die schlechteste aller Praxis-Varianten, weil sie niemandem dient. Selbst angesichts fragwürdigster Trends hat die Kirche die Aufgabe, sich produktiv einzumischen und eine gottlose Praxis anzuklagen bzw. ihr durch alternative Praxen Widerstand zu leisten. Dies geschieht wahrscheinlich dort am besten, wo es gelingt, die sensible Balance zwischen Anpassung und Widerstand zu wahren und mithilfe theologischer Reflexion und spiritueller Sensibilität das im Trend entdeckt werden kann, was förderungswürdig ist (weil humanisierend), und das im Trend benannt werden kann, was gefährlich, weil gottlos und inhuman ist. Im Idealfall wird Kirche im Dialog mit den und durchaus auch im Widerstand gegen die Trends moderner Welt selbst zur Trendsetterin. Dazu braucht sie aber ein feines, geschultes Gespür für die Fragen und den Geist der Zeit und die Kompetenz, diese so anschlussfähig wie nötig und so innovativ wie möglich durch Praxis zu beantworten oder ihnen Ausdruck zu verleihen.

#### **4.2 Kritisch reflektieren – am Beispiel von Horx**

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 Evolutionsschema als Grundlage, das geistlos und direkt auf alle Lebensräume übertragen wird. Der menschliche Geist entwickelt sich als Teil der Natur, angestachelt durch die Technik, die er hervorbringt, „natürlich“, „automatisch“, „not-

wendig“ 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. Die Basis des Lebens die Ökonomie. Horx entwickelt im Kern ein – noch dazu ziemlich plattes – Konglomerat aus Ideen und Vorstellungen des marxistischen Materialismus, der Hegelianischen Geistphilosophie und des Neodarwinismus, das er mit modernen Werten wie Individualismus und Fortschrittsglaube garniert.

Erst wenn wir diese – philosophisch ganz und gar nicht neue – Struktur zwischen den Neologismen 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.

#### **4.3 Nach den Interessen fragen? Wem nützt's ?**

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

Dann fällt auf: Die Trends sind meistens für und von Wohlhabenden gesetzt und dienen der Mehrung des materiellen und immateriellen Reichtums der Wohlhabenden. Arme und armutsbedrohte Menschen, Modernisierungs-verlierer/innen in Europa, in der Zwischenzeit auf ca. 1/3 der Bevölkerung angewachsen – sind gar nicht im Blick; ganz zu schweigen von jenen 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 diese Wortschöpfung ab vom gewaltigen, umweltschädlichen Ressourcenverbrauch, der damit ver-

bunden 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 bzw. wollen.

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 ersetzen 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 und Parteien ihre Grundsubstanz sind. 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 à la Horx nützt jenen Reichen und Mächtigen, die ihre Interessen politisch durchsetzen wollen, indem sie die Realität umdefinieren und diesen Vorgang gern so verschleiern möchten, dass er modern und selbst gewählt wirkt.

#### **4.4 Die Unwägbarkeiten des Lebens: 9/11 (Terroranschlag New York) – bzw. 12/26 (Tsunami-Katastrophe in Südostasien)**

Eine wesentliche Entzauberungsstrategie von Trends geht von der Wirklichkeit selbst aus. Immer wieder machen unberechenbare politische, gesellschaftliche, ökonomische Ereignisse und Naturereignisse aller menschlichen Macht 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 auch bei vielen Menschen in Europa allmählich ein Umdenken einsetzt und der europäische Lebensstil des Consuming in die Krise gerät.

## 4.5 Ernstnehmen 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 man 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 des menschlichen Glaubens.

Aus den Trends lernen kann daher auch heißen:

- den Babyboom und die Patchworkfamilien in den Städten unterstützen durch kluge Familienpolitik und Familienpastoral;
- den Prosumenten fördern, dass er ein kritisches Konsumbewusstsein entwickelt;
- Lernkonzepte entwickeln, wie man mit neuen technischen Errungenschaften sinnvoll umgehen kann;
- das Gesundheitsbewusstsein kritisch reflektieren und spirituell bzw. ethisch erweitern;
- Freiheit, Solidarität, Spiritualität als Gesellschaftstrends auf der Wertebene unterstützen;
- den Ruf nach Ethik beantworten und einen Beitrag leisten zu einer Gesellschaft, die auf der Suche nach Ethik ist;
- Solidarräume zu Verfügung stellen, um Jugendlichen Zeiten und Räume anzubieten, in denen sie ihre Solidarität einüben können – das heißt auch, sich als Jugendlobby einsetzen, damit Jugendliche auch Zeit haben dafür;
- emanzipatorische Bewegungen integrieren ... uvm.

## 4.6 Offensiv und alternativ reagieren

Ebenso häufig wie das Belächeln der Trends sind Panik und 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 krank

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.

#### **4.7 Entzaubern und Entlarven**

Manchmal ist ein neuer Trend nicht mehr als eine Hülle für Altbekanntes. Zum Beispiel ist die viel gerühmte „emotionale Intelligenz“ bei Horx 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?

#### **4.8 Das Verschwiegene benennen**

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

Das fraktale Ich, das den Charakter ablöst, ist entweder nichts Neues, wenn es die Gestaltbarkeit des Ich eines reifen Menschen meint, oder wenn es ernst gemeint sein soll, eine gröbere Depersonalisierungsstörung. Wem nützt ein schwaches Ich ohne Prinzipien und Charakter? Dem Konsummenschen als *coping*-Strategie (Abwehrmechanismus) vor schlechtem Gewissen und jenen, die im ökonomischen Totalitarismus über Macht und Mittel verfügen und Widerstand nicht brauchen können.

Viele neue Intelligenzen sind gefragt, das hören wir auch bei Horx. Warum fehlen gerade die politische und die historische Intelligenz?

#### **4.9 Die Trends gegenlesen und christlich deuten**

Die Trends zu deuten kann man nicht nur den Trendforschern und ihren Geldgebern überlassen. Hier gilt es gegen das einseitig ökonomisch-technokratische Deutemonopol anzutreten und selbst zu interpretieren.

BabyBoom 2.0: Wer sagt denn, dass mehr Kinder automatisch eine Folge der technisch ermöglichten Entkoppelung von Sex, Liebe, Zeugung sein müssen, wie von Horx postuliert wird (um zugleich die Reproduktionsökonomie anzukurbeln)? Könnte es nicht sein, dass der Wunsch nach Kindern bei der Mehrheit ein Ausdruck kulturellen Protests ist – gerade gegen die Technokratisierung des Kinderbekommens? Auch in der Frage der Respiritualisierung könnte sich ein kultureller Protest ankündigen, gegen eine Kultur, die alles, auch Sinn und Geist, benutzt und verzweckt. Sind die Menschen wirklich so geistlos – wie die Trendforscher sie gern hätten?

Oder: Das „*Open mind*-Denken“ hat nicht erst Horx entdeckt. Es ist im Grund uralt. Genau genommen beherrschen Christ/innen dieses Denken im Sowohl – als auch seit dem christologischen Glaubensdogma von Nicäa: Christus ist sowohl Gott als auch Mensch und dies aber weder vermischt noch getrennt. Christliche Theologie überholt auch noch die Horxsche Dichotomie von „entweder – oder“ oder „sowohl – als auch“, indem es beide Gegensätze in die Rede von Christus verpackt.

So mancher Trend ist schließlich auch durchaus zu begrüßen. Gesundheitsbewusstsein ist verantwortungsbewusst und muss nicht zwangsläufig narzisstisch werden, wie Horx das gern hätte, weil der Narziss leichter manipulierbar ist. Der Benefizkapitalismus muss nicht nur einem Nützlichkeitsdenken entspringen, er ist auch ein Zeichen, dass so mancher Unternehmer mit dem Umdenken begonnen hat und seine globale Verantwortung wahrnimmt. So braucht es eine Unterscheidung der Geister der Trends, um jene, die das Humanum fördern, von jenen unterscheiden zu können, mit deren Hilfe wir uns selbst abschaffen.

#### 4.10 Die Trends tiefer deuten

Man muss auch nachfragen, warum manche Trends gerade jetzt auftauchen. Warum wird z. B. die Biometrie ein Erfolg? Warum boomen Versicherungen und Partneragenturen und alles, was uns Sicherheit verspricht? Weil wir riesige Angst haben, in einer Angst- und Hochsicherheitsgesellschaft leben. Unter der Oberfläche des Aktivismus und des Konsums brodeln ungebändigte Ängste. Um der Sicherheit willen sind wir bereit, sogar unsere Freiheit aufzugeben.

Oder: Der gestiegene Wert der Gesundheit lässt sich auch lesen als Ausdruck einer gottlosen Gesellschaft, die im Leben das höchste aller Güter sieht und den Menschen als letzte Wirklichkeit perfektionieren will, eher er

für immer stirbt. Gesundheitsgesellschaft kann auch bedeuten: kollektiv verordnetes Leidverbot und Glückszwang.

Oder: Was sind die Gründe für die ausgebrochene sexuelle Lustlosigkeit? Auch diese Frage erschließt sich u. a. ökonomisch bedingt: Wer kann Lust spüren, wenn er eine 60-Stundenarbeitswoche voller Stress hat? Michel Foucault hatte Recht, wenn er meinte, politische und ökonomische Macht bekommt, wem es gelingt, die Körper zu disziplinieren, sind doch Eros und Sexus immer auch anarchische Kräfte. Porno braucht, wer Lust nicht spüren kann.

Oder: Life-Balance-Politik – was ganzheitlich klingt, könnte totalitär sein. Einer Freundin, die beim morgendlichen Firmenjoggen nicht mitmachen wollte, wurde vorgeworfen, nicht zur Firmenfamilie gehören zu wollen. Seit ihrer Replik, sie habe schon eine Familie, wird sie gemobbt. Nachdem sie ihr viertes Kind bekommen hatte, wurde sie gekündigt.

Oder: Eine angeblich ideologiefreie Politik verschleiert die Wiederkehr von Autoritarismus und totalitären Tendenzen; die Ablösung der Demokratien durch Oligarchien und diverse subtile Angriffe auf den Rechtsstaat, von denen man täglich in der Zeitung lesen kann – und niemand wehrt sich.

#### **4.11 Trends aufgreifen und verstärken**

Von der Unterscheidung der Geister der Trends war schon die Rede. Jene Trends, die das Human fördern, können Christ/innen aufgreifen und verstärken. Die Renaissance des Gemeinwohls ist so z. B. zu begrüßen, ebenso das Revival von Ethik, Solidarität, Spiritualität usw. Hier gilt es, kluge Initiativen zu entwickeln, in denen diese Sehnsüchte und Mode-Werte gebildet und zivilisiert werden können.

Oder: Wer nach seiner Gesundheit fragt, kann auch nach Heilung fragen – Christ/innen erinnern hier daran, was jenes Heil bedeutet, das Gott uns bestimmt hat, und betten so die Gesundheitsfrage in einen größeren religiös-spirituellen Kontext ein.

Schließlich: „*Mindness*“ ist christliche Kernkompetenz: Wie können wir die Respiritualisierung bereichern, begleiten und selbst dabei lernen?

#### **4.12 Hoffnungsvolles wahrnehmbar machen**

Trendforschung verschweigt gern alternative Lebensweisen, die sich nicht vermarkten lassen. Nicht wenige Menschen haben weltweit aber schon begonnen, in kleinen Gruppen neue Lebensweisen abseits vom Con-

suming auszuprobieren, entdecken eine unkommerzialisierbare Spiritualität und ein damit verbundenes neues Leben, folgen ihrer Sehnsucht nach Sinn, Freiheit, Friede, Gerechtigkeit und Liebe. Christ/innen können diese unsichtbaren Hoffungskräfte wahrnehmbar machen und fördern, am besten: mitmachen.

## 4.13 Sich heute schon auf zukünftigen Widerstand vorbereiten

Vorausblickend lassen heutige Trends heute schon sehen, worauf wir uns für morgen vorbereiten müssen. Der beste Widerstand gegen inhumane Trends sind Initiativen und Programme, die die „guten Gegenkräfte“ heute schon stärken.

So können Christ/innen heute schon gezielt am Aufbau einer Jugendlobby arbeiten für jene Zeit, in der junge Menschen in der Gesellschaft nur mehr 10–15 Prozent der Bevölkerung ausmachen werden. Sie können Hilfsprojekte, Hilfsnetzwerke für die Gescheiterten, die Einsamen, die Verlierer/innen beim Mate-Matching oder beim Consuming, die Flexworker/innen, die Arbeitslosen usw. entwickeln, um jene aufzufangen, die morgen durchfallen. Dazu können sie gegenwärtig schon die Frage nach der gerechten Verteilung der erwirtschafteten Güter stellen.

Sie können in ihren geschützten kirchlichen Erfahrungsräumen substantielle Erfahrungen abseits von Consuming ermöglichen, die immun machen gegen illusionäre Konsum-Erfahrungen und Manipulationen aller Art. Wer belastbare Liebe, treue Freundschaft, nachhaltigen Lebenssinn kennt, lässt sich von Trends nicht so leicht blenden und erkennt leichter, was wahrhaft Zukunft hat.

## 5. Trendthemen für die Kirche

Im Folgenden führe ich abschließend noch blitzlichtartig einige Themen an, die uns in Zukunft beschäftigen werden und sollen – und wie die Kirche hier Trendsetterin werden kann:

– *Gesundheit und Ganzheit* – sowie *Leid, Endlichkeit und Fragilität, Fragmentarität*. Kirche erinnert an die Heilsgeschichte Gottes mit seinen Menschen, erläutert und macht vor allem im Handeln sichtbar, was Heil konkret bedeutet. Kirche enttabuisiert das Leid, macht die Leidenden sichtbar und gibt Antwort auf die Leidfrage durch ihre konkrete Solidarpraxis.

– *Geld und Eigentum* – und deren *Legitimation und Verteilung*. Du kannst nicht Gott und dem Mammon dienen, ist alte evangelische Weis-

heit. Kirche zettelt Diskussionen an, entlarvt Eigentum-Tabus, engagiert sich für Gerechtigkeit und zeigt, wie man mit Geld verantwortungsvoll umgehen kann, indem sie alternative Ökonomien entwickelt. Sie leitet den Göttersturz des Geldes ein und entdämonisiert es, indem sie es als Hilfsmittel und Ressource wiedererkennbar macht. Dazu braucht es eine Theologie der Ökonomie und des Geldes. Kirche setzt sich für eine global gerechte Verteilung der materiellen Ressourcen der Welt ein.

– *Orientierung und Sicherheit – aber nicht nur für die Reichen und Gebildeten.* Kirche wird ein Ort der spirituellen und ethischen Orientierung, erzählt von der und lebt die Sicherheit, die das Evangelium ermöglicht. Ihr besonderes Augenmerk gilt vor allem der Orientierung und der Sicherheit jener, die aus der Gesellschaft herausfallen. Inmitten des Pluralismus zeigt die Kirche Wege, wie man in diesem Pluralismus der Werte, Religionen, Lebensformen usw. gut und pluralitätsfähig leben kann.

– *Beziehungen und Gemeinschaft – deren Bedeutung und Gestaltung, aber nicht als Rückzugsorte vor den Problemen der Welt.* Kirche macht sich als Gemeinschaft erfahrbar, das ist eine Grundkompetenz der Kirche: zu zeigen, dass der Mensch zu Gemeinschaft mit Gott und mit anderen Menschen bestimmt ist, allem voran in der Liturgie als gemeinschaftliche Form von Spiritualität. Menschen können in der Kirche stabile und verlässliche Gemeinschaften glaubwürdiger Christ/innen finden, in denen Menschen einander beistehen, das Leben zu bewältigen.

– *Wissen und Weisheit – was den Unterschied ausmacht und wie man sie verbinden kann.* Kirche öffnet ihre Weisheitsschätze und bringt sie offensiv und selbstbewusst ins öffentliche Spiel.

– *Erfolg und Karriere – und dass dies keine (oder zumindest keine zentralen) Worte Gottes sind und schon gar nicht erlösen.* Dies zu verkünden, wird wohl den meisten Widerstand hervorrufen. Freilich ist das kein Freibrief dafür, dass sich die Kirche zurücklehnt und ihre eigenen Misserfolge und ihr Scheitern damit rechtfertigt.

– *Individualität und Freiheit – sowie die damit verbundene Angst und Einsamkeit und ob Freiheit nicht viel mehr ist als tun und lassen können, was man will.* Kirche lehrt und lebt, was die Freiheit der Kinder Gottes konkret im Leben meint. Dazu macht sie ernst mit der Freiheit nach innen, denn erst Freiheit eröffnet den Raum, in dem Liebe fließen kann.

– *Gerechtigkeit und Solidarität – ob sie nicht die Wurzel wahrer Individualität sind und wie sie konkret Gestalt bekommen können.* Sie sind die Kernkompetenz der Kirche: Die Betonung der diakonalen Grunddimension der Kirche wird wieder wichtig; der diakonische Grundauftrag kann nicht nur an die

Caritas delegiert werden. Die Kirche braucht caritative Gemeinden und Gruppen.

– *Pluralität und Wahrheit – und wie sie zusammengehören und sich vertragen können.* Die Kirche ist herausgefordert, ihre Binnenpolarisierung in versöhnte Verschiedenheit zu verwandeln und Pluralität als Geschenk, nicht als Defizit wahrzunehmen und in integrierter Einheit in Vielfalt leben zu lernen. (Das betrifft die weltanschaulichen Pluralitäten innerhalb der Gesellschaft, aber auch die Ökumene und den interreligiösen Dialog.)

– *Sinn und Spiritualität – und warum der Geist (und der Ungeist) der Motor menschlichen Wachstums ist und nicht die Technik.* Daran erinnert Kirche wieder – und dies gelingt ihr in dem Maß, in dem sie selbst ihre spirituellen Quellen erschließt, transformiert und weiterentwickelt und zu einem spirituellen Ort wird.