

Inhaltverzeichnis

VORWORT	9
A. VORBEREITET SEIN!	
Das Opaschowski Zukunftsbarometer auf empirischer Basis	11
I. Ein Wegweiser für die Zukunftsplanung.	13
II. Ein Navigationssystem in Dauerkrisenzeiten	13
III. Ein Kompass für die wirklich wichtigen Dinge im Leben	14
IV. Eine Konstante im Werte- und Generationenwandel	14
V. Eine Zukunftsstimme für die Mehrheitsgesellschaft.	15
B. QUO VADIS, DEUTSCHLAND?	
Gesellschaft im Wandel – der Mensch im Mittelpunkt	19
I. FRÜHE WEICHENSTELLUNGEN UND PROGNOSEN	21
1. 1983: „Arbeit, Freizeit, Lebenssinn? Orientierungen für eine Zukunft, die längst begonnen hat“	21
Neue Wertesynthese:	
Gleichwertigkeit materieller und immaterieller Lebensbedürfnisse	
2. 1988: „Wie leben wir nach dem Jahr 2000?“	21
Neue Selbständigkeit:	
Unternehmertum und partizipative Netzwerke	
3. 1997: „Deutschland 2010“	22
Neue Lebensziele:	
Mehr Lebenssinn als Lebensstandard	
4. 2004: „Deutschland 2020“	22
Neue Unsicherheit:	
Zeitenwende wird zur Wohlstandswende	
5. 2009: „Deutschland 2030“	23
Neues Zukunftsdenken:	
Gut leben statt viel haben	
II. HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN.	
Die zwei Gesichter der Zukunft	24
C. DAS OPASCHOWSKI ZUKUNFTSBAROMETER	
DEUTSCHLAND IN DEN JAHREN 2025, 2035 UND 2045	27
I. GESUNDHEIT. UMWELT. KLIMASCHUTZ.	29
Herausforderungen	
1 Klimawandel als größte Bedrohung	30
2 Hohe Reiseintensität trotz Klimakrise	32
3 Pflegefall macht Angst	34

Chancen	
4 Gesundheit als höchstes Gut im Leben	36
5 Gute medizinische Versorgung	38
6 Krisenresistent mit positiver Lebenseinstellung	40
II. ARBEIT. EINKOMMEN. VORSORGE	43
Herausforderungen	
7 Konfliktreiche Kluft zwischen Arm und Reich	44
8 Wohlstandsverluste für die junge Generation	46
9 Kein Grundeinkommen ohne Gegenleistung.	48
10 Persönliche wirtschaftliche Sorgen	50
Chancen	
11 Teams und Netzwerke im Berufsleben	52
12 Neue Balance von Beruf und Familie	54
13 Leistungsorientierung der Jugend	56
14 Flexirente auf freiwilliger Basis	58
15 Länger leben und länger arbeiten	60
16 Mehr Beschäftigungschancen für Ältere	62
III. WIRTSCHAFT. WOHLSTAND. KONSUM.	65
Herausforderungen	
17 Die Deutschen werden ärmer	66
18 Gesellschaft auf Pump?	68
19 Verunsicherung durch gefälschte Nachrichten	70
20 Das inszenierte Leben.	72
21 Gefangen im Konsumstress	74
Chancen	
22 Nachhaltigkeitswunsch „Mehr mieten – weniger besitzen“	76
23 Besser leben statt mehr haben	78
IV. WOHNEN. ENERGIE. TECHNIK	81
Herausforderungen	
24 Die große Wohnungsnot	82
25 Digitalisierung macht die Menschen nicht zufriedener	84
Chancen	
26 Aus Parkhäusern Wohngebäude machen	86
V. DATEN MEDIEN KI.	89
Herausforderungen	
27 Wehrlos gegenüber digitalem Einbruch in die Privatsphäre.	90
28 Weniger mitmenschliche Kontakte durch Internetnutzung	92
29 Mediale Ursachen für wachsende Zukunftsangst	94
Chancen	
30 Neue Medien bereichern das private Leben	96

VI. FAMILIE. SOZIALES. BEZIEHUNGEN	99
Herausforderungen	
31 Einsamkeit und Langeweile	100
32 Sorge um die Vorsorge	102
Chancen	
33 Familie als wichtigster Lebensinhalt	104
34 Ehe mit Trauschein und Kindern als Lebensmodell	106
35 Freunde als zweite Familie	108
36 Renaissance der Nachbarschaft	110
37 Generationenzusammenhalt als Krisenhilfe	112
VII. BILDUNG. ERZIEHUNG. INTEGRATION	115
Herausforderungen	
38 Elternhaus und Schule ohne Erziehungsmonopol	116
39 Risikofaktor Fremdenfeindlichkeit	118
Chancen	
40 Bundesrepublik als Bildungsrepublik	120
41 Selbständigkeit und Selbstvertrauen als wichtigste Erziehungsziele	122
42 Bevölkerung für „soziales Pflichtjahr“	124
VIII. STAAT. POLITIK. PARTEIEN	127
Herausforderungen	
43 Überforderte Politiker	128
44 Politiker ohne Visionen	130
45 Unzufriedenheit mit politischem Krisenmanagement	132
Chancen	
46 Staat als Kümmerer	134
47 Steuererleichterung für Ehrenamtliche	136
48 Mehr Volksabstimmungen	138
49 Weitsicht macht Mut	140
IX. SELBSTHILFE. ENGAGEMENT. GESELLSCHAFT	143
Herausforderungen	
50 Unverbindlichkeit des Lebens	144
51 Soziale Netzwerke wichtiger als persönliche Kontakte	146
Chancen	
52 Mehr Selbst- und weniger Staatshilfe	148
53 Mehr zusammenhalten	150
54 Hilfsbereitschaft mit Punktegutschrift	152
55 Neue Mitmachbewegungen	154
56 Freiwillige Helferbörsen	156
X. WERTE. LEBENSZIELE. LEBENSSTILE	159
Herausforderungen	
57 Persönliche Zufriedenheit – Öffentliches Unbehagen	160
58 Angst vor Gewaltkriminalität	162

Chancen	
59 Sicherheit so wichtig wie Freiheit	164
60 Zuversicht trotz Zweifel	166
61 Ehrlichkeit als Nr. 1 im Werteranking	168
62 Bescheidener leben.	170
63 Wunsch nach mehr Optimismus	172
64 Mithelfen, eine bessere Gesellschaft zu schaffen	174
D. METHODE UND EMPIRISCHE BASIS DER REPRÄSENTATIVSTUDIE	177
1. Persönliche Face-to-Face-Befragungen in den Haushalten	178
2. Mikrofundierte Forschungsergebnisse.	178
3. Alltagsrituale und Regelmäßigkeiten im Blick	179
4. Zukunftsgewissheitsschwund trotz großer Treffsicherheit.	180
E. ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT	
Fünfzig Jahre Zukunftsforschung	183
F. GRUNDLAGENLITERATUR	191
G. STICHWORTVERZEICHNIS	194
H. DANK	203