



Megatrends als langfristige gesellschaftliche Veränderungen¹

Andreas M. Walker

Unser Bedürfnis nach Sicherheit und Stabilität ist gross. Im 21. Jahrhundert leben wir in Mitteleuropa in einer Welt, in der wir im Alltag in vielfältiger Art geschützt sind und bequem leben. Doch zugleich erkennen wir, dass wir heute in einer Welt leben, die sich deutlich von der Welt unserer Eltern unterscheidet – und die Welt unserer Kinder wird sich noch weiter verändern. Einige erkennen das als Chance, einige fordern explizite Innovation als Motor für unser Wirtschaftswachstum – aber zunehmend reagieren viele Mitmenschen mit Verunsicherung und Ängstlichkeit, ja gar mit Depressionen und Angststörungen. Und manche fragen sich, welchen Wert die aus einer alten Welt stammenden christlichen Werte für diese neue Welt der Zukunft haben.

Wir leben in einem Spannungsfeld

Dank medizinischem und landwirtschaftlichem Fortschritt, dank Bildung, Wissenschaft und Technik sind wir gut geschützt: vor Kindstod, Hunger, vielen Formen der Gewalt und Armut, Naturgefahren u.a.m. Dank des demokratischen Rechtsstaates, einer funktionierenden Marktwirtschaft und zahlreichen Versicherungslösun-

gen leben die meisten von uns wohlhabender als unsere Vor-Generationen. Sesshaftigkeit und die Anhäufung von Besitz erachten wir als selbstverständliche Werte – auch für uns persönlich. Wachstum im beruflichen, finanziellen und persönlichen Leben ist ein Ziel, dessen Erreichen wir in breitem Masse einfordern. Planbarkeit und Absicherung scheinen normal.

¹ Die für die abgesagte Fachtagung vom 9. September 2023 vorgesehenen Referate werden als Beiträge in diesem und Infobrief Juni 2024 zugänglich gemacht. Dies ist die ausführliche Version des Infobrief-Beitrages vom November 2023. Sie darf in unveränderter Form für persönliche Zwecke verwendet werden. Das Copyright bleibt beim Netzwerk «Psychologie und Glaube».

Wir haben viele Gründe, dankbar und zufrieden zu sein.

Aber: Unsere Bildungsgesellschaft beruht auf Wissen, das «gestern» erforscht wurde. Unsere Gesellschaft vermittelt uns dieses Wissen primär durch Schulen in unserem ersten Lebensviertel. Das korrekte Wiedergeben von Erlerntem und der Gehorsam gegenüber Regeln und Autoritäten waren für Babyboomer¹ und GenX² Tugenden, die sie in ihrer Kindheit verinnerlichten. Als Christen leben wir in einem religiösen Raum, in dem wir den Glauben unserer Vorväter an unsere Kinder weitergeben. Dabei beziehen wir uns auf Werte und Glaubensinhalte aus der Bibel mit Geschichten und spirituellen Erkenntnissen, die über zweitausend Jahre alt sind. In einer solchen Kultur sind die aktuellen Veränderungen eine Herausforderung. Wie gehen wir damit um – als Individuum, Kirche und Gesellschaft? In einer sicherheitsorientierten Schweiz und einem konservativen religiösen Glaubensumfeld sind dies schwierige Aufgaben. Wir brauchen Strategien für den Umgang mit Veränderung und Ungewissheit.

Was ist ein Megatrend?

Der Begriff «Megatrend» wurde ursprünglich 1982 vom US-amerikanischen Futurologen John Naisbitt geprägt. John Naisbitt definierte: «Mega-

- 1 Eine Bezeichnung für alle, die ca. zwischen 1946 und 1964 geboren wurden.
- 2 Eine Bezeichnung für alle, die ca. zwischen 1965 und 1980 geboren wurden.

trends (...are) large social, economic, political, and technological changes (...), they influence us for some time – between seven and ten years, or longer.» Megatrends sind langfristig, sie sind kein kurzfristiger Hype in Mode oder Medien. Ein Megatrend kann grundlegend Angebot und Nachfrage einer Ware oder Dienstleistung beeinflussen. Meistens beeinflusst er die Politik und Wirtschaft ganzer Branchen, Organisationen und Länder.

Dabei erkennen wir, dass sich unterschiedliche, teils sogar widersprüchliche Megatrends überlagern und dass sie in verschiedenen Regionen der Welt und in verschiedenen sozialen Milieus unterschiedlich wirken sowie Nischen und Gegentrends hervorrufen können.

Ein Megatrend beeinflusst unser Weltbild, er beeinflusst unsere Werte und unser Denken. Dabei ist es umstritten, ob ein Megatrend einen Wert verändern darf oder ob ein Wertewandel einen Megatrend initiieren kann.

Was sind die relevanten Megatrends?

Anhand welcher Megatrends kann ich nun Veränderungen in meinem Betrieb, meiner Kirchgemeinde oder meinem Privatleben erklären? Diese Frage erfordert eine Diskussion, da wir dafür keine abschliessende Liste und keine standardisierte Norm haben. Die Fachwelt fokussiert auf rund ein Dutzend Megatrends – diese können in den genannten Quellen rasch recherchiert werden. Dabei gibt es Varianten in der Bezeichnung und in der Frage, welche Trends zusammengefasst oder separat betont werden.



Medien und Consultingbranche übertreiben gerne mit der Aufwertung eines Trends, wobei in der Fokussierung einer Wirtschaftsbranche oder eines kulturellen Milieus Subtrends ein grösseres Gewicht erhalten können.

Aufzählung von Megatrends:

Globalisierung // Bevölkerungswachstum und Migration // Mobilität und neue Formen von Nomadismus // Urbanisierung // Gesundheitsexpansion // demographischer Wandel insbesondere Langlebigkeit // Gender Shift hin zu neuen Möglichkeiten von weiblichen und männlichen Lebensmustern // Individualisierung, Wertpluralismus und situative Ethik bis hin zu postmoderner Nomadisierung punkto Werte und Identitäten sowie non-binärer Identitäten und Lebensmustern im Sinne der LGBTQIA+ Community // Bio-Transformation und Transhumanismus // Digitalisierung in verschiedensten Ausprägungen wie Konnektivität, Transparenz, Beschleunigung, technologische Automatisierung und Autonomisierung verbunden mit einer Wissensexpansion, was zu Phänomenen wie BIG Data, Robotic und Künstlicher Intelligenz führt // New Work // Sicherheit in Verbindung mit einer neuen Ängstlichkeit und neuen Schamgesellschaft // Zunehmend aggressive Neo-Polarisierung der Gesellschaft aber auch Neo-Polarisierung einer neuen geopolitischen Weltordnung

Welche Auswirkungen haben Megatrends auf den Einzelnen?

Bei seelsorgerlich-therapeutischen Fragen erkennen wir, dass sich im persönlichen Leben Megatrends überlagern, beschleunigen oder in paradoxer Weise in der eigenen Erlebniswelt widersprechen können. Was uns bisher fehlt, sind eine empirische Erhebung, eine interdisziplinäre Aufarbeitung und ein umfassendes Konzept, die den Zusammenhang von Megatrends, christlichen Werten und psychologischen Phänomenen klären. Ebenso fehlt uns eine Auseinandersetzung, weshalb viele von uns in den Megatrends primär problemorientiert Risiken und Bedrohungen der Veränderung erkennen – und wieso es uns schwerfällt, mit lösungsorientiertem Arbeiten neue Chancen und Möglichkeiten zu erkennen.

Um den Einstieg in diese interdisziplinäre Diskussion zu starten, möchte ich Thesen formulieren, die ich für die aktuelle christliche Seelsorge und Lebensberatung als relevant erachte:

1. Obwohl langfristige Fakten uns aufzeigen, dass unser Leben sicher und stabil ge-

worden ist, erleben wir, wie der Megatrend der «*Forderung nach umfassender Sicherheit*» in unserer Gesellschaft präsent geworden ist und eine «*neue Ängstlichkeit*» erzeugt hat. Dankbarkeit und Zufriedenheit für das Erreichte und Mut für den weiteren Weg sind uns abhandengekommen und werden nicht mehr gefördert.

2. Die «*Beschleunigung*» durch Technologie und «*Digitalisierung*», die «*Transparenz*» durch Medien, Internet und BIG Data, die «*Steigerung der Konnektivität und Komplexität*» sowie eine rapide «*Wissensexpansion*» führen zu einer Anfälligkeit und Angst gegenüber Fehlern. Dies wird durch eine «*neue Schamkultur*» und eine «*aggressive Polarisierung der Gesellschaft*» überlagert.
3. Das anhaltende «*Bevölkerungswachstum*» verbunden mit einem «*ökonomischen und machtpolitischen globalen Ungleichgewicht*» und der Möglichkeit einer «*weltweiten Mobilität*» führen zu einer «*Migration*» in die Grossstädte, also einer «*Urbanisierung*», und in die reichen Länder. Die ungewollte Konfrontation mit fremden Kulturen provoziert Veränderungen, Ängste und Aggression auf beiden Seiten.
4. Der anhaltende «*technische Fortschritt*», insbesondere die «*Digitalisierung*», konfrontiert uns Menschen immer stärker mit Maschinen. Werden wir nun in unseren Beziehungen und Werten nicht nur Mitmenschen und Tiere, sondern auch «*smarte Maschinen*» berücksichtigen müssen? Wenn Maschinen nicht nur Werkzeuge sind, sondern über künstliche Intelligenz verfügen, schafft dies eine neue Konkurrenz zu unserem menschlichen Selbstverständnis.
5. Die Eröffnung einer Vielzahl neuer Möglichkeiten durch die «*Individualisierung*», den «*Gender Shift*» als der selbstbestimmten Überwindung von traditionellen Geschlechterrollen und einem

«Wir brauchen die Förderung von Veränderungs-, Gestaltungs- und Zukunftskompetenz»

«neuen Nomadismus» quer durch soziale Räume führt zwar zu neuen Freiheiten, aber auch zum Verlust eines Ordnungsrahmens bei der Suche nach der eigenen Identität.

6. Die negativen Auswirkungen des emissionsreichen «*technischen Fortschritts*» verbunden mit «*anhaltendem globalem Bevölkerungswachstum*», «*Urbanisierung*» und «*globaler Mobilität*» führen zu einem «*neuen ökologischen Bewusstsein*». Dieses wird durch alte religiöse Bilder wie die «vier apokalyptischen Reiter» oder die «sieben Zornesschalen der Endzeit» aus dem Buch der Offenbarung zusätzlich dramatisiert.

Arbeiten mit Megatrends

Um in Beratung und Coaching mit Megatrends arbeiten zu können, empfehle ich folgende Fragen:

1. *Wo in deinem Leben nimmst du Megatrends wahr? Welche sind es? Wie würdest du diese Megatrends mit deinen Worten benennen und mit eigenen Erlebnissen illustrieren?*
2. *Wenn du deine Kindheit mit der Gegenwart vergleichst – welche Unterschiede kannst du mit Hilfe von Megatrends erklären?*
3. *Wenn du deine Weltsicht und dein Verhalten mit deinen Eltern und Grosseltern, mit den Senioren in deinem Umfeld vergleichst: Welche Unterschiede kannst du mit Hilfe der Megatrends erklären?*
4. *Wenn du deine Weltsicht und dein Verhalten mit Deinen Kindern und Enkelkindern, mit der GenZ³ und GenAlpha⁴ in deinem Umfeld vergleichst: Welche Unterschiede kannst du mit Hilfe der Megatrends erklären?*
5. *Wo kannst du nicht nur Gefahren und Risiken, sondern Verbesserungen, positive Veränderungen und neue Möglichkeiten in deinem Privat- und Berufsleben erkennen? Wie helfen dir diese Megatrends, so dass du deine persönlichen Stärken entwickelst, deine Berufung und*

deinen Lebenssinn zielstrebig verfolgen und deine Werte bewusst leben kannst? Vielleicht besser, als dies für deine Eltern und Grosseltern möglich war?

6. *Wie helfen dir deine persönlichen Stärken und deine Werte, so dass du bewusst mit den Megatrends umgehen und positive Entwicklungen anstreben kannst? Vielleicht besser, als dies für deine Eltern und Grosseltern möglich war?*

Drei Appelle an unsere christliche Kultur

Die Veränderungen des 21. Jahrhunderts stellen für Christen und Kirchen eine grosse Chance dar, um unsere christlichen Werte und Haltungen zukunftsgestaltend zu diskutieren und weiterzuentwickeln:

1. In unserer Wohlstands-, Anspruchs- und Ängstlichkeits-Gesellschaft brauchen wir die *Wiederentdeckung einer Kultur von Dankbarkeit und Zufriedenheit*. Für unsere puritanisch geprägten Kirchen bedeutet dies auch eine Auseinandersetzung mit Lebensfreude, Genuss und Lust.
2. In unserer Bildungs- und Wissensgesellschaft brauchen wir die *Förderung von Veränderungs-, Gestaltungs- und Zukunftskompetenz*. Dazu braucht es die *Wiederentdeckung der christlichen Tugenden von Hoffnung, Zuversicht, Mut und Gottvertrauen*.
3. Wir brauchen in unseren Kirchen eine neue prophetische Kompetenz: nicht als Busspredigende und Warnende, sondern als diejenigen, die Gottes Weisheit und seinen kreativ-schöpferischen Charakter suchen, und zu *Chancen, Möglichkeiten, Freiheiten und neuen Wegen ermutigen*.



Dr. Andreas M. Walker ist einer der führenden Zukunftsexperten der Schweiz und Begründer des Hoffnungsbarometers. Referent, Autor und Berater von Wirtschaft, Staat und Kirchen zu Chancen und Risiken aktueller Veränderungen. Er ist Mitglied des Deutschsprachigen Dachverbandes für Positive Psychologie. Siehe www.weiterdenken.ch

3 Eine Bezeichnung für alle, die ca. zwischen 1997 und 2012 geboren wurden.

4 Eine Bezeichnung für alle, die ca. zwischen 2010 und 2020 geboren wurden.

Quellen

Bundeskanzlei: Perspektiven 2030: https://www.bk.admin.ch/dam/bk/de/dokumente/strategische-fuehrungsunterstuetzung/lageumfeldanalyse/perspektiven_2030.pdf.download.pdf/perspektiven_2030.pdf

Rat für Raumordnung der Schweiz: <https://www.are.admin.ch/are/de/home/medien-und-publikationen/publikationen/strategie-und-planung/megatrends.html>

Roos, Georges T. (swissfuture): https://www.swissfuture.ch/wp-content/uploads/sites/2/2018/02/Megatrends_Report_Swissfuture.pdf

Walker, Andreas M.: <https://weiterdenken.ch/2010/10/20/was-ist-eigentlich-ein-megatrend/>

Walker, Andreas M.: <https://www.weiterdenken.ch/weiterglauben>

Zukunftsinstitut: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/die-megatrend-map/>

Herausgeber des Infobriefes
Netzwerk «Psychologie und Glaube»
der VBG – Christsein in Beruf,
Studium und Schule

Redaktion:
psychologie@vbg.net
Dieter Bösser, Geschäftsleiter,
Mühlethalstr. 39a
CH-4800 Zofingen

Kontoverbindung:
IBAN: CH76 0900 0000 8004 1959 5
PC-Konto: 80-41959-5
Vermerk: Netzwerk «Psychologie und
Glaube»

