



Hannes Fernow, Director GIM Foresight



Lebenslust in einer unsicheren Welt

Freitag, 12. Juni 2020

An Studien zu den Auswirkungen der Corona-Krise mangelt es nicht, auch nicht an solchen, die sich mit den Konsequenzen für Markenführung und Marketingsteuerung beschäftigen. Die These von Hannes Fernow, Director von GIM Foresight: Den Menschen fehlt am meisten der reale Austausch mit anderen Menschen. Trotz der Rezession werden wir einen Anstieg von Genuss, Freiheitsliebe und "Draußensein" sehen, glaubt der Forscher. Mehr noch: Er erwartet einen neuen Hedonismus, der an die Lebenslust der "goldenen Zwanziger" erinnern wird.

Den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen? Kommt vor; erst recht, wenn der Wald so dicht ist wie der Blätterwald zu Post-Corona-Spekulationen. Danach gefragt, was kommt, wenn Corona geht, hat zur Zeit jeder eine passende Antwort parat. Die Ergebnisse wirken wie gewürfelt. Das Megaphon befindet sich zurzeit vor allem in den Händen der Kultur- und Modernekritiker, die zur Buße und Umkehr aufrufen. Denn die Globalisierung und das Höher, Schneller, Weiter des Fortschritts- und Wachstums-Paradigmas sei vor allem eins: umwelt- und seelenzerstörerisch. Lesen Sie dazu einfach mal in die erfolgreichen Publikationen beispielsweise von Maja Göpel und Kollegen rein. Der Schlachtruf lautet: Alles auf Anfang zurück auf Los. Unterstützt von einer

Jetzt die aktuelle HORIZONT Ausgabe als E-Pa

Es überrascht mich nicht, dass in einer Krise die Party vorbei ist; das gemeinsame Feiern ist beim Gebot der "sozialen Distanzierung", die ja eigentlich die physische meint, auch nicht ganz einfach. Doch die angeblich neue Ernsthaftigkeit und große Transformation unseres Wertgefüges wird aktuell überschätzt, weil Gegenwart und Zukunft, weil Ist und Sollen, Wunsch und Wahrscheinlichkeit verwechselt oder vermischt werden. Selbstverständlich ist das Alltagsleben während einer Krise ein anderes. Oftmals ist danach dann aber doch wieder vieles so, wie es einmal war. Die Strukturmerkmale einer Gesellschaft ändern sich nicht so schnell, weil soziale Routinen stabil habitualisiert sind – die Corona-Krise ist längst noch keine kollektive Trauma-Erfahrung wie ein Weltkrieg es ein kann –, und weil die Gehirne der Menschen in der Regel dann doch immer nur das Gelernte anwenden – die Krise ist schließlich keine Kollektiv-Therapie.

„Die starken Einschränkungen während der Krise nähren die Hoffnung auf Gemeinschaft und Zusammensein, Genuss und Freiheit“

— Hannes Fernow

Was die repräsentative GIM Foresight Studie "Der schwarze Schwan Covid 19" aber zu Tage befördert: Das gegenwärtige Fahren mit angezogener Handbremse hat einen starken Einfluss auf das, was wir uns nach der Krise wünschen, was unsere vorauseilende Sehnsucht nach dem Lockdown lockt. Denn in der Krise merken wir, was uns am Meisten fehlt: der reale Austausch mit Menschen. Die Ergebnisse der Studie sagen, dass die starken Einschränkungen während der Krise die Hoffnung auf Gemeinschaft und Zusammensein, Genuss und Freiheit nähren. Trotz, oder gerade wegen der Rezession, die durch die Corona-Krise ausgelöst wurde, werden wir einen Anstieg von Genuss, Freiheitsliebe und Draußensein sehen. Dieser Hedonismus wird an die Lebenslust der "goldenen Zwanziger" erinnern.

Doch die Vorzeichen sind andere, der Hedonismus wird minimalistischer, der Konsum entschleunigter. Das heißt, die Schwerpunkte bei Luxus und Genuss haben sich verschoben: Weniger Ich-bezogen, mehr geteilt. Weniger materialistisch, eher erlebnishungriger. Weniger verschwenderisch, dafür verantwortungsvoller und vorsorgeorientierter. Denn, so lernen wir aus der Studie, die Sehnsucht nach gesamtgesellschaftlichem, verantwortungsvollem Handeln ist weiterhin groß. Fürsorge und Vorsorge werden wichtiger. Das Prinzip Vorsorge kann in Zukunft aber nicht mehr vollumfänglich jedem Einzelnen überlassen werden. Die Hoffnung liegt hier vor allem auf individueller Entlastung durch kreative Kooperation und innovative Zusammenarbeit. In Deutschland herrscht schließlich große Skepsis, dass jeder Einzelne von alleine auch mitzieht. Wenn Organisationen, Marken und Kampagnen nicht sichtbar machen, dass

verantwortungsvolles, nachhaltiges Handeln funktionieren kann, wenn alle einen Beitrag leisten und wenn am Ende des Tages für alle auch mehr Lebensfreude herauspringt, wird es die ökologische Wende schwer haben. Denn Verzicht ist für eine Gesellschaft, die sich endlich mal wieder des Lebens erfreuen will, keine zukunftsfähige Kategorie.

„Worauf es in Zukunft ankommt, ist, die Chance zur fantasievollen Gestaltung dieses alten und zugleich neuen Normals zu nutzen“

— Hannes Fernow

Zukunftsentscheidend ist: Diese Krise vollzieht sich in einer Zeit, in der Individuen, Organisationen und Marken vor der Sinn- und Identitätsfrage stehen: Worin besteht das gute Leben? Wie passe ich in diese Welt, ohne dass diese Welt dabei einen Schaden nimmt? Warum bin ich überhaupt da und wozu gut? Das ist eine Chance. Oft schält sich dabei heraus, was im Leben relevant und was bei Lichte betrachtet weniger wichtig ist. Bei dieser Re-Fokussierung auf das Wesentliche sagen immer mehr Menschen: es ist das Lokale; es sind Beziehungen; es ist ein Leben, das auch noch für diejenigen was übriglässt, die uns nachfolgen. Wir haben diese Entwicklungstendenzen in dem Megatrend Re-Lokalisierung zusammengefasst. So besteht beispielsweise der Wunsch, dass Luxus viel mehr an den schönen Erfahrungen vor Ort und weniger an physischen Besitztümern gemessen wird. Das "Re-" davor meint indes kein Zurück zu einer Welt, die es nicht mehr gibt. Es geht darum, das Lokale im Globalen, die Gemeinschaft im Ego, das Gemeinwohl im Gewinn, die Resilienz in der Effizienz wieder stärker zu verankern. Das ist eine Frage der Haltung; noch viel mehr aber eine der gelebten Praxis.

Statt zurück zum Weiter so, gilt es nun nach vorne zu schauen. Die Corona-Krise irritiert die Wissensgesellschaft so sehr, weil ihre Ideale Berechenbarkeit und Kontrolle sind. Corona handelt aber von Unsicherheit und Nicht-Wissen. Das ist in komplexen Systemen normal. Worauf es in Zukunft also ankommt, ist die Chance zur fantasievollen Gestaltung dieses alten und zugleich neuen Normals zu nutzen. Die Auswirkungen der Corona-Krise sind nicht in Gänze absehbar. Eines ist jedoch klar: Wir brauchen einen Kompass in der Krisenzeit und darüber hinaus.

Kommentare

Ihre E-Mail-Adresse wird weder veröffentlicht noch weitergegeben. Notwendige Felder haben einen *

Ihr Kommentar *



Spielregeln (/service/spielregeln/)

KOMMENTAR ABSENDEN

Themen

HANNES FERNOW (/SUCHE/THEMA/HANNES+FERNOW)

REZESSION (/SUCHE/THEMA/REZESSION)

HEDONISMUS (/SUCHE/THEMA/HEDONISMUS)

MARKETINGSTEUERUNG (/SUCHE/THEMA/MARKETINGSTEUERUNG)