

# Wertewandel und Konsumverhalten

Impulsreferat des Trend- und Zukunftsforschers Klaus Kofler in der Kirchheimer Stadthalle

Ein „echter“ Österreicher geht gerne und oft in die Berge. Je höher man steigt, desto weiter wird der Blick und desto besser kann man sich einen Überblick verschaffen. Dass das auch für die Innovations- und Zukunftsforschung gilt, konnte Klaus Kofler beredt weitergeben.

WOLF-DIETER TRUPPAT

**Kirchheim.** In der gut besuchten Kirchheimer Stadthalle lud er zu einer Art „Gipfelwanderung“ ein, um auf mögliche Chancen, aber auch Gefahren hinzuweisen. Ziel der hochkarätig besetzten Vortragsreihe „Zukunftsdialog 2013“ ist schließlich, mit Gemeinderat und Stadtverwaltung in Zusammenarbeit mit City Ring, dem Bund der Selbstständigen und dem Verein „Frauenunternehmen“ mit der Bürgerschaft ins Gespräch zu kommen, um für die Fragen der Zukunft gerüstet zu sein.

Dass Klaus Kofler mit seinem Impulsreferat gleich auch konkrete städtebauliche Anregungen gibt, war nicht zu erwarten. Ein gewisser Lösungsansatz schon, aber auch da warnte er vor zu hohen Erwartungen. Einen immer und überall funktionierenden „Masterplan“ könne es gar nicht geben, da stets individuelle Lösungen gesucht und gemeinsam und dynamisch angepackt werden müssten. „Wir brauchen ein neues Denken in neuen Strukturen“, lautete die abschließende Erkenntnis der von Klaus Kofler angebotenen Gipfelwanderung, die zahlreiche Impulse gab, um eigene Ideen entwickeln zu können.

Dass die sechs größten Discounter in knapp 16 000 Filialen 98 Prozent der Deutschen als regelmäßige Kunden haben und in den letzten Jahren immer noch leicht zulegen konnten, überrascht nicht. Dass der Einzelhandel fast ausschließlich durch das positive Konsumklima gestützt wird, auch nicht. Klaus Kofler ist aber überzeugt davon, dass Werbebotschaften in Zukunft weit wichtiger sein werden als Werbebotschaften und davon, dass immaterielle Werte deutlich an Bedeutung zulegen werden.

Es gelte daher, „den Konsum verstärkt mit Lebenslust zu inszenieren, denn Menschen wollen Erlebtes auch spüren“. Genau deshalb ist sich der Referent sicher, dass Online-Shopping auch künftig Einkaufszentren und funktionierende Innenstädte nicht ersetzen könne. Da Genusskonsum immer klar an einen festen Erlebnisort gebunden ist, werde sich vielmehr eine ganz neue Form einer



Klaus Kofler gewährte interessante Einblicke in eine Zeit, in der eine vorherrschende Konsumkultur gerade beginnt, erfolgreich zu versagen. Foto: Jörg Bächle

„Konsum-Ethik“ herausbilden.

Klaus Kofler ist überzeugt, dass das Einkaufen immer stärker kombiniert wird mit „sich treffen und sich austauschen“. Ein mit klar verbesserter Lebensqualität einhergehender „Lifestyle“ sei ein wichtiger Faktor für diese neue Konsumform, bei der Cafés, Kneipen und Restaurants eine genauso wichtige Rolle spielen wie die Produkte und Angebote oder auch die optimale Erreichbarkeit der Innenstädte. Konsum werde zwar schnelllebiger und hektischer, im Bereich des Erlebniskonsums aber eindeutig auch entschleunigter, individueller und entspannter.

Die gängige These, dass der immerwährende „Drang nach mehr“ auch immerwährendes Wachstum nach sich ziehe, klinge zwar plausibel, passe aber nicht zu den Fakten. Eine gesellschaftliche Umgestaltung sei unausweichlich, weil es auf Dauer gar nicht leistbar sein wird, sich fortwährend genau den zusätzlichen Besitz anzueignen, der nötig wäre, um die Wachstumsrate oben zu halten.

Insgesamt vier Ursachen listete der Trendforscher als Ursachen dieser Umgestaltung auf. Dass die Dynamik zwischen Arbeitsproduktivität, Arbeitszeit und Wirtschaftswachstum in allen drei Feldern sinkt, beeinflusse nicht nur die Zukunftsängste einer Gesellschaft, sondern auch die Kaufkraft.

Da die Menschen nicht nur älter, sondern weniger werden, seien auch Konsumbedürfnisse einem starken Wandel unterworfen. Obwohl es der Wirtschaft in den letzten Jahren immer besser gegangen sei, hätten sich in der Gesellschaft zudem immer größere Ängste vor einem drohenden Wohlstandsverlust entwickelt.

Ganz wichtig sei nicht zuletzt der Bedeutungsverlust materieller Werte. Umfragen hätten gezeigt, dass beim materiellen Fortschritt deutliche Sättigungsgrenzen erkennbar sind, und mehr Konsum nicht zugleich auch mehr Lebensglück bedeute – was nicht zuletzt auch die Zunahme psychischer Probleme bestätige.

„Wir stehen vor einer Entwicklung, die die Bindung zwischen ma-

terielltem Besitz als Teil eines „höheren Seins“ umzukehren beginnt“, lautet Klaus Koflers Überzeugung und das sagt ihm, „dass die vorherrschende Konsumkultur gerade beginnt, erfolgreich zu versagen.“ Kaufentscheidungen würden weniger über den Preis und ein Gefühl des „Habenwollens“, sondern zunehmend über Werte und Haltungen getroffen.

In den 70er-Jahren wurde noch versucht, durch Konsumverzicht die Welt zu retten, da das Wertekorsett der Menschen durch Themen wie Ölpreisschock, Waldsterben und saurer Regen bestimmt wurden. In den 80er-Jahren begannen die Menschen, sich über ihren Lifestyle-Kult neu zu definieren und sich zum Spaß am Konsum zu bekennen, der sich in den 90er-Jahre zum Tanz um das Goldene Kalb verstärkte und zur Erkenntnis führte „Ich kaufe – also bin ich.“

In Zukunft könnte diese Formel sich wandeln in ein selbstbewusstes „Ich kaufe – also bestimme ich mit.“ Nicht eine verblässende Geiz-ist-geil-Mentalität oder Geld, sondern „Geist“

wird unsere Konsumlandschaft prägen. Der Trend geht eindeutig von materiellen zu immateriellen Werten und damit von Quantität zu Qualität“. Es findet also ein Wertewandel statt, der aufgrund der sich verändernden Haltungen in der Gesellschaft hervorgerufen wird.

Sehr erfreut zeigte sich Oberbürgermeisterin Matt-Heidecker am Ende darüber, dass Kirchheim bei vielen der angesprochenen Themen schon sehr weit sei. Ein wichtiges Ziel des „Zukunftsdialog 2013“ ist ja auch eine umfassende Standortbestimmung. Zukunftsexperte Lars Thomson und der Innovations- und Zukunftsforscher Klaus Kofler haben wichtige Impulse gegeben, wohin die Reise gehen könnte. Am 5. Juni wird Professor Dr.-Ing. Udo J. Becker, Inhaber des Lehrstuhls für Verkehrsökologie an der Technischen Universität Dresden, die dramatischen Veränderung der Mobilität beleuchten und damit die Reihe orientierender Impulsreferate abrunden. Damit kann die Diskussion über die Zukunft Kirchheims dann richtig losgehen.