



03
04
24

swissfuture
Magazin für Zukünfte

Positive Zukunftsbilder

swissfuture Nr. 03–04/24
Offizielles Organ der swissfuture
Schweizerische Vereinigung für
Zukunftsforschung
Organe officiel de la Société suisse
pour la recherche prospective

51. Jahrgang

Herausgeber
swissfuture
Schweizerische Vereinigung
für Zukunftsforschung

Geschäftsstelle swissfuture
Brigit Fischer
Spinnereistrasse 5
6020 Emmenbrücke
T: +41(0)41 440 88 88
info@swissfuture.ch
swissfuture.ch

Co-Präsidium
Andreas Krafft, Georges T. Roos

Magazin

Chefredaktion: Larissa Holaschke
Autor:innen: Stefan Baumann, Europa Bendig,
Moritz Jäger, Severin Marty, Stella Schaller,
Christoph Wey

Lektorat und Korrektorat: Jens Ossadnik
Englische Abstracts: DeepL Pro
Konzept, Gestaltung: Barbieri Bucher, Zürich
Druck: Engelberger Druck AG, Stans

Papier: Nautilus Classic FSC® Recycled 100%
Cradle to Cradle zertifiziert

Erscheinungsweise: 4 x jährlich
Einzelexemplar: CHF 30.–

Mitgliedschaft swissfuture
(inkl. Abonnement Magazin)
Einzelpersonen CHF 100.–
Studierende CHF 30.–
Firmen CHF 280.–

Anregungen und Kritik
larissa.holaschke@swissfuture.ch

ISSN 1661-308
DOI: 10.5281/zenodo.14142130

SAGW

Unterstützt durch die Schweizerische
Akademie der Geistes- und Sozialwissen-
schaften (SAGW), Bern
sagw.ch

Zielsetzung der Zeitschrift

Das Magazin behandelt die transdisziplinäre
Zukunftsforschung, die Früherkennung
und die prospektiven Sozialwissenschaften.
Es macht deren neuen Erkenntnisse der
Fachwelt, Entscheidungsträgern aus Politik,
Verwaltung und Wirtschaft sowie einer
interessierten Öffentlichkeit zugänglich.

Themensetzungen

Der Vorstand definiert die thematischen
Schwerpunkte der vier jährlichen Ausgaben
und ihm obliegt die inhaltliche und redak-
tionelle Qualität der Magazine. Die Themen-
schwerpunkte behandeln jeweils ein be-
stimmtes zukunftsrelevantes Thema, das aus
interdisziplinären – also kultur- und sozialwis-
senschaftlichen, aber auch aus ökonomischen,
politologischen, philosophischen, mitunter
auch naturwissenschaftlichen und künstlerischen –
Perspektiven behandelt wird.

Auswahlverfahren der Artikel

Die Redaktion ist verantwortlich für die redak-
tionelle Umsetzung der gesetzten Themen und
für die inhaltliche Qualität der Artikel, die in
Deutsch, Englisch oder Französisch verfasst
sein dürfen und auch in der jeweiligen Sprache
publiziert werden. Sie sucht Autor:innen mit
der entsprechenden Expertise und beurteilt,
ob die eingereichten Artikel die erwünschten
inhaltlichen Qualitätsstandards erfüllen. Da-
bei ist es wichtig, dass eine prospektive Sicht-
weise eingenommen wird, was szenarisch
oder auch spekulativ erfolgen kann. Beiträge,
die diesen Anforderungen nicht genügen,
werden zurückgewiesen. Abgelehnt werden
auch Artikel, die kultur- und sozialwissen-
schaftliche Standards nicht berücksichtigen,
die thematisch nicht zur Ausrichtung des
Magazins passen, die eine kommerzielle Ab-
sicht verfolgen oder die in irgendeiner Weise
diskriminierend sind. Alle Beiträge werden
sorgfältig redigiert.

Editorial — 3

Positive Zukunftsbilder — 5

Christoph Wey

Positive Narrative für ein nachhaltiges Leben

Ein Experiment von swissfuture — 7

Europa Bendig und Stefan Baumann

Für eine «warme» Verhaltenstransformation

Innovation der positiven Narrative und Zukunftsbilder — 15

Severin Marty

**Kommunikation aus der Klimakrise – schaffen wir
positive Zukunftsbilder! — 25**

Moritz Jäger

**Stories for Future: Auf der Suche nach der
guten Geschichte — 37**

Stella Schaller

Realutopien: Pfade in eine regenerative Gesellschaft — 51

Das Zukunftsinterview mit Ramona Sprenger — 61

Studien zur Zukunft der Schweiz — 67

Der besondere Tipp — 72

Wie können wir heute die Geschichten erzählen, die morgen unsere Welt verändern?

Liebe Leser:innen

In einer Zeit globaler Herausforderungen und Krisen sind es oft düstere Szenarien, die unseren Blick auf die Zukunft prägen. Doch gerade jetzt braucht es mehr als Warnungen – es braucht optimistische und ermutigende Visionen. Positive Narrative und inspirierende Zukunftsbilder eröffnen nicht nur neue Möglichkeiten, sondern geben Orientierung, schaffen emotionalen Halt und wecken die Bereitschaft, aktiv Veränderung mitzugestalten. Sie können zeigen, dass ein gutes Leben für alle erreichbar ist, ohne dass dies mit Verzicht oder Verlust einhergehen muss.

In dieser Ausgabe widmen wir uns Ideen und Ansätzen, wie solche zukunftsweisenden Geschichten entstehen und welchen Beitrag sie zu einer nachhaltigen Transformation unserer Gesellschaft leisten können. Von kreativen «Hacks», um Verhaltensmuster zu durchbrechen, bis hin zu realitätsnahen Visualisierungen einer regenerativen Zukunft zeigen die folgenden Beiträge, wie unsere Zukunft greifbar und erstrebenswert wird.

Der Zukunftsforscher Christoph Wey beschreibt das *swissfuture*-Experiment eines Impact-Nachmittags, bei dem gemeinsam mit 35 Teilnehmenden aus unterschiedlichen Disziplinen Zukunftsideen und -bilder als Bestandteile eines positiven Narrativs beschrieben werden sollten. Ziel war es, die Vorteile eines nachhaltigen Lebensstils zu betonen, nicht als Verzicht oder Einschränkung, sondern als Gewinn für Einzelne und die Gemeinschaft. Gleichzeitig markierte der Impact-Nachmittag den Auftakt zur vertieften Auseinandersetzung von *swissfuture* mit dem Thema neuer Narrative, das nun weitergeführt wird.

Wie gesellschaftlicher Wandel ohne Zwang, Strafen oder Regeln möglich ist und durch starke, positive Narrative und Ästhetiken inspiriert werden kann, haben Stefan Baumann und Europa Bendig von der Innovationsagentur STURMundDRANG untersucht. Sie haben Möglichkeiten und Narrative einer «warmen» Transformation erforscht und teilen mit uns kreative «Hacks» und Denkanstösse, um

eingefahrene Verhaltensmuster zu durchbrechen und neue Wege des Denkens und Handelns anzustossen.

Severin Marty von ProClim, dem Forum für Klima und globalen Wandel der Akademien der Naturwissenschaften Schweiz (SCAT), zeigt in seinem Beitrag, wie lösungsorientierte Kommunikation den Klimawandel nicht als lähmendes Schreckensszenario darstellt, sondern durch handlungsorientierte Zukunftsbilder Perspektiven eröffnet. In Zusammenarbeit mit der Fachrichtung Knowledge Visualization der Zürcher Hochschule der Künste und der Gemeinde Burgdorf haben Studierende mit wissenschaftlich fundierten Illustrationen neue Ansätze in der Klimakommunikation erprobt.

Der Wirtschaftspsychologe und Verhaltensökonom Moritz Jäger berichtet, wie er Menschen dazu bringt, ihre persönlichen Geschichten über ein nachhaltiges Leben zu erzählen – ohne dabei direkt über Nachhaltigkeit zu sprechen. Begleitet wird sein Beitrag von «Stories for Future»: authentische Geschichten, in denen Menschen erzählen, wie erfüllend ein gutes Leben sein kann und wie wenig es mit Verzicht zu tun hat.

Die systemische Transformationsbegleiterin Stella Schaller beschreibt in ihrem Artikel, wie Realutopien Wandel greifbar machen und warum Regeneration der Schlüssel zu einer lebenswerteren Zukunft ist. Fotorealistic Visualisierungen zeigen den Zürcher Paradeplatz und den St. Galler Bahnhofplatz im Jahr 2045. Sie vermitteln, wie sich der Alltag in einer nachhaltigen Welt anfühlen könnte – und wecken Begeisterung für Wandel.

Im Zukunftsinterview sprechen wir mit Ramona Sprenger, Vorstandsmitglied von swissfuture und Expertin für Digitalisierung und Gesellschaft. In der aktuellen Studie zur Zukunft der Schweiz erfahren Sie, warum die Schweiz zu den Ländern mit dem weltweit grössten Wachstumspotenzial durch generative KI zählt.

Der bevorstehende Jahreswechsel lädt uns dazu ein, innezuhalten und die eigenen Narrative zu reflektieren. Eine inspirierende Zeit und viel Raum für positive Zukunftsbilder wünscht

Larissa Holaschke

Positive Zukunftsbilder



Christoph Wey ist Kommunikationsspezialist mit MAS in Angewandter Ethik. Sein Unternehmen UTOPIA DESIGNER verbindet das Wünschenswerte mit aktiver Zukunftsgestaltung. Nach einer Laufbahn in einer Kommunikationsagentur war er in den letzten 13 Jahren als Leiter Kommunikation und Opinion Leader Innovation in einem Gebäudetechnik-Unternehmen engagiert. Heute setzt er mit seinem eigenen Unternehmen konsequent auf neue Wege, um Menschen zu bewegen.

go4@utopia-designer.ch

Der Impact-Nachmittag fand am 4. Juli 2024 im «Zurich Knowledge Center for Sustainable Development» (ZKSD) der UZH, ZHAW, PHZH und ZHdK statt. Die Einladung ging an Forschende, Transformations-Spezialist:innen, Künstler:innen oder Zukunftgestalter:innen sowie wichtige Impulsgeber:innen, die Partner:innen im Nachhaltigkeitsengagement sind. Begrüsst wurden schliesslich rund 35 Teilnehmende aus unterschiedlichen Institutionen, sodass der Rahmen für einen vielfältigen und hochstehenden Austausch gegeben war. Der Anlass wurde unterstützt durch die SAGW, scnat, ZKSD und Right Livelihood.

Keywords: narratives, shaping the future, sustainability, backcasting, visioning, foresight

**Positive narratives for a sustainable life
An experiment by swissfuture**

A social collective creates its own future based on its ideas. These ideas and future goals are embedded in narratives that interpret how a situation has arisen, but above all how it can be shaped differently. If there is a lack of positive stories, it will be difficult to generate a momentum for change. This is the case with climate goals: although a majority supports comprehensive climate protection, this is hardly reflected in individual behaviour.

Positive Narrative für ein nachhaltiges Leben

Ein Experiment von swissfuture

Christoph Wey

Ein gesellschaftliches Kollektiv gestaltet die eigene Zukunft aufgrund seiner Vorstellungen. Diese Vorstellungen und Zukunftsziele sind eingebettet in Erzählungen bzw. Narrative, die deuten, wie eine Situation entstanden ist, vor allem aber, wie sie anders gestaltet werden kann. Fehlen positive Narrative, ist es schwierig, Schwung in einen Veränderungs- und Gestaltungsprozess zu bringen. Dies ist der Fall bei den Klimazielen: Zwar steht eine Mehrheit hinter einem umfassenden Klimaschutz, sie verhält sich aber kaum danach.

Beim Impact-Nachmittag von swissfuture am 4. Juli 2024 in Zürich lautete unsere Ausgangshypothese, dass dieser Widerspruch in fehlenden positiven Narrativen eines nachhaltigen Lebensstils wurzelt. Mit 35 Teilnehmenden haben wir daher den Versuch unternommen, Zukunftsideen und Bilder als Bestandteile eines positiven Narrativs zu beschreiben, die aufzeigen sollen, welche Vorteile ein nachhaltiger Lebensstil persönlich und gesellschaftlich bringen kann. Statt Verzicht und Einschränkungen sollten individuelle Gewinne und gemeinschaftlicher Wohlstand im Mittelpunkt stehen.

«Positive Narrative eines nachhaltigen Lebens»: Am Impact-Nachmittag von swissfuture sollten neue, positive Zielbilder erarbeitet werden. Unterstützt wurde das Projekt von der SAGW, die sich in einem Schwerpunktprogramm mit nachhaltigem Konsum beschäftigt, von ProClim – einer Initiative der scnat, die ihrerseits an positiven Narrativen für die Nachhaltigkeit arbeitet, vom Zurich Knowledge Center for Sustainable Development (ZKSD) sowie vom Right Livelihood Zentrum in Zürich, dessen Trägerin besser als Verleiherin des Alternativen Nobelpreises bekannt ist.

Ausgangs- und Problemlage waren unbestritten. Die Klimakommunikation der vergangenen Jahre und ihre Ergebnisse haben deutlich gemacht, dass Appelle mit Verzichtsaufrufen, Verbotsankündigungen oder kaum abschätzbare Kostenfolgen das erhoffte Handeln nicht einläuten.

Die Art und Weise der Erzählung der Zukunft ist dabei mindestens so wichtig wie ihr Inhalt, in unserer Fragestellung also das wissenschaftlich und auch ethisch Gebotene.

Eine kürzlich durchgeführte Umfrage hat die widersprüchliche Situation bestätigt: «71 Prozent Schweizer:innen finden demnach, dass sie selbst einen Beitrag dazu leisten müssen, den Klimawandel zu bekämpfen. Zugleich geben 59 Prozent der Befragten an, dass sie das Thema Klimawandel mittlerweile eher nervt.» Der Wissenschaftsjournalist Christoph Schrader beginnt sein Buch «Über Klima sprechen» denn auch mit «Mach Dir klar, was bisher schiefgelaufen ist». Ein erster Schritt sei, dass wir die grundsätzlichen Probleme der Kommunikation verstehen und neue Wege suchen und Methoden einüben, «mit denen wir die Menschen besser erreichen».

Die Politikwissenschaftlerin und Zukunftsforscherin Florence Gaub weist darauf hin, dass Zukunft per Definition immer anders sein muss als die Gegenwart, damit sie begeistert. Die Art und Weise der Erzählung der Zukunft ist dabei mindestens so wichtig wie ihr Inhalt, in unserer Fragestellung also das wissenschaftlich und auch ethisch Gebotene. Gefragt sind Geschichten der Innovation, der Möglichkeiten und des Neuen – Erzählungen oder Narrative, die sozial breit wirksam werden können. Samira El Ouassil und Friedemann Karig rollen im Buch «Erzählende Affen» die Macht dieser Narrative auf, die unterschwellige Botschaften durch die Welt tragen. Ob es Narrative wie «Jeder ist seines Glückes Schmied» sind oder ein anderes, wir alle sind geprägt von Erzählungen. Um eine klimagerechtere Gesellschaft zu schaffen, braucht es entsprechende kraftvolle und positive Narrative, die wieder erzählt und nacherzählt werden. Konkrete Ansätze dafür sollten am Impact-Nachmittag gefunden und beschrieben werden.

Die Zielsetzung: Ein Argumentarium für persönlichen Gewinn

Gesucht wurden also Botschaften, die glaubwürdig vermitteln können, was jede und jeder Einzelne gewinnen kann, wenn er seinen und sie ihren Lebensstil nachhaltiger gestaltet. Es sollte eine Lücke oder besser eine Leere mit positiven Zukunftsbildern bzw. positiven Narrativen gefüllt werden: Erzählungen, die für die generelle Orientierung auf gesellschaftlicher, aber auch auf individueller Ebene bedeutungsvoll werden können. Es ging explizit nicht darum, zu fragen, was dringend getan oder worauf verzichtet werden muss, sondern darum herauszufinden, was wir als Einzelne gewinnen können.

Der Prozess: Teile zu einem Ganzen fügen

Teilgenommen haben Personen aus Hochschulinstitutionen, der Zukunftsforschung, aus zivilgesellschaftlichen Organisationen, Umweltorganisationen sowie Change Agents und Kulturschaffende. Die Diskussionen waren moderiert und in vier Runden strukturiert.

In der ersten Runde, «Zukunftsbits», aktivierten die Teilnehmenden ihren Möglichkeitssinn: (Noch nicht zwingend kongruente) Signale und Ideen, die später als Ansatzpunkte für die Entwicklung von Zukunftsbildern dienten. Diese kleinen Stücke (Bits) wurden im Anschluss zu greifbaren Szenarien verdichtet, die das Potenzial für eine nachhaltige und sozial gerechte Zukunft verdeutlichen. In einem weiteren Schritt, dem so genannten «Pressure Testing», wurden die entworfenen Szenarien schliesslich anhand unterschiedlicher Personas (z. B. urbane Studentin, Rentner, Biobäuerin) überprüft und auf ihre Praktikabilität sowie ihre soziale und ökologische Relevanz hin diskutiert.

Vorgesehen war, das Pressure Testing um eine Backcasting-Phase zu erweitern. Backcasting ist eine strategische Planungsmethode, bei der von der gewünschten Zukunft aus rückwärts zur Gegenwart gearbeitet wird, um die notwendigen Schritte zur Erreichung dieses Zukunftsziels zu identifizieren. Mit diesem Ansatz liesse sich klar abbilden, wie die gewünschten Zukunftsbilder schrittweise umgesetzt werden könnten. Aufgrund der intensiven Diskussionen und der begrenzten Zeit konnte dieser Schritt im Workshop jedoch nicht durchgeführt werden. Das Backcasting bleibt dennoch eine wertvolle Methode, die in zukünftigen Workshops und Entwicklungsphasen Anwendung finden kann, um den Übergang von Vision zu Handlung zu unterstützen und die Umsetzbarkeit des Narrativs zu gewährleisten.

Erkenntnisse: Ideen und Ansätze als Einladung zum Weiterdenken

Das Setup war ein Experiment: Es gelang, dass weder Verzichts- und Einschränkungsperspektiven noch technische Fortschritts-Diskussionen und Katastrophenszenarien die Diskussion belasteten. Doch die Resultate blieben in vielen Aspekten vage, was angesichts der kurzen Zeit nachvollziehbar ist. In einer groben

Zusammenfassung auf einer Metaebene ergaben sich dennoch Elemente positiver Narrative, die mit folgenden Begriffen umschrieben werden können: Zeitwohlstand und Entschleunigung als potenzielle Gewinne einer nachhaltigen Lebensführung; des Weiteren die Stärkung von Gemeinschaft, von Vielfalt, von Zusammenarbeit und öffentlichem Luxus. Auch die Rückbesinnung auf Wesentliches als Orientierungspunkt bis hin zur Komplexitätsreduktion gehören dazu. Flexibilität und kreative Lebensräume als Wachstums-Orte beschreiben weitere Fragmente des Narrativs.

Dieses neue Leben findet in einer «regenerativen Zukunft» statt, einer «Action Goals»-Welt mit einer Gleichzeitigkeit von Erholung und Aktivität, in der gezielte «Pausen» dazu genutzt werden, grosse Würfe zu realisieren. Das erfüllte Leben findet im 10-km-Radius statt, wo die lokale Organisation Komplexität bewältigt und Verantwortung teilt. Orte werden als fluide und flexible soziale Räume gedacht. Zudem spielt die Leichtigkeit in der Arbeit immer wieder eine Rolle, mehr Musse und Sinnerfahrung und weniger Stress. Es zeigten sich also durchaus Ideen und Ansätze, die zum Weiterdenken einladen, jedoch noch kaum feste, einfach vermittelbare Zukunftsbilder.

Ohne positive Narrative eines nachhaltigen Lebens, das neue Qualitäten bereithält, wird es schwierig, das für den Klimaschutz Gebotene mit Zustimmung der Betroffenen umzusetzen.

Reflexion: Das Offene als Herausforderung

Noch am Nachmittag wurden das Setting und erste Erkenntnisse mit den Teilnehmenden diskutiert. Aus methodischer Sicht gelang es, Verzichtsszenarien loszulassen und die Gruppen für die positive «Reise» zu aktivieren. Gleichzeitig war es herausfordernd, aufgrund von Zukunftsbits und der Offenheit des Rahmens zügig auf so etwas wie eine Leitgeschichte zu kommen. Fragen zur Prozesssicherheit und -orientierung werden aufgeworfen: Haben wir konkrete Umsetzungsziele, wie wir starke und motivierende Zielbilder schaffen, die Menschen tatsächlich bewegen können?

Visionen sind oftmals verklärende Retrospektiven. Bezeichnenderweise erinnerten denn auch einige der entwickelten Visionen an romantische Vorstellungen aus vergangener Zeit, statt dass neue, überraschende und breit akzeptierte Ansätze skizziert wurden. Es tauchten alternative Visionen der Hippies auf, verbunden mit einer Kritik an der Ökonomisierung und des Kapitalismus, die aus sich heraus nicht die Kraft hätten, eine überzeugende Alternativgeschichte anzustossen. Der nieder-

ländische Journalist und Aktivist Rutger Bregman hat es einmal wie folgt formuliert: «Die verbreitete Nostalgie, die Sehnsucht nach einer Vergangenheit, die es in Wahrheit nie gab, ist ein Hinweis darauf, dass wir immer noch Ideale haben – auch wenn wir sie lebendig begraben haben.»

Die Teilnehmenden waren sich dessen in der Reflexion zum Schluss des Nachmittages bewusst. «Wir sind nicht die Auserwählten, die es besser wissen», stellte jemand fest. Vielmehr gelte es mit der Gesellschaft zu leben, ohne Vorurteile; gleichzeitig brauche es ein Verständnis für das Mehrheitsfähige, wenn sich Veränderungen einstellen sollen. Ohne positive Narrative eines nachhaltigen Lebens, das neue Qualitäten bereithält, wird es schwierig, das für den Klimaschutz Gebotene mit Zustimmung der Betroffenen umzusetzen.

Abschliessend noch eine überraschende Feststellung: Technik als Fortschrittsdimension hatte an diesem Nachmittag kaum eine Rolle gespielt. Das könnte bei gleichen Voraussetzungen und einem anderen Teilnehmendenkreis vermutlich aber anders aussehen.

Wie weiter: swissfuture und die Narrative

Der Nachmittag war ein wertvolles Experiment für alle Beteiligten, das haben die positiven Reaktionen gezeigt. Swissfuture ist jedoch nicht in der Position, ein weiterer Akteur in der Nachhaltigkeitsdebatte zu werden. Swissfuture wird sich aber in der Frage engagieren, wie positive Narrative als Instrument der Zukunftsgestaltung genutzt werden können, damit (notwendige) Entwicklung möglich wird. Das tun wir bereits: Zu erwähnen sei etwa das Hoffungsbarometer oder die sogenannten Future-Literacy-Aktivitäten. Gross und Mandir fassen die zentrale Aufgabe in «Zukünfte gestalten» so zusammen: Bei der Zukunftsarbeit gehe es darum, komplexe und oftmals schwer vorstellbare Zukünfte «unmittelbar und emotional erfahrbar zu machen». Erst damit können die Akteure eine Diskussion auf Augenhöhe führen. Wir wollen in der Herausforderung um den «Say-do Gap» als Geburtshelfer für zukunftsfähige Narrative unsere Zukunfts-Kompetenz einbringen.

Referenzen

- Bregman, Rutger (2019): *Utopien für Realisten*. Rowohlt.
- El Ouassil, Samira und Friedemann Karig (2022): *Erzählende Affen. Mythen, Lügen, Utopien – wie Geschichten unser Leben bestimmen*. Ullstein.
- Gaub, Florence (2023): *Zukunft. Eine Bedienungsanleitung*. dtv.
- Gross, Benedikt und Eileen Mandir (2022): *Zukünfte gestalten. Spekulation – Kritik – Innovation*. Verlag Hermann Schmidt.

swissfuture bleibt am Ball: Wir lancieren eine Fachgruppe «Neue Narrative»

Narrative haben die Kraft, Denk- und Verhaltensweisen zu verändern. Die Fachgruppe «Neue Narrative» entwickelt und erprobt methodische Ansätze, um anschlussfähige Alternativen zu dominierenden Leitnarrativen wie «Fortschritt» oder «Wohlstand» zu schaffen. Ziel ist es, inspirierende Erzählungen zu formulieren, die emotionale Anziehungskraft erzeugen und Wandel ermöglichen. Gemeinsam mit Interessierten wollen wir positive Zukunftsbilder gestalten.

Fachgruppen sind selbstorganisierte Diskussions- und Austauschforen unter dem Dach von swissfuture. Sie sind sowohl für Mitglieder wie Nicht-Mitglieder offen. Sind Sie interessiert?

Mehr dazu unter <https://www.swissfuture.ch/neue-narrative/>



Europa Bendig ist Gründerin und Geschäftsführerin von STURMundDRANG. Ihr Spezialgebiet ist die Erforschung von Innovationsfeldern sowie kulturellen Narrativen und Ästhetiken, die Marken und Portfolios kulturelle Relevanz geben und Kundenbindung schaffen. Aktuell widmet sie sich in Forschung und Vermittlung vor allem den Themen Gesundheit und Nachhaltigkeit.

ebendig@sturmunddrang.de



Der studierte Wirtschaftspsychologe **Stefan Baumann** ist strategischer Transformationsforscher für systemische Verhaltensänderungen. Als Co-Gründer der Agentur STURMundDRANG erforscht und entwickelt er mobilisierende und verbindende (Marken-) Narrative für die Evolution von Menschen, Organisationen und Communitys.

sbaumann@sturmunddrang.de

Keywords: behaviour change, regenerative, narratives of retention and future, impact, foresight, consumer behaviour

**For 'warm' behaviour change
Innovation of positive narratives and futures**

We need either a 'cold' transformation – a forced behavioural change through draconian punishments and rules – or strong, positive narratives and aesthetics for a 'warm' social transformation.

We explored the possibilities of a 'warm' transformation and found narratives and visions of the future that generate emotional engagement and redefine what is perceived as 'normal' or 'desirable' in order to 'hack' our ingrained behavioural patterns and inspire innovative thinking and action.

STURMundDRANG ist eine Agentur für Verhaltens- und Transformationsforschung. Wir helfen Marken und Unternehmen, sich zukunftsfähig und menschenzentriert aufzustellen, und begleiten Marken- und Innovationsprozesse.

sturmunddrang.de

Keywords: Verhaltenswandel, Regenerativ, Halte- und Zukunftsnarrative, Impact, Zukunftsforschung, Konsumverhalten

Für eine «warme» Verhaltenstransformation

Innovation der positiven Narrative und Zukunftsbilder

Europa Bendig und Stefan Baumann

Es braucht entweder eine «kalte» Transformation – eine erzwungene Verhaltensänderung durch drakonische Strafen und Regeln – oder starke, positive Narrative und Ästhetiken für eine «warme» gesellschaftliche Transformation. Wir haben die Möglichkeiten einer «warmen» Transformation erforscht und Narrative und Zukunftsbilder gefunden, die emotionales Engagement erzeugen und neu definieren, was als «normal» oder «wünschenswert» wahrgenommen wird, um unsere eingetretenen Verhaltenspfade zu «hacken» und einen Anstoss zu innovativem Denken und Handeln zu geben.

In unserer Verhaltensforschung rund um das Thema Nachhaltigkeit begegnet uns häufig der «Say-Do-Gap» – eine Diskrepanz zwischen dem, was Menschen über sich und ihre Prioritäten sagen, und dem, was sie tatsächlich tun. Obwohl Menschen bestimmte Themen der Nachhaltigkeit am Herzen liegen, wie z.B. gesundes Essen oder saubere Mobilität, treffen sie oft im Alltag wenig nachhaltige Entscheidungen, was den Eindruck erweckt, sie seien irrational oder inkonsistent.

Der Nobelpreisträger Daniel Kahneman hat in seinem Buch *Schnelles Denken, langsames Denken* (englischer Originaltitel: *Thinking, Fast and Slow*) darauf hingewiesen, dass Menschen in etwa 90 % der Fälle Entscheidungen treffen, bei denen ein eher schneller, emotionaler Modus im Gehirn aktiv ist, der uns intuitiv und unbewusst entscheiden lässt und den Kahnemann «System 1» nennt.

Das deutlich langsamere, Dinge durchdenkende, wissensbasierte und logischere «System 2» dagegen kostet das Gehirn viel Kraft und Energie. Daher ist dieser Denkmodus in nur wenigen Entscheidungsprozessen aktiv. Ein Umstand, der uns nicht bewusst ist und der uns Menschen dazu bringt, die Logik unserer Entscheidungen permanent zu überschätzen.

Wir tun also nicht, was wir sagen und was wir über uns denken. Die dadurch entstehende und im Bereich Nachhaltigkeit täglich wachsende «kognitive Dissonanz» ist einer der Gründe, warum es nicht so recht vorangeht auf dem Weg in eine regenerative Gesellschaft. Und das, obwohl wir alle die Fakten kennen und kaum einer die Gefahr leugnet, die von unserer Tatenlosigkeit ausgeht. Selbstverständlich spiegelt sich diese allzu menschliche Dissonanz auch bei Unternehmen und Marken wider.

Marketing- und Produktmanager berichten, dass die Nachfrage nach nachhaltigen Produktlinien und Angeboten oft nicht nur deutlich schwächer ist als erwartet und erhofft, sondern dass auch die Verkaufsziele bei Neueinführungen häufig nicht erreicht werden.

So ergab eine McKinsey-Studie, dass 78 % der Verbrauchenden einen nachhaltigen Lebensstil für wichtig halten. Dennoch berichten viele Marketing- und Produktmanager, dass die Nachfrage nach nachhaltigen Produktlinien und Angeboten oft nicht nur deutlich schwächer ist als erwartet und erhofft, sondern dass auch die Verkaufsziele bei Neueinführungen häufig nicht erreicht werden. So konzentrierten sich viele Unternehmen auf die Erfüllung der Pflichtprogramme im Bereich Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeit wird zur Exceltabelle, zum Pflichtenheft und zum Nachhaltigkeitsbericht – und der innere Antrieb, die Begeisterung für die Veränderung versiegt. Ganz ähnlich sieht es leider bei den Konsument:innen aus: Sie sind hin- und hergerissen zwischen Sollen und Wollen, sind beispielsweise Teilzeitvegetarier, fliegen dann aber im Sommer nach Übersee. Und wer das Thema Nachhaltigkeit anschlägt, muss mit einem kollektiven Aufstöhnen rechnen.



Abb. 1: Aktuelle Haltenarrative (@STURMundDRANG)



Abb. 2: Strategien zur Überwindung der Biases (@STURMundDRANG)

Dies wirft eine entscheidende Frage auf: Ist uns Menschen Nachhaltigkeit und damit die Zukunft einfach nicht wichtig genug? Sind wir wirklich zu egoistisch und auf den Moment fixiert, um die nötigen Schritte konsequent anzugehen?

Das glauben mittlerweile viele. Aber wir Menschen sind viel besser als unser Ruf. Leider sind wir, wie eingangs erwähnt, tatsächlich nicht immer Herr über unsere Taten. Das machte es für uns umso spannender, die unterbewusst wirkenden Anreize und Hindernisse zu erforschen. Unsere Studie sollte nicht nur helfen, das Verhalten von *heute* zu verstehen, sondern auch die *zukünftig relevanten Erzählungen und Zukunftsbilder* aufdecken, welche in Menschen eine intrinsische Motivation wecken und einen Wandel auslösen können.

Für uns Verhaltens- und Zukunftsforscher:innen bieten die emotionalen Narrative basierend auf dem regenerativen Prinzip die grösste Chance auf eine gesellschaftliche Evolution, die von allen getragen wird.

Erste Erkenntnis:

Starke Haltenarrative verhindern verbindende Zukunftsvisionen

Unsere Ergebnisse zeigen, dass es aktuell viele «Haltenarrative» gibt, welche den Wandel zu einer regenerativen Kultur verlangsamen. Beispielsweise gibt es die starken Haltenarrative zum «Wohlstandsverlust» und eines zum «Freiheitsverlust» durch Nachhaltigkeit. Beide Narrative sind grösstenteils irrational, erzeugen aber starke Spannungen und Spaltungen in unserer Gesellschaft und sorgen dafür, dass die Zukunftsunsicherheit steigt. Bedauerlicherweise sind die dadurch entstehenden Gefühle wie Angst, Hoffnungs- und Machtlosigkeit die grössten Hinderer des Wandels, die die Verhaltensforschung kennt. Was wir stattdessen benötigen, sind *verbindende und zukunftspositive Leitnarrative*.

Zweite Erkenntnis:

Unbewusste Verhaltensverzerrungen (Biases) verhindern den Wandel

Um die Herausforderungen unserer Zeit anzugehen, haben wir ausserdem drei «Biases» identifiziert, die einen regenerativen Verhaltenswandel erschweren und die Haltenarrative begünstigen.

1. Negativitätsbias: Menschen neigen dazu, sich von negativen Geschichten, Ereignissen und Emotionen stärker beeinflussen zu lassen als von positiven. Es gibt

uns eine scheinbare Kontrolle, die Zukunft eher düster zu sehen. Dadurch fehlt uns leider die Motivation zu handeln.

2. *Status Quo Bias*: Menschen mögen Veränderungen nicht, denn der Status quo gibt ihnen Sicherheit. Die Angst vor möglichen Verlusten empfindet man viel stärker als die Hoffnung auf Verbesserung. Und so bleibt alles beim Alten.

3. *Selbstwirksamkeitsbias*: Menschen meinen oft, andere seien für Veränderung verantwortlich und ihr eigener Beitrag erscheint ihnen marginal. Oder sie meinen, es müssten grosse Schritte gemacht werden, um etwas zu bewirken. Schritte, die sie aber überfordern und nicht handeln lassen.

Regeneration als Evolution:

Warum das Narrativ vom regenerativen Leben den Weg bahnen kann Nachhaltigkeit verspricht, weniger Schaden anzurichten. Darüber hinaus verspricht sie aus Sicht der Verhaltensforschung leider nicht sehr viel. Verglichen mit der althergebracht extraktiven Herangehensweise ist das rational zwar besser, insgesamt ist die unterbewusste Bilanz für den Einzelnen aber schlecht.

Denn für unser Unterbewusstsein lautet der Deal: Man fügt für ein grosses Verzichts- und Pflichtenpaket der Welt lediglich weniger Schaden zu, verliert aber vermeintlich «Wohlstand», «Sicherheit» und «Freiheit». Eine ungünstige Bilanz, zumal Nachhaltigkeit unser Klimaproblem nicht löst, sondern die Katastrophe höchstens geringfügig verschiebt.

Auch ohne jede Ideologie muss jedem Verhaltensforschenden klar sein: Mit diesem minimalen emotionalen Mehrwert bewegt man heute niemanden. Denn wie war das noch mit dem Verhaltenswandel? Um individuell und als Gesellschaft zum Handeln zu kommen, brauchen wir sehr starke, attraktive Zielvisionen und einende, positive Narrative, die uns in eine neue Kultur mitreissen können.

Die gute Nachricht:

Regenerative Konzepte, Ziele und Narrative sind mächtige Türöffner

Das regenerative Prinzip verlässt die Idee der Nachhaltigkeit und damit der Schadensminimierung. Das Ziel ist nun tatsächlich attraktiv und neu: ein «win-win» in einem lebendigen, gesunden und kraftvollen System, in dem per Definition alle Beteiligten profitieren.

Regeneration beschreibt die Fähigkeit von Organismen und Systemen, sich gegenseitig zu unterstützen, sich zu erneuern, wiederherzustellen oder sich zu integrieren. Ein regeneratives System ist also ein *wachsendes, anpassungsfähiges, lebendiges System*, das sich nicht mit der Zeit verbraucht, sondern sich von innen heraus heilt und in der Balance hält. Ein regeneratives Gebäude richtet also nicht

nur weniger Schaden an, sondern trägt aktiv zur Wiederherstellung von Ökosystemen und zur Verbesserung der Lebensqualität bei. Ein Produkt aus einem regenerativen System kann am Ende eines Zyklus sogar wertvoller sein als am Anfang, z. B. durch die Fähigkeit zur wertigen Alterung, Anpassung, zu Symbiosen, Kollaborationen und zur kontinuierlichen Weiterentwicklung.

Für uns Verhaltens- und Zukunftsforscher bieten die emotionalen Narrative basierend auf dem regenerativen Prinzip die grösste Chance auf eine gesellschaftliche Evolution, die von allen getragen wird. Und es war auch das regenerative Narrativ, welches mit 76 % quantitativ in unserer Studie die höchsten Zustimmungswerte erhielt – quer durch alle Klassen, politischen Richtungen und Altersgruppen.

Karte der neuen, positiven Narrative für Marken mit Zukunft

Basierend auf unserer Forschung mit einem Think Tank aus Narrationsforscher:innen sowie Konsumentenforschung mit Tiefeninterviews und einer Quantifikation der Narrative haben wir eine «Karte» der Narrative erstellt. Diese Übersichtskarte teilt die aktivierenden Narrative in vier Territorien: Selbstwirksamkeit, Co-Evolution, Gesundheit und Zirkularität. Um Begeisterung für Verhaltenswandel zu erzeugen, empfehlen wir Marken und Unternehmen, sich innerhalb dieser Landkarte zukunftspositiv zu positionieren:

a) *Selbstwirksamkeit* – Diese aktivierenden Narrative kreisen hier um den Wunsch nach Autarkie und Befähigung. Ob mit eigener Solarenergie, Selbstanbau oder wachenden Handwerkerfähigkeiten – wenn Menschen sich ermächtigt, unabhängig und befreit fühlen von Zwängen und Ängsten wie z. B. steigenden Energiepreisen, fördern sie sehr gern eine regenerative Lebensweise.

b) *Co-Evolution* – Das Narrativ der gemeinsamen Weiterentwicklung und dem win-win für alle ist eine Sehnsucht, die wächst. Sowohl die sozialen Narrative als auch das Verlangen nach Vielfalt und Co-Evolution gewinnen zunehmend an Bedeutung.

c) *Gesundheit* – Narrative, die wachsende, lebendige Resilienz und ganzheitliche Gesundheit versprechen sowie die Selbstheilung und -erneuerung des Körpers unterstützen, können Menschen für ein neues, regeneratives Verhalten begeistern.

d) *Zirkularität* – Das heute noch abstrakteste Feld. Hier drehen sich die positiv-aktivierenden Narrative um die Zukunftsfreundlichkeit und Enkelfähigkeit von Angeboten und den Wunsch von Menschen und Unternehmen, positive Spuren zu hinterlassen, sowie die Sehnsucht nach Transparenz und holistischer Verantwortung auf allen Seiten.

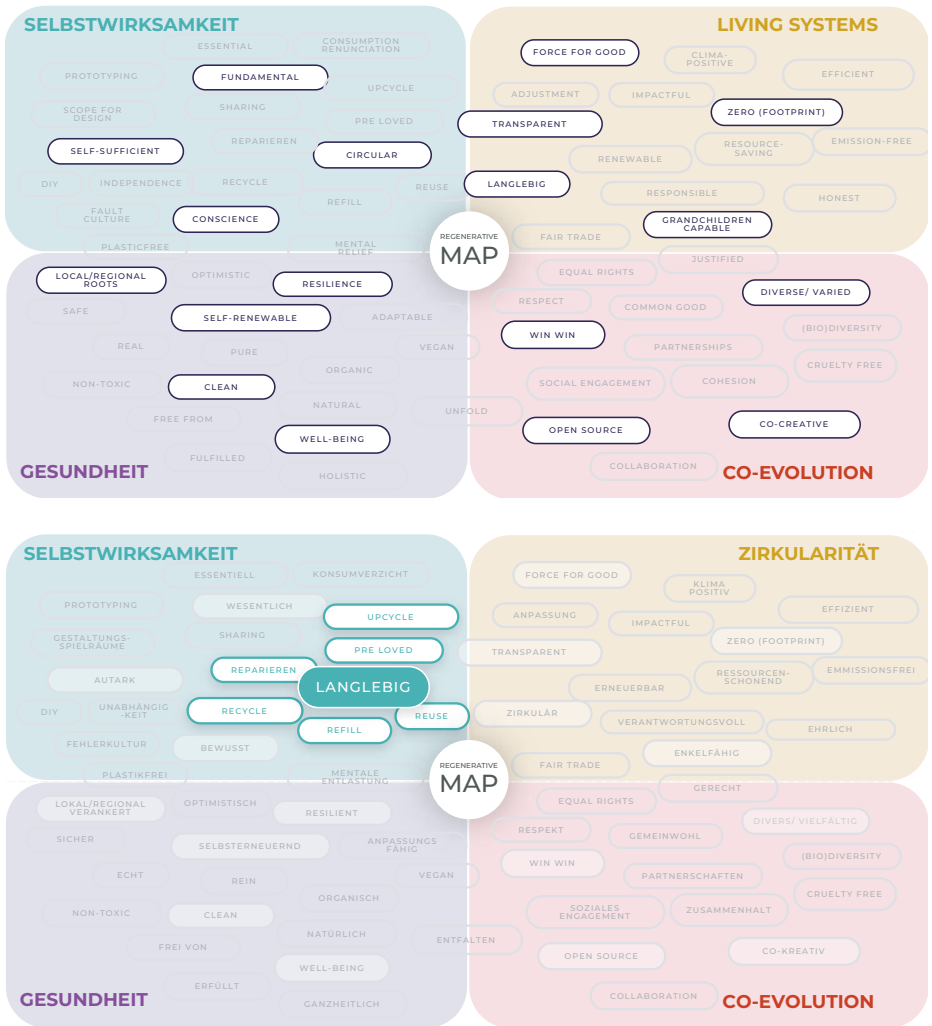


Abb. 3 und 4: Unsere Karte der nachhaltigen und regenerativen Narrative (@STURMundDRANG)

Vom Sagen zum Tun, von Narrativen zum Impact

Die Narrative sind ein starker Trigger, aber echter Impact entsteht erst, wenn man ins Machen kommt. Daher ergänzt unser «Protopia Playbook» die Karte der Narrative um verhaltensleitende «Hacks». Ein einfaches Beispiel für einen «Hack»: Sie wollen mehr Bewegung an der Luft? Der einfache Hack: Leisten Sie befreundeten Hundebesitzern auf Ihrem morgendlichen Gang Gesellschaft und verbinden Sie so Bewegung mit freudvollen, sozialen Aktivitäten. Oder: Sie wollen weniger rauchen? Der Hack: Die neue Folge Ihrer Lieblingsserie gibt es jetzt nur an rauchfreien Tagen.

In unserer Narrativ-Karte haben wir neue Verhaltenspraktiken von Marken und Unternehmen verschiedener Grössen für die Narrative gesammelt. Diese Hacks oder Beispiele sollen Markenverantwortliche inspirieren, die Narrative in Praktiken und die Markenaussagen in gelebte Markenkultur zu übersetzen.

Auch wenn unsere Narrative zukunftspositiv sind und so ein regenerativeres Verhalten begünstigen, braucht es viele Menschen und Marken, die dieser neuen Welt Gestalt geben.

Wenn eine Marke sich beispielsweise für das Narrativ «Langlebigkeit» entscheidet, kann sie sich für ihre Initiativen von verschiedenen Hacks inspirieren lassen:

1. Hack: Pre-Loved – Dieser Hack beinhaltet eine Umdeutung des Glaubenssatzes «Alt ist wertlos». Hier wird das Narrativ umgesetzt, indem man gebrauchten Produkten durch ihre Geschichte Wert gibt. Ein Beispiel dafür sind die «Worn-Wear-Stories» von Patagonia, in der Nutzende erzählen, wie geliebte Produkte für sie mit jeder Nutzung an ideellem Wert gewinnen.

2. Hack: Upcycled – Diesen Hack nutzen die Geschichten und Glaubenssätze rund um die Herkunft der Materialien für Produkte, um ihre Zielgruppen zu aktivieren. Beispielsweise glaubt man den «Alarm»-Taschen, hergestellt aus altem Feuerwehr-Textil, unbesehen, dass sie feuer- und wasserfest sowie strapazierfähig sind.

3. Hack: Refurbished – Dieser Hack deutet «alt» um in «runderneuert». Nun bieten die alten Produkte plötzlich mehr Garantien als neue Produkte, denn sie wurden auf Herz und Nieren gecheckt. So verändert nicht nur der günstigere Preis das Kaufverhalten, sondern vor allem die zusätzliche, gefühlte Sicherheit (Plattformen Backmarket oder Refurbed).

Schlussworte: Regeneration ist eine Reise

Je mehr man erforscht, desto mehr begreift man – wir stehen erst am Anfang einer Reise. Auch wenn unsere Narrative zukunftspositiv sind und so ein regenerativeres Verhalten begünstigen, braucht es viele Menschen und Marken, die dieser neuen Welt Gestalt geben. Architekt:innen durch regenerative Räume und Architekturen, Unternehmen durch Ecosysteme, die allen Beitragenden ein «win-win» ermöglichen, und Marken, indem sie nicht nur reden, sondern machen.

Auch wenn die Zukunftsversprechen auf «Selbstwirksamkeit» und «Co-Evolution» Menschen nun ein wünschenswertes Ziel vorgeben, der Weg dahin ist keine Autobahn, sondern ein sehr individuelles Abenteuer – aber das ist kein Grund, sich nicht auf den Weg zu machen. Denn wir wissen alle, dass Nachhaltigkeit weniger eine Eigenschaft, ein Siegel oder ein Inhaltsstoff ist, sondern eine Bewegung, eine Einstellung, ein Prozess und eine Reise.

Auch regenerative Strukturen in der Natur sind nicht einfach da. Sie wachsen, lernen, passen sich kreativ an. Wichtig für uns wird sein, nach aussen und innen flexibel und durchlässig zu bleiben, offen für Kollaborationen und bereit, Entscheidungen, Rückschläge und Auswirkungen unserer Handlungen zu teilen, um gemeinsam weiterzukommen.

Nehmen wir die Stolpersteine auf dem Weg als Einladung, gemeinsam darüberzuspringen. Denn die Welt braucht unsere neuen Lösungen!



Severin Marty ist Kommunikations- und Projektleiter bei ProClim, dem Forum für Klima und globalen Wandel der Akademie der Naturwissenschaften Schweiz (SCNAT). Zuvor arbeitete er als Kommunikations- und Projektleiter beim Dachverband Schweizer Jugendparlamente sowie in der Vermittlung beim Schweizerischen Nationalmuseum. Er studierte Germanistik, Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie Geschichte und absolvierte das Gymnasiallehrdiplom. Nebenberuflich absolviert er einen Master in Klimawissenschaften am Oeschger Zentrum für Klimaforschung (OCCR) an der Universität Bern.

severin.marty@scnat.ch

Keywords: communication, visions for the future, climate protection, climate

Communication to combat the climate crisis – let's create positive visions for the future!

When we hear about climate change, we usually hear about disasters. Hearing such negative news can be paralyzing. However, we need to take more action to ensure effective climate protection. To succeed, we require solution-oriented communication. One approach is to create positive visions for the future that illustrate climate protection and adaptive measures.

Kommunikation aus der Klimakrise – schaffen wir positive Zukunftsbilder!

Severin Marty

Wenn wir vom Klimawandel hören, dann sind dies meistens Katastrophenmeldungen. Solche negativen Nachrichten können lähmend wirken. Dabei müssten wir gerade für effektiven Klimaschutz stärker ins Handeln kommen. Damit dies gelingt, braucht es lösungsorientierte Kommunikation. Eine Möglichkeit bieten positive Zukunftsbilder, die Klimaschutz- und Klimaanpassungsmassnahmen aufzeigen.

«Ursina ist 35 Jahre alt. Lukas 37. Sie nervt sich über die Zahnpastaspritzer auf dem Spiegel, ihn stört, dass sie den Müll nie rausbringt. Kleider auf dem Sofa, unvollständiger Einkauf, vergessenes Geburtstagsgeschenk. Ursina und Lukas sind in einer Beziehungskrise.»

So oder so ähnlich könnte eine Folge im Podcast «Beziehungskosmos» beginnen. Der Fall ist klar: Ursina und Lukas befinden sich in einer Abwärtsspirale. Und es ist verdammt schwer, da allein wieder rauszukommen. Hoffen wir das Beste. Schliesslich haben Ursina und Lukas bereits so viel Herzblut in ihr gemeinsames Daheim investiert. Einen neuen Gartenplatz gestaltet, den Weinkeller ausgebaut, ein Kinderzimmer eingerichtet und und und ...

Bevor ich weiter abschweife: Nein, es geht in diesem Artikel nicht um Paartherapie. Denn ich bin kein Paartherapeut. Und dennoch möchte ich aufzeigen, welchen wichtigen Aspekt wir aus der Psychoanalyse übernehmen können, um die Abwärtsspirale zu durchbrechen und stattdessen in Aktion zu treten. Denn darum geht es hier: Handeln für eine bessere Welt, Handeln für den Klimaschutz. Das ist

eine zentrale Frage, mit der wir uns bei ProClim, dem Forum für Klima und globalen Wandel der Akademie für Naturwissenschaften Schweiz, beschäftigen. Lange Zeit lag unser Fokus auf Fragen wie: «Was sind die Ursachen der Klimakrise und welche Folgen haben diese rasanten Veränderungen?» Jetzt möchten wir verstärkt auch Lösungen und Handlungsoptionen in den Vordergrund stellen. Wie können Menschen zu klimafreundlichem Verhalten motiviert werden? Welche psychologischen Hürden stehen nachhaltigem Handeln im Weg? Wie kann Biodiversität, Landschaftsschutz und Klimapolitik zusammen gedacht werden?

In einem Podcast hätten wir in Bezug auf Ursina und Lukas früher zu verstehen versucht, wie das Beziehungssystem Ursina–Lukas funktioniert. Nun aber möchten wir wissen, wie die beiden die Krise überwinden können.

Das Klima auf der Therapiecouch?

Nicht nur Ursina und Lukas, auch das Klima befindet sich in einer Krise. Und wir sind mittendrin. Jahrhundertereignisse werden zur Normalität. Das Gute: Sowohl bei der Beziehungskrise zwischen Ursina und Lukas als auch bei der Klimakrise kann uns eine Person weiterhelfen: der US-amerikanische Psychotherapeut Steve de Shazer. «Das Reden über Probleme schafft Probleme, das Reden über Lösungen schafft Lösungen»,¹ so kann ein wichtiger Aspekt seiner lösungsorientierten Kurzzeittherapie zusammengefasst werden. Lasst uns mehr über Lösungen sprechen! Denn in Bezug auf den Klimawandel geht es uns ähnlich wie Ursina und Lukas. Wenn wir uns stets auf das Negative fokussieren, dann gelangen wir in eine Abwärts-spirale. Im Gegensatz zu Lukas und Ursina haben wir aber einen Vorteil: Klimaschutzmassnahmen müssen wir nicht noch mühsam in einer Paartherapie eruieren.

Stell dir vor, die Lösungen sind bekannt ...

Es gibt schon eine Vielzahl an Möglichkeiten, um den CO₂-Ausstoss zu senken. Im aktuellen IPCC-Bericht wird aufgezeigt, dass Solar- und Windenergie inzwischen in vielen Regionen günstiger sind als fossile Brennstoffe. Das ist nur eines von vielen Beispielen dafür, dass uns die nötigen Werkzeuge zur Verfügung stehen. Das Problem ist, wir reden nicht darüber. Mit fatalen Folgen. Wenn Medien über den Klimawandel berichten, dann geschieht dies oft im Zusammenhang mit Katastrophen. Sie lassen uns mit verstörenden Meldungen alleine zurück. Solche Bilder und Berichte von Dürren und Fluten gehen nicht spurlos an uns vorüber. Eine Studie in Deutschland hat erfragt, wie sich die Teilnehmenden fühlen, wenn sie vom Klimawandel hören – «Hoffnungslosigkeit» zählte zu den meistgenannten (siehe Abb. 1).

1 Steve de Shazer hat diese Aussage so nie gemacht. Doch fasst sie einen Kernpunkt seiner Lehre gut zusammen. Dies kann zum Beispiel im Buch «Der Dreh» von 1989 nachgelesen werden. Die Neurowissenschaftlerin Maren Urner hat mich im Rahmen einer Keynote am K3-Kongress für Klimakommunikation auf das Zitat aufmerksam gemacht.

	Gesamt	Die Offenen	Die Involvierten	Die Etablierten	Die Pragmatischen	Die Enttäuschten	Die Wütenden
Hilflosigkeit	45	44	56	47	40	46	36
Enttäuschung	31	36	33	32	28	28	28
Wut	27	32	28	20	21	31	33
Angst	26	28	26	28	28	24	20
Zweifel	22	20	18	22	19	26	27
Schuld	14	17	13	15	15	9	9
Zuversicht	13	12	15	17	13	11	9
Trauer	13	13	15	14	17	9	7
Tatendrang	12	13	12	14	11	9	10
Gelassenheit	10	8	9	9	8	13	18
Überdruß	9	9	6	3	8	11	21
Mitleid	7	5	6	9	9	6	7
Nichts davon	6	5	4	5	6	7	9

Abb. 1: Antworten auf die Frage «Was fühlen Sie in der Regel, wenn Sie vom Klimawandel hören? Bitte wählen Sie bis zu 3 Ihrer häufigsten Gefühle aus». Alle Bevölkerungsgruppen nennen zuerst das Gefühl der « Hoffnungslosigkeit », gefolgt von Gefühlen wie « Enttäuschung », « Wut » und « Angst ». Quelle: Gagné, & Krause (2021).

Die Studie unterteilt die Bevölkerung entsprechend ihren Einstellungen in unterschiedliche Segmente. Das Segment der «Wütenden» wird als Gruppe beschrieben, die sich durch ein starkes Misstrauen gegenüber dem herrschendem politischen System auszeichnet und Klimaschutzmassnahmen besonders skeptisch gegenübersteht. Aber selbst bei den «Wütenden» löst der Klimawandel primär Hoffnungslosigkeit aus (Gagné, & Krause 2021). Hoffnungslosigkeit ist ein grosses Problem, wenn wir Leute zum Handeln bewegen möchten. Denn sie lähmt. Sie ist Ausdruck einer Überforderung und kann zu Hilflosigkeit oder gar Apathie führen.

«Yes we can!»

Wie kommen wir zurück ins Hoffen und Handeln? US-amerikanische Campaigner:innen schaffen es meisterhaft, Massen zu mobilisieren. Was viele Kampagnen-Slogans gemeinsam haben: Sie versprühen Hoffnung, die teils messianische Züge annehmen können. Obama warb 2008 mit dem Slogan «Yes we can!». Das Plakat «Hope» zählt zu den Ikonen der politischen Kommunikation.

Gefühle haben einen entscheidenden Einfluss auf unser Handeln. Wie schaffen wir nun einen Barack'schen Turn von der Hoffnungslosigkeit hin zur Hoffnung?

Man möchte anmerken, dass solche Slogans ziemlich inhaltsleer sind und wenig über ein grundlegendes politisches Programm aussagen. Das mag stimmen. Doch was Barack Obama vermochte, ist ein Gefühl des Aufbruchs und der Hoffnung zu generieren und unzählige Menschen zum Wählen zu motivieren. Wir Menschen sehen uns gerne als Vernunftwesen, welche Pro- und Kontra-Argumente kritisch abwägen und so unsere Entscheidungen fällen. Doch leider trifft dies seltener zu, als wir meinen.

Unser Handeln ist fast durchgehend von Gefühlen geprägt. Damit ist nicht nur der schnelle, lustgesteuerte Griff in die Bonbonschale gemeint. Sondern auch vermeintlich vernunftgeleitete Entscheidungen wie politische sind von unseren Emotionen geleitet. Dafür gibt es zahlreiche Belege. In einer Studie zur Frage, wie Wahlentscheide gefällt werden, wurden den Teilnehmenden Fotos von Kandidatinnen und Kandidaten gezeigt, die sie vorher noch nie gesehen hatten (sie stammten aus einer anderen Wahlregion). Sie mussten beurteilen, welche Personen sie als «kompetent» einschätzen würden. Die überraschende Entdeckung: Die Einschätzung der Kompetenz nur anhand von Fotos stimmte in weiten Teilen mit den tatsächlichen Wahlergebnissen überein (Todorov et al. 2005). Das Aussehen allein genügte bereits, um die Wahlergebnisse vorauszusagen.

Dreifaltiges Heilmittel

Gefühle haben einen entscheidenden Einfluss auf unser Handeln. Wie schaffen wir nun einen Barack'schen Turn von der Hoffnungslosigkeit hin zur Hoffnung? Darauf gibt die Klimakommunikation mehrere Antworten. Personen aus Kommunikation, Sozialwissenschaft und Psychologie nennen drei Hauptzutaten.

Wirkungsvolle Klimakommunikation benutzt

1. Emotionen,
2. löst Betroffenheit aus
3. und ist lösungsorientiert.

Diese Dreifaltigkeit muss nicht unbedingt religiös begründet sein, spielt jedoch eine wesentliche Rolle, wenn wir uns weg von katastrophenbetonten Erzählungen hin zu einer lösungsorientierten Kommunikation bewegen möchten. Dieser Artikel kann nicht in aller Kürze eine Anleitung für wirkungsvolle Klimakommunikation geben.² Lassen Sie mich jedoch ganz im Sinne einer Kurzzeittherapie nach Steve de Shazer Einblick in ein aktuelles Projekt geben und Aspekte der Klimakommunikation daran aufzeigen.

Lösungen im Fokus – positive Zukunftsbilder

Im Sommer 2023 entstand eine Zusammenarbeit zwischen ProClim, der Stadt Burgdorf und der Fachrichtung Knowledge Visualization der Zürcher Hochschule der Künste. Das Projekt wurde mit Unterstützung des Bundesamtes für Umwelt durchgeführt. Burgdorf war dabei, eine neue Klimastrategie zu entwickeln. Als ProClim haben wir für den oben genannten dritten Punkt gute Voraussetzungen: Uns sind dank eines umfangreichen Forschungsnetzwerkes, zahlreichen Faktenblättern und Berichten diverse Lösungen für ein klimafreundliches Leben in der Schweiz bekannt. Doch dieses Wissen allein reicht noch nicht. Zu abstrakt sind Begriffe wie «Smart Grid» oder «Schwammstadt». Die Lancierung der Klimastrategie war somit der ideale Anlass, um neue Wege der Kommunikation auszuprobieren: positive Zukunftsbilder. Unser Ziel war, Massnahmen der Burgdorfer Klimastrategie sowie neuste Erkenntnisse der Klimaforschung in Visualisierungen zu fassen.

Die Zielgruppe war klar: Klimaaktivist:innen und Grüne-Wähler:innen mussten wir nicht gewinnen. Diese hatten wir für die Akzeptanz der neuen Strategie bereits auf unserer Seite. Wir wollten die Leute in der Mitte der Gesellschaft erreichen.

² Sind Sie dennoch an wirkungsvoller Klimakommunikation interessiert? Dann empfehle ich das «Handbuch für Klimakommunikation». Online verfügbar oder kostenlos zum Downloaden auf [klimafakten.de](https://www.klimafakten.de). Ebenso verabschiedeten wir kürzlich die «Grazer Charta zu Klimakommunikation», zu finden auf <https://k3-klimakongress.org/>.



UMGESTALTET

BURGDORF, UNSER BLICK IN EINE KLIMANEUTRALE ZUKUNFT



VERNETZT

BURGDORF,

UNSER

BLICK

IN

EINE

KLIMANEUTRALE

ZUKUNFT



WACHBAR- SCHAFTLICH

BURGDORF, UNSER BLICK IN EINE KLIMANEUTRALE ZUKUNFT



Abb. 2–4 Seite 30, 31 und 32: Wie sich ein klimaneutrales Burgdorf anfühlen könnte, zeigen neue wissenschaftlich fundierte Bilder. Sie visualisieren die von Burgdorf verabschiedete Klimastrategie und wurden an verschiedenen Standorten in Burgdorf ausgestellt. Entwickelt wurden die Bilder im Rahmen des «Projektes Zukunftsbilder Netto Null» zusammen mit der Zürcher Hochschule der Künste und der Gemeinde Burgdorf. Quelle: Elena Kaeser, Simone Stolz (ZHdK – Fachrichtung Knowledge Visualization)

Abb. 5 Bild oben: Plakatkampagne im Rahmen der Veröffentlichung der Klimastrategie der Stadt Burgdorf mit QR-Code zu Zusatzinformationen. Nebst der Plakatkampagne wurden die Bilder vielseitig eingesetzt – zum Beispiel auf Social Media, der Webseite sowie als Postkarten in der Gemeinde (Foto: Elena Kaeser)

Im Projektprozess überlegten wir uns, was Ängste, Wünsche und Einstellungen verschiedener Bevölkerungsgruppen sein könnten. Oder, um es in den Worten Obamas auszudrücken: «Know your audience.»³ Dies gab uns ein ungefähres Bild davon, was die Menschen in Burgdorf bewegte. Danach versuchten wir die drei oben genannten Punkte umzusetzen:

1. Emotionen: Uns war es wichtig, eine positive Grundstimmung hervorzurufen. Gestalterisch flossen viele Überlegungen in Farbgebung, Bildsprache und Illustrationsstil. Wir wollten wegkommen von futuristischen Zukunftsvisualisierungen hin zu einer Lebenswelt, in welcher man gerne eine kurze Pause einlegen würde. Oder in den Worten Obamas: «Michelle is where my home is.»

2. Betroffenheit: Durch bekannte Plätze in Burgdorf sollte die Bevölkerung direkt angesprochen werden. Wir benutzten wiedererkennbare Elemente der Stadt und gestalteten diese um. Zudem schufen wir über kleine Narrationen eine Brücke zwischen den Betrachtenden und den Personen auf den Bildern. Manche mögen sich in der Rolle des Grossvaters wiederfinden, andere fühlen sich an eine Episode aus der Kindheit erinnert, wiederum andere erfreuen sich an dem spielenden Hund. Was würde Obama dazu sagen? «I touch your hearts.»

3. Lösungsorientiert: Wir hatten verschiedene Lösungen zur Hand. Visualisierungen wirken jedoch unmittelbar und können als Bevormundung wahrgenommen werden. Damit die Bilder auf möglichst geringe Ablehnung stossen, zeigen sie eine Vielzahl an Möglichkeiten auf. Zudem war die Gestaltung im Stil der Illustration bewusst so gewählt, dass sie eine gewisse Offenheit signalisiert. Wir stellten keine direkten Handlungsvorschriften im Sinne von «Yes we know» auf, sondern luden zu einem «Yes we can» ein.

Zurzeit werten wir aus, wie die Bilder in Burgdorf in der Bevölkerung ankommen und ob sie ihr Ziel erreicht haben: die Klimastrategie positiv zu framen. Die Rückmeldungen sind bisher durchgehend positiv. Im Nachfolgeprojekt kreieren wir Zukunftsbilder in Zusammenarbeit mit dem Kanton Luzern. Hier sind wir motiviert, Fragen anzugehen, die in Burgdorf aufgetaucht sind. Sind die Bilder zu wenig futuristisch? Sollen Visualisierungen auch negative Folgen des Klimawandels wie Hitze und Starkniederschläge aufgreifen? Braucht es bei den Bildern einen stärkeren Fokus auf konkrete Klimaschutzmassnahmen? Mehr Narration?

³ Die Zitate von Barack Obama sind frei erfunden und stammen nicht aus einem persönlichen Gespräch.

Kommunikation ist nicht das Wundermittel, das alle Probleme löst. Doch sie bildet einen wichtigen Bestandteil, um positive Veränderungen anzustossen. Vielleicht überlassen wir es nicht nur Ursina und Lukas, mit einem gemeinsamen Zukunftsprojekt nach vorne zu schauen, sondern beteiligen uns selbst daran, unser Quartier, Dorf oder Stadt etwas besser zu machen. Dafür gibt's zum Schluss etwas Motivation aus Übersee: «Let's do it!»

Referenzen

- Gagné, Jérémie und Laura-Kristine Krause (2021): *Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland*. Berlin: More in Common e. V.
- Intergovernmental Panel on Climate Change (2022): *Climate change 2022: Mitigation of climate change: Working group III contribution to the sixth assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge University Press. <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/>, 38–39.
- K3 Kongress für Klimakommunikation (2024). <https://k3-klimakongress.org/>
- Schrader, Christopher (2022): *Über Klima sprechen: Das Handbuch*. München: Oekom.
- Todorov, A., Mandisodza, A. N., Goren, A., & Hall, C. C. (2005): *Inferences of competence from faces predict election outcomes*, in: *Science*, 308(5728): 1623–1626.



Moritz Jäger ist Wirtschaftspsychologe und Verhaltensökonom. Er verwendet interdisziplinäre Ansätze, um Systeme zu designen, in denen Menschen, Organisationen und Gesellschaften eine nachhaltige Transformation gelingen kann. Kooperationssysteme, kollektive Wirksamkeit und positive Narrative sind Kernelemente seiner Projekte. Er ist Mitglied der Psychologists for Future und zusammen mit Gabi Hildesheimer Mitgründer der Tsuku GmbH und Stories for Future.

moritz@tsuku.ch

Keywords: narratives, systemic change, participation, climate change, activism, storytelling

Stories for Future – In search of a good story

The world we live in is characterised by global environmental and social crises. Every day, it seems, we are confronted with more bad news. Feelings of hopelessness are understandable, but they also prevent us from finding a common way forward. Calls for 'positive' stories are getting louder. But what is a positive story in a world where so much seems broken? Over the past five years, Stories for Future has listened to people's stories of a sustainable world where everyone can enjoy a good life. In this article, we tell our own story in seven acts.

Stories for Future: Auf der Suche nach der guten Geschichte

Moritz Jäger

Wir leben in einer Welt mit globalen ökologischen und sozialen Krisen. Täglich, so scheint es, erreichen uns neue Hiobsbotschaften. Gefühle von Hoffnungslosigkeit sind verständlich, verhindern aber auch, dass wir einen gemeinsamen Weg finden. Der Ruf nach «positiven» Geschichten wird immer lauter. Aber was ist eine positive Geschichte in einer Welt, in der alles aus den Fugen scheint? Seit fünf Jahren lässt Stories for Future Menschen erzählen, wie eine nachhaltige Welt aussieht, in der alle gut leben. Hier erzählen wir unsere eigene Geschichte in sieben Akten.

Prolog

Am Feuer Geschichten zu erzählen ist eine urmenschliche Kulturform. Auch in einer Welt voller Zahlen und Analysen helfen Geschichten Menschen, sich in einer chaotischen und oft unvorhersehbaren Welt zurechtzufinden. Manche Geschichten inspirieren Menschen, in schwierigen Zeiten zusammenzuhalten; andere führen zu schrecklichen Taten. Ist es befreiend oder einschränkend, weniger zu konsumieren? Geschichten ändern unsere Interpretationen fundamental und beeinflussen, nach welchen Veränderungen wir streben. Deutungshoheit ist Macht, und die globalen Krisen sind auch ein Kampf um das beste Narrativ.

Akt 1: Von Helden zu Menschen

«Ich hab doch nichts Wichtiges zu erzählen.»

So beginnt eine grosse Zahl unserer Gespräche. Angesichts der Krisendimensionen fühlen sich viele Menschen unbedeutend und klein. Ob pro oder kontra Veränderung, das Wort und die Aufmerksamkeit haben meist nur die prominentesten Personen aus Politik, Wissenschaft und Aktivismus. Als stille Beobachterin ist die Mehrheit zwar selbst von Entscheidungen und Entwicklungen betroffen, aber vermeintlich ohne Einfluss auf das Geschehen. Stories for Future entstand aus der Überzeugung, dass eine nachhaltige Transformation nur dann möglich ist, wenn wir ein gemeinsames positives Narrativ schaffen können, das alle Menschen zu Mitstreiter:innen macht. Wir begannen Gespräche zu führen: mit Menschen, die Wissen vermitteln, Menschen, die schreibern, politisieren, pflegen, Blumen bestaunen, Städte bauen, zivilen Ungehorsam praktizieren, Essen anpflanzen, forschen. Wir sprachen mit ihnen im Büro, in der Beiz, an der Demo oder unter dem Apfelbaum, manchmal nur 15 Minuten, manchmal 6 Stunden. Viele der Geschichten erzählen die Menschen offenbar zum ersten Mal in ihrem Leben. Weshalb?

«Es hat mich halt nie jemand gefragt.»

Akt 2: Von Utopie zu Realität

Nachhaltigkeit ist eine Frage für die Zukunft, dieses Narrativ ist in vielen Köpfen verbreitet. Den schlimmsten Folgen des Klimawandels, in ihren Dimensionen heute schon zu erahnen, hofft man mit technologischen Heilsbringern zu begegnen. Doch schnell merkten wir, dass eine Utopie auch in einer Sackgasse enden kann – in einer Science-Fiction ohne Bezug zur Gegenwart. Vielleicht stellt man aber auch frustriert fest, dass der utopische Entwurf an Hürden scheitert, auf die man keinen Einfluss hat. Zumal viele Menschen aufgrund ihrer eigenen Lebenssituation mitunter nicht in der Lage sind, sich über die ferne Zukunft Gedanken zu machen. Unsere Geschichten wurden erst dann lebendig, als wir mit den Menschen darüber sprachen, was sie hier und jetzt tun.

Akt 3: Von Verlust zu Gewinn

«Kannst du mir etwas Schönes zu Nachhaltigkeit erzählen?»

So starteten wir zu Beginn unsere Gespräche. Leider kam mit diesem Framing selten eine positive Geschichte zurück. Also drehten wir den Spieß um und fragten: Was macht dich eigentlich glücklich? Was ist dir wichtig, was hat Wert in deinem

Leben, bei deiner Arbeit, in deinem Engagement? Und plötzlich stellte sich Freude ein – und mit ihr sind Geschichten entstanden, die, obwohl das Wort selten vorkommt, immer etwas mit Nachhaltigkeit zu tun haben. Dass diese zwingend mit Verlust verbunden sei, ist tief in vielen Köpfen verwurzelt. Doch in den Geschichten geht es um Freiheit, Entlastung, Verbindung, Sinn oder einfach Freude und Kreativität. Und um die Bewusstwerdung, dass viele der wichtigsten Dinge in unserem Leben doch im Kern schon immer nachhaltig waren. Ein Autor hatte sein Schreiben und Lesen nie als etwas Nachhaltiges betrachtet. Weshalb?

«Ich mache es ja gerne.»

Intermezzo: Ernüchterung und Neuorientierung

Nach hunderten Gesprächen und 150 publizierten Geschichten waren wir nach wie vor begeistert und immer fester davon überzeugt, dass eigentlich alle Menschen eine wichtige Geschichte zu erzählen haben. Die globale Weltlage stimmte uns allerdings weniger optimistisch: Kaum ein Land hatte die versprochenen Klimaziele eingehalten, die politische Aufmerksamkeit hatte sich auf andere Krisen verschoben. Zwar war Nachhaltigkeit mittlerweile im Mainstream angekommen und fast jede Firma und politische Partei versuchte, sich in ein nachhaltiges Licht zu rücken. Dies stand aber in umso grösserer Diskrepanz zur tatsächlichen Entwicklung.

Akt 4: Von Zweckoptimismus zu neuer Authentizität

Hoffnungslosigkeit führt zu Indifferenz, Depression oder Aggression. Die Verlockung ist deshalb gross, den Menschen die Geschichte zu erzählen, dass doch noch alles gut werden kann, wenn wir nur jetzt endlich zu handeln beginnen. Jedes Jahr von Neuem. Viele Menschen merken, dass hier etwas nicht stimmt, und wir spüren ein immer grösseres Bedürfnis nach Authentizität und einer resilienteren Hoffnung, die nicht ständig enttäuscht wird. Sich unserer veränderten Realität zu stellen ist beängstigend und fühlt sich im ersten Moment gar nicht wie eine gute Geschichte an. Für manche Menschen scheint es fast so, als ob man aufgäbe. Aber in vielen Gesprächen zeigt sich, dass wir handlungsfähiger werden können, wenn wir die Tatsachen anerkennen. Eine Aktivistin erzählte, wie ihr eine riesige Last von der Schulter fiel, als sie aufhörte, Hoffnungsszenarien zu erzählen, an die sie selbst nicht mehr glaubte. Es war nicht das Ende ihres Engagements, ganz im Gegenteil:

«Genau weil es prekär werden wird, stehen wir zusammen und setzen uns ein.»

Akt 5: Von der Insel der Glückseligen zur globalen Geschichte

Das Versprechen, dass wir unser Leben wie bisher weiterleben können, gestützt auf nachhaltige Technologien, ist die verlockendste Geschichte, weil sie uns vor echter

Veränderung bewahrt. Aber sie führt immer wieder in eine Sackgasse: Intuitiv spüren die Menschen, dass sie nur für reiche Menschen realistisch ist und global komplett undenkbar. Dass eine positive globale Perspektive mit dem Loslassen eigener Privilegien zusammenhängt, diese Geschichte fühlt sich für die meisten Menschen unmittelbar gar nicht gut an. Denn sie steht im Widerspruch zum Selbstverständnis, dass wir uns auf einem linearen Fortschrittspfad bewegen. Wo führte es uns hin, wenn wir das wirklich ernst meinten? Ja, genau: Wo kämen wir denn hin? Wir merken in den Gesprächen: Wenn wir es schaffen, diese Frage auszuhalten, dann ist sie nicht das Ende der Möglichkeiten, sondern die Eröffnung eines riesigen Gestaltungsspielraums. Ein junger Mann sagte:

«Was für ein Luxus, in einer Zeit zu leben, in der alles neu gedacht werden darf.»

Akt 6: Von Fragmentierung zu einer gemeinsamen Bewegung

Es wurde uns immer klarer, dass es verschiedenste Bubbles gibt, in denen sich Menschen auf ganz unterschiedliche Weise engagieren. Sie treffen sich entweder auf Innovationskonferenzen, tauschen in sozialen Medien Rezepte aus, leben mit gleichgesinnten Aussteiger:innen oder planen zusammen die nächste Demo. Diese Gruppen sind sich häufig noch nie begegnet, sie haben auch keine gemeinsame Sprache, manchmal sind sie sich spinnefeind. Was für die einen eine positive Geschichte ist, ist für die andere die Wurzel des Übels. Die positiven Narrative sind so fragmentiert, dass überhaupt kein Gefühl eines gemeinsamen Weges aufkommt. In unseren Gesprächen zeigt sich aber immer wieder, dass die Gemeinsamkeiten viel grösser sind als angenommen. Zum Beispiel in der Geschichte des Generalaktivisten, der in allen Bubbles gleichzeitig wirksam sein kann. Bei der Psychologin, die ihren Weg zwischen Aussteigen, beruflicher Weiterentwicklung und politischem Engagement findet. Oder beim Chef der NGO, der mit Industrieverbänden am runden Tisch sass und erzählt:

«Als wir lernten miteinander zu sprechen, konnten wir plötzlich zusammen an den grossen Dingen arbeiten.»

Akt 7: Von der Story zum System

Die Anzahl an Storys wuchs immer weiter, aber immer wieder war da auch die Skepsis, ob es sich einfach um ein paar schöne Einzelgeschichten handelt oder doch um mehr. Unterstützt von einer wissenschaftlichen Begleitgruppe wagen wir uns deshalb seit sechs Monaten an die Frage, ob sich aus der Verbindung der vielen Puzzlestücke ein systemisches Gesamtnarrativ ergeben kann. Was braucht eine Gesellschaft denn für ein nachhaltig gutes Leben? Welche Fragen brauchen neue Antworten? Wir sind optimistisch: Wir haben Storys zu fast allen Lebensbereichen, zu

Food-Systemen, Wohnformen, Care-Systemen, Partizipationsformen, Lernsystemen, Wirtschaftsformen ... Wo wir im System Lücken finden, suchen wir ganz gezielt nach Menschen, deren Geschichte das fehlende Puzzlestück sein könnte. Dafür richten wir unseren Blick auch über Grenzen hinaus, um Geschichten aus anderen Ländern und Kontexten zu integrieren. In unseren kühnsten Träumen wagen wir die Hypothese: Vielleicht haben wir ja schon heute alle Puzzlestücke eines funktionierenden Systemwandels? In den Worten einer Philosophin, die jetzt auch Bäuerin ist:

«Alles könnte anders sein.»

Epilog

Retten wir mit Geschichten die Welt? Nicht unmöglich, wenn auch nicht sehr wahrscheinlich. Aber genau das ist ja der Kern einer neuen Art von positiven Geschichten, in denen wir sowohl authentisch als auch handlungsfähig sind. Und eine Hoffnung bleibt eben doch: Systemische Veränderung war noch nie linear – und welcher Schmetterlingsschlag oder welches Zündhölzli den entscheidenden Impuls gibt, lässt sich nicht voraussehen. Vielleicht ist auch das wieder nur eine gute Geschichte, aber jede Geschichte hat das Potenzial zur selbsterfüllenden Prophezeiung.

Stories for Future wurde 2019 gestartet. Das Projekt ist nicht-gewinnorientiert und entwickelt sich dank der Freiwilligenleistung vieler Menschen. Stories for Future kann zudem auf langjährige Unterstützung der Stiftung Mercator Schweiz und anderer Projektpartner:innen zählen. Die Stories werden auf www.storiesforfuture.ch publiziert und an Vorträgen, Workshops oder Ausstellungen präsentiert. Wir sind immer auf der Suche nach neuen Mitstreiter:innen, Kooperationspartner:innen und natürlich: neuen Storys.

Die Eingangstreppe war mal ein Stein am Bahnhof. Der Badezimmerspiegel, das Tischservice und eine Leuchtstoffröhre sind aus einem Hotel. Die Kellertüren aus einem Durchgangsheim, die Ziegel vom Dach der alten Scheune vis-à-vis, der Kachelofen aus einem Chalet, Fenster, Wasserhähnen oder Ofentürchen aus anderen Häusern. Die Steinwolle zur Isolierung der Zwischenwände aus einem Asylheim. Der Tisch war mal Sperrgut an der Strasse, die Bank gefunden in einer Scheune, von einer alten Sonntagskutsche. Fassade und Fensterbank sind aus Holz aus unserem eigenen Wald. Ich weiss von jedem Stück, wo es herkommt.

Der Plan war ein Einmannhaus, eine Baracke, möglichst günstig. Dann kam meine Frau in die Quere und damit ein anderes Budget. Aber den ursprünglichen Plan habe ich weiterverfolgt, ein Haus zu bauen mit Material aus Abbruchhäusern. Beim Vorbeifahren sieht man, wenn sie beginnen, ein Haus abzubrechen. Ich wartete, bis der Abbrüchler dort war, und fragte, kann ich das oder das haben. Die Leute hatten Freude, waren froh, dass sie die Dinge nicht entsorgen mussten. Zehn Jahre lang habe ich Materialien gesammelt und in meiner Werkstatt, dem alten Schweinestall, gestapelt. Wir haben alle Stücke sorgfältig ausgesucht. Wir wollten keine Musterzentrale, nichts Zusammengewürfeltes, sondern etwas, das zusammenpasst. Zu meinem 50. Geburtstag hat mir mein Schwager dann das Haus gezeichnet, ganz am Schluss, um das Material herum. Wir mussten ja zuerst wissen, wie gross die Türen oder Fenster sind. Zeitmässig hat der Bau jeden Rahmen gesprengt, zweieinhalb Jahre lang habe ich gebaut. Ich habe fast alles selbst gebaut, nur für die heiklen Dinge hatte ich Baumeister, Sanitär, Stromer und Holzbauer. Alle waren aus dem Dorf. Wenn ich sie gefragt habe: Muss ich das koordinieren?, meinten sie, Nein, nein, das machen wir zusammen beim Znüni. Sie waren nicht unter Druck, wussten, dass sie gute und sorgfältige Arbeit machen durften. Wenn sie auf anderen Baustellen eine Lücke hatten, haben sie bei mir weitergemacht. Man hört ja Geschichten: Ein Haus baust du nur einmal, was für ein Stress. Aber wir hatten nur gute Stimmung auf dem Bau, alle fanden das Projekt löslich. Wir finden, diese Atmosphäre spürt man auch heute im fertigen Haus.

Bei der Heizung war uns klar, wir haben einen eigenen Wald, also heizen wir mit dem eigenen Holz. Die Regenwassertanks im Keller geben Wasser für Aussenhähne, WC und zum Waschen. So braucht man viel weniger Waschmittel, weil Regenwasser nicht kalkhaltig ist. Dafür braucht man eine Waschmaschine mit zwei Anschlüssen, um die Seife am Schluss mit Leitungswasser auswaschen zu können. Eine solche Profi-Waschmaschine haben wir in einem Hotelabbruch gefunden. Für den Strom hatte ich schon Jahre zuvor vorsorglich Leitungen vom Dach meiner Werkstatt zum Haus verlegt. Damals hiess es noch, Solarpanels gehen nicht, wegen dem Ortsbild. Später haben sie gesagt, da kann man jetzt eigentlich wirklich nichts mehr dagegen haben. Wir sind jetzt zu 97 Prozent Selbstversorger mit Solarstrom.

Weil wir so lange bauten, war es zu teuer, ein Metallgerüst zu mieten. Ich habe deshalb selbst eines gebaut. Aus den Planken des Gerüsts habe ich am Schluss unser Bett gezimmert. Handwerker war ich immer schon, das ist mein Leben. Schon als Bub habe ich immer Hütten gebaut. Und als Betriebsmechaniker musste ich immer improvisieren. Wenn du kein Ersatzteil hast, machst du eins mit dem Material, das du hast, das ist sehr kreativ. Für den Hausbau musste ich mich immer in einen neuen Bereich einarbeiten, wie verlegt man Plättli, wie deckt man ein Dach, wie verkabelt man ein Haus. Das war unglaublich spannend, ich habe häufig die Zeit vergessen, musste mich fast selbst bremsen, wenn ich wieder einmal den ganzen Tag auf dem Bau verbracht hatte.

An meinem Geburtstag sind wir das erste Mal im Haus aufgewacht. Seither haben wir einen Smile im Gesicht. Wir leben im besten Haus der Welt, dem genialsten, das man sich vorstellen kann. Übrigens, da wo du draufstehst, das ist der Grabstein meiner Grossmutter.

Story 61



Es ist nicht immer ganz klar, was ein Gegenstand ist, das finde ich lustig. Je nachdem, wer ihn anschaut, in welchem Zusammenhang man ihn anschaut, kann er immer wieder etwas ganz anderes sein. Letzthin habe ich meiner Freundin beim Räumen und Zügeln geholfen. Sie hat immer viel genäht und in einer alten Truhe waren die gesammelten Stoffreste von Jahrzehnten. Ganz zuunterst fanden wir schmale Streifen gehäkelter Stoffbahnen, alles in rosa Tönen. «Ach ja», sagte meine Freundin, «die habe ich vor 40 Jahren für meine erste Wohnung gehäkelt und als Vorhänge ans Fenster gehängt, das hat mir gefallen, weil es ein bisschen hippiemässig war! Aber jetzt habe ich sie lang genug behalten, die kommen jetzt weg.»

Und ich: «Nein, sicher nicht, die brauche ich als Schal!»

Ich habe die Häkelbahnen mit nach Hause genommen, zwei zusammengenäht und fertig war der Schal. Jedes Mal, wenn ich ihn anziehe, denke ich dran, dass ich jetzt eigentlich einen Vorhang um den Hals habe. Und das macht mir dann ganz besonders Spass und Freude. Weil er mal etwas ganz anderes war, weil er vierzig Jahre in einer Truhe verbracht hat. Und weil ich ihn vor dem Untergang gerettet habe. Dass das mal ein Vorhang war, merkt sonst niemand. Das wissen nur meine Freundin und ich.

Story 137



Wir servierten einmal Sorbet mit Sauerampfer, das hat unsere Gäste total begeistert. Das schmeckt wie früher, haben sie gesagt, als ich als Kind auf der Nachbarwiese rumgerannt bin. Essen ist emotional, nahe am Herzen. Wir verbinden mit Essen sofort Erinnerungen und persönliche Geschichten.

Bereits im Studium habe ich gerne Events veranstaltet, mit guter Musik und Essen. Dadurch habe ich Sue kennengelernt. Zusammen haben wir das Catering-Startup Tastelab gegründet. Am Anfang standen physikalische Kochprozesse und die Freude am Experimentieren im Vordergrund.

Als wir am Weltwirtschaftsforum 2020 für die ETH ein Catering zum Thema Sustainability organisieren sollten, haben wir gründlich und wissenschaftlich analysiert: Was macht Essen nachhaltig und was nicht? Wenn man tierische Produkte weglässt, hat man schon einen grossen Teil der Probleme gelöst. Deshalb ist unsere Küche seither pflanzenbasiert. Das führt auch zu lustigen Erlebnissen, wie dass man dem grössten australischen Beef-Farmer veganes Essen serviert.

Uns ist es wichtig, dass wir mehr servieren als nur gutes Essen. Unsere Gäste sollen etwas erleben, sich an etwas erinnern können. Und sie sollen etwas über die Produkte lernen, die sie konsumieren; wo sie herkommen und wie sie hergestellt werden. Wir mögen es kreativ: Einmal haben wir unser Dessert in Spritzflaschen auf einer Malplatte serviert. Wer Lust hatte, konnte ein eigenes Dessert designen.

Sue und ich sind beide Quereinsteiger:innen, sie Physikerin und ich Informatiker. Wir haben zu Beginn sehr lustige Fehler gemacht. Zum Beispiel haben wir für unser erstes grosses Projekt mit 120 Dinner à sieben Gängen niemanden für den Abwasch angestellt. Aber ja, man lernt daraus. Bei mir war der Schritt in die Gastronomie nicht wirklich geplant. Am Anfang habe ich 50 Prozent für das Tastelab gearbeitet und sonst weiterhin in der Informatik, so hatte ich die finanzielle Sicherheit für den Einstieg.

Nach gut einem Jahr habe ich gemerkt, dass das mit dem Tastelab funktionieren könnte, und meine Festanstellung aufgegeben. Der Anreiz war die Begeisterung, Geld verdienen wir jetzt weniger. Den Umgang mit den Gäst:innen, die Events oder wenn die Leute sagen: Hey, das

ist echt grossartig, was ihr hier macht. Das ist einfach ein tolles Feedback, sowas kannten wir in unseren vorherigen Berufen nicht. Ich habe mit dem Branchenwechsel viel Freiheit gewonnen und kann selbst bestimmen, wann und wie lange ich verreise oder ob ich unter der Woche in die Berge fahren will.

Wir entscheiden selbst, mit wem wir zusammenarbeiten wollen. Wir haben auch schon einen gut zahlenden Kunden abgelehnt, weil er Rindfilet wollte. Dafür gewinnen wir ganz viele andere, die uns gezielt wegen unserer Philosophie anfragen.

Wir probieren auch oft komplett neue Dinge aus, veganes Randenbündnerfleisch zum Beispiel. Das ist das Schöne, glaube ich, wir haben die Möglichkeit, durch pflanzenbasiertes Essen an alte Traditionen anzuknüpfen. Die vielen Erinnerungen, die wir mit Steaks und Bündnerfleisch verbinden, müssen wir nicht aufgeben. Wir können unsere Kindheiterinnerungen weiterentwickeln. Wir sagen nicht, Bündnerfleisch servieren wir nicht mehr. Sondern: Wir servieren es nach wie vor, aber schaut, so kann man es noch cooler machen. Verbote und Schuldgefühle funktionieren nicht. Wir wollen eine neue Essenskultur schaffen.

Story 171



Ich stand mit meinen Konflikten an, bei meiner Familie, in meinem Freundeskreis, als Klima-Aktivistin. Meine Tools haben einfach nicht mehr funktioniert. Ich hatte alles probiert, die Leute konfrontiert, Polarisierung bewirkt, die ich gar nicht wollte. Ich war überheblich, dachte: Die tschäggen es alle nicht! Ich war an einem Nullpunkt.

Bei «Empathie Stadt Zürich» einzusteigen hat mir eine neue Perspektive eröffnet. Ein komplett anderer Umgang mit Menschen und uns selbst. Mit einer radikal anderen Sprache nach den Prinzipien der gewaltfreien Kommunikation: einfühlsames Zuhören, Selbst-Empathie und achtsamer Selbstaussdruck. Das üben wir in unseren Kursen. Wir wollen Schritt für Schritt eine Gemeinschaft aufbauen, in der wir anders miteinander umgehen.

Wenn wir empathisch sind, schenken wir Menschen einen Raum, wo sie sich so ausdrücken können, wie sie grad sind. Ohne jegliches Urteilen. Empathie kann ich mir auch selber geben. Was brauche ich jetzt, was sagt mir mein Körper? Je besser ich meine eigenen Bedürfnisse kenne, desto besser kann ich mich um mich und andere Lebewesen kümmern.

Manchmal missverstehen Menschen unsere Arbeit. Es geht nicht darum, nett miteinander zu sein, sondern echt. Wenn wir uns zeigen mit unseren Bedürfnissen, kann es oft zu mehr anstatt weniger Konflikten führen. Deshalb lernen wir gemeinsam, wie wir unsere Konflikte lösen und unsere Beziehungen dadurch vertiefen können.

Als Klimaaktivistin führte ich eine Reihe von Gesprächen mit Führungspersonen aus der Finanzwelt. Wir hatten uns vorgenommen, es nicht konfrontativ zu machen. Aber es passiert halt schnell, dass man nicht mehr zuhört, sich nicht mehr auf die andere Person einlässt. Je mehr man festgefahren ist, desto weniger kommt dabei raus. Wir haben das reflektiert und nachher entwickelten sich konstruktivere Austausche. Das hat mir Eindruck gemacht. Manche Menschen finden vielleicht: Geht's noch, empathisch mit den Feinden zu sprechen! Ich auf jeden Fall fühle mich so viel effektiver. Mich reizt die Frage, was braucht ein Mensch, um Entscheidungen so zu treffen, dass sie dem Wohl aller Menschen und dem Klima dienen.

Wie wir die Welt sehen, wie wir über sie reden, so kreieren wir sie auch. Ja, wir müssen von fossilen auf erneuerbare Energien umsteigen. Aber wenn wir nicht unseren grundsätzlichen Umgang miteinander ändern, werden wir die alten Muster einfach mit neuen Technologien reproduzieren. Was wir machen, ist weniger laut, aber für mich ist das selbstverständlich. Empathie funktioniert auf allen Ebenen, mit Menschen hier, Menschen an anderen Orten, mit ganzen Gesellschaften, mit anderen Lebewesen, dem Leben gegenüber. Politisches und Privates, Systemisches und Individuelles, das trenne ich nicht mehr.

Story 185





Stella Schaller ist systemische Transformationsbegleiterin, Autorin, Speakerin und Mitgründerin von «Reinventing Society» (www.realutopien.de). Sie entwickelt Formate und Bildungsangebote, die Menschen ermutigen und befähigen, eine regenerative Zukunft mitzugestalten. Sie war zuvor in der Politikberatung im Bereich SDGs und Klimadiplomatie tätig, studierte Internationale Entwicklung, Nachhaltigkeit und Kommunikation.

Mehr über Stella Schaller auf www.stellaschaller.de

Keywords: transformation, green Switzerland, regenerative urban development, visions of the future, sustainable mobility, real utopias

Real Utopias – Paths to a regenerative society

What could our lives be like in the future if we succeed in rethinking our economies, our living spaces and our ways of living together? Positive visions and real projects around the world – so-called real utopias – show that change is possible and that we have much to gain. But the road ahead requires courage, creativity and new ideas. Be inspired and discover why regeneration is the key to a better future.

Keywords: Transformation, Grüne Schweiz, Regenerative Stadtentwicklung, Zukunftsvisionen, nachhaltige Mobilität, Realutopien

Realutopien: Pfade in eine regenerative Gesellschaft

Stella Schaller

Wie könnte unser Leben in der Zukunft aussehen, wenn wir es schaffen, unsere Wirtschaft, unsere Lebensräume und unser Miteinander neu zu denken? Positive Visionen und reale Projekte weltweit – sogenannte Realutopien – zeigen, dass der Wandel möglich ist und dass wir viel hinzugewinnen können. Aber der Weg dorthin erfordert Mut, Kreativität und neue Ideen. Lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie, warum Regeneration den Schlüssel für eine lebenswertere Zukunft bietet.

Stellen Sie sich vor, Sie wachen im Jahr 2045 auf. Sie treten hinaus auf Ihren Balkon, atmen tief ein, fühlen die frische Luft und geniessen das üppige Grün. Die Stadt Zürich liegt vor Ihnen, aber sie ist nicht mehr die dicht gedrängte, graue Stadt von früher. Stattdessen sehen Sie auf den Dächern Gemüsebeete, in den Strassen summen Bienen, während lautlose E-Shuttles vorbeiziehen. Die Natur ist zurückgekehrt und mit ihr ein harmonischeres Miteinander. Regenerative Kreisläufe sorgen dafür, dass nichts verschwendet, Abfälle minimiert und Nährstoffe wieder dem Boden zugeführt werden.

Visionen wie diese sind wichtig. Denn nur, wenn wir eine Vorstellung davon haben, was eine lebenswerte und wünschenswerte Zukunft ist, können wir sie auch in Angriff nehmen und die Ausdauer für die Umsetzung mobilisieren. Joseph Beuys brachte es auf den Punkt: «Die Zukunft, die wir wollen, muss erfunden werden. Sonst bekommen wir eine, die wir nicht wollen.» Derzeit dominieren schlechte Nachrichten von Krisen, Kriegen und Katastrophen die Medien. Wenn es um Klima-

schutz und Transformation geht, hören wir ständig von Verboten, Verzicht und abstrakten Zahlen wie Emissionsbudgets. Das klingt oft nach einer Zukunft voller Einschränkungen und ohne Hoffnung. Und die Verheissung rein technischer Lösungen wirkt auch nicht mehr glaubwürdig. Viele fühlen sich dadurch entmutigt, gelähmt, ohnmächtig und verzweifelt, und Depressionen nehmen besorgniserregend zu.

Durch positive Leitsterne wieder handlungsfähig werden

Das neue Schweizer Hoffnungsbarometer 2024 zeigt, dass der mangelnde Glaube an eine bessere gesellschaftliche Zukunft insbesondere bei jungen Menschen zunehmend Hilfslosigkeit, Perspektivenlosigkeit und Gleichgültigkeit auslöst. «Hoffnungslosigkeit in Bezug auf die Zukunft der Welt bedeutet Gleichgültigkeit, Rückzug und politische Radikalisierung. Somit ist Hoffnungslosigkeit sowohl die Ursache als auch die Folge von Gleichgültigkeit und Untätigkeit», so Dr. Andreas Krafft, Autor der Studie. Ohne positive Visionen und Narrative driften wir Menschen in reaktionäre Haltungen, werden Opfer apokalyptischer und spaltender Narrative oder erstarren angesichts der Krisen.

Um die Ohnmacht und Angst vor Veränderung zu überwinden und stattdessen Kraft und Hoffnung zu wecken, braucht es auch positive Erzählungen über unsere Zukunft.

Um die Ohnmacht und Angst vor Veränderung zu überwinden und stattdessen Kraft und Hoffnung zu wecken, braucht es auch positive Erzählungen über unsere Zukunft. Geschichten und Bilder, die Lust machen, die grossen Herausforderungen anzupacken und sich auf etwas Neues einzulassen. Es braucht Initiativen, die dafür sind anstatt dagegen.

Die Neurowissenschaft zeigt, dass ein Fokus auf das, was wir verhindern wollen, Stress verursacht. Wenn wir uns ständig darauf konzentrieren, was alles schiefgehen könnte, gerät unser Gehirn in den Überlebensmodus und es fällt uns schwer, kreative Lösungen zu finden und langfristig zu denken. Wenn wir dagegen in den Blick nehmen, welche Zukunft wir eigentlich wollen, und uns positiv ausrichten, schalten wir in einen konstruktiven Modus, handeln prosozialer und können Probleme kreativer lösen. Denn der Fokus auf Ziele und wünschenswerte Zukünfte aktiviert den präfrontalen Cortex unseres Gehirns und fördert die Ausschüttung von Neurotransmittern wie Dopamin. Dies unterstützt Motivation, Lernen und Wohlbefinden. Hinzu kommt die Fähigkeit unseres Gehirns, sich zu verändern und anzupassen, je nachdem, wie wir es nutzen – ein Phänomen, das man auch Neuro-

plastizität nennt. Wenn wir regelmässig eine positive und lösungsorientierte Denkweise üben, stärken wir neuronale Netzwerke, die mit Kreativität, Problemlösungsfähigkeit und Resilienz verbunden sind. Wiederholtes negatives Denken dagegen verstärkt Angst und Pessimismus. Um gesellschaftlich handlungsfähiger zu werden, braucht es also Leitsterne, die motivieren, und eine neue Art zu denken.

Sich auf eine Vision auszurichten, bedeutet keinesfalls, Dinge schönzumalen, die Augen vor den Krisen zu verschliessen oder Probleme kleinzureden. Im Gegenteil – es geht darum, im Angesicht der tragischen Zerstörung und der hohen Risiken für unsere Gesellschaft eine konstruktive Haltung und ein offenes Mindset einzunehmen. Natürlich ist es wichtig, Gefahren ernst zu nehmen, die weltweiten Tragödien an sich heranzulassen und auf strukturelle Probleme hinzuweisen. Wir sollten in dem Zusammenhang aufhören, tiefere Emotionen wie Wut, Angst, Verzweiflung, Ohnmacht oder Trauer zu übergehen – diese Gefühle brauchen Raum und enthalten wichtige Informationen. Gleichzeitig gehört zur guten Balance die Ausrichtung aufs Positive, denn am Ende macht uns nur der Fokus auf Handlungsmöglichkeiten handlungsfähig.

In unserem Transformationshub Reinventing Society (www.realutopien.de) arbeiten wir seit vier Jahren daran, Erfahrungsräume zu öffnen und Menschen in eine alternative Zukunft einzuladen. Hier wird ausprobiert, geforscht, geträumt, gespürt, geplant und entdeckt. Wie wollen wir eigentlich leben? Wie fühlt es sich an, in einer regenerativen Gesellschaft zu leben, die Leben florieren lässt, anstatt es zu zerstören? Wie sieht es aus, welche Umgebungen braucht es dafür? Wie bewege ich mich fort, wie arbeite ich, und was kann ich genau jetzt dafür tun? Ein zentrales Element unserer Workshops, Trainings und Seminare ist der Austausch mit anderen. Denn sobald man mit seinen Wünschen und Sorgen nicht mehr allein, sondern in Gemeinschaft ist, nehmen Gefühle der Selbstwirksamkeit, Tatendrang und Zuversicht messbar zu.

Realutopien machen vor, wie Wandel funktioniert

Für unser Buch «Zukunftsbilder 2045», das 2023 erschienen ist, haben wir mit zahlreichen Städten und Gemeinden zusammengearbeitet und mutmachende Geschichten entwickelt, wie uns die grosse Transformation gelingen könnte. Fotorealistische Visualisierungen europäischer Städte machen anschaulich, dass eine andere Welt schon jetzt möglich ist und wie sich der Alltag in ihr anfühlt. Das sind keine allzu fernen Utopien mit fliegenden Helikopter-Taxis oder Kolonien auf dem Mars, sondern auf bereits bestehenden Ansätzen aufbauende regenerative Konzepte. Denn zahlreiche wirkmächtige soziale oder technische Innovationen gibt es bereits. In Wien wurde zum Beispiel der Bezirk Seestadt Aspern zu einer «Schwammstadt» umgebaut, die Regenwasser effizient speichert. An heissen Tagen wird das gespeicherte Wasser abgegeben und kühlt die Stadt. In Paris wachsen auf Dachfarmen





www.realutopien.de | Zürich Paradeplatz 2045, Zukunftsbilder 2045 | © Reinventing Society & Wire Collective (Foto: denese grebin)



Abb. 1 Seite 54/55: Zürich Paradeplatz, Zukunftsbilder 2045 (Quelle: Reinventing Society & Wire Collective, Ursprungsfoto: Denese Grebin)

Abb. 2: St. Gallen Bahnhofsplatz, Zukunftsbilder 2045 (Quelle: Reinventing Society & loomn & VCS, Ursprungsfoto: Joel Pfeiffer)

inmitten der Stadt mehrere Tonnen Gemüse jährlich, die lokale Märkte versorgen. Eine weitere sogenannte «Realutopie»: Die Gemeinwohlökonomie, die in 35 Ländern aktiv ist, erlaubt es, soziale und ökologische Auswirkungen des wirtschaftlichen Handelns zu messen und vergleichen. In Deutschland haben sich hunderte Unternehmen, viele Gemeinden und ganze Landkreise der Gemeinwohlökonomie angeschlossen. Und dann sind da noch Bürgerräte, in denen zufällig ausgewählte Bürger:innen zusammenkommen, um über zentrale Themen zu debattieren und Entscheidungsempfehlungen zu erarbeiten. Weltweit gibt es immer mehr Städte und kleine Gemeinden, die Bürgerräte als Instrument nutzen, um Bürger:innen aktiv in Entscheidungsprozesse einzubinden und Demokratien zu revitalisieren. Besonders wirksam ist auch die Permakultur, die auf gesunde landwirtschaftliche Systeme

abzielt und die Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität fördert. In der Schweiz haben Projekte wie die Permakultur-Gemeinschaft «Schloss Glarisegg» gezeigt, wie Kreislaufwirtschaft und ökologische Verantwortung das soziale Miteinander stärken und das lokale Ökosystem verbessern. Die Schweizer Stadt Fribourg ist ebenfalls ein schönes Beispiel für eine gelungene Realutopie. Sie schafft einladende öffentliche Räume, wertet Plätze auf und bekämpft Hitzeinseln durch Baumpflanzungen. Darüber hinaus fördert sie die Entwicklung des Fuss- und Radverkehrs. Ein anderes Beispiel ist Zürich: Im Herbst 2024 wurden die Stadtklima-Initiativen durch die Stimmberechtigten angenommen. Jährlich werden nun 0,5 Prozent der Strassenfläche in Grünräume oder Flächen für den Fuss-, Velo- und öffentlichen Verkehr umgewandelt. Diese Realutopien zeigen, dass regenerative Konzepte kein Wunschdenken mehr sind. Vieles davon passiert schon – und wir können jetzt selbst erleben, wie unsere Städte sich Schritt für Schritt verändern. Und wir sehen, dass die Transformation, in der wir uns längst befinden, eine grosse Chance bietet für mehr Gesundheit und Lebensqualität, Freiheit und Sicherheit, Natur und Gemeinschaft.

Regenerativ ist das neue nachhaltig

Mittlerweile haben Sie ein paar Mal das Wort «regenerativ» gelesen, das sich von «nachhaltig» abhebt. Denn Nachhaltigkeit – mit dem Fokus auf «erhalten» – ist mittlerweile nicht mehr ausreichend. Viele Ökosysteme und auch soziale Strukturen sind so degradiert und zerstört, dass ein blosser Erhalt nicht mehr erstrebenswert ist. Es braucht Wiederaufbau, Heilung und Renaturierung, Regeneration. Anders als bei Restoration, die in erster Linie auf Reparatur der Ökosysteme abzielt, geht Regeneration weiter: Wir Menschen verändern unser Selbstverständnis, werden vom Herrscher zum Hüter der Erde und erfahren uns wieder als Teil eines grossen Ganzen. Ganzheitliches Denken und Handeln ist also die Grundlage für regenerative Veränderung. Mittlerweile ist eine globale regenerative Bewegung entstanden, die rasant wächst und neue Lösungen für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts anbietet. Sie verbindet technische Innovation mit einem tiefen Respekt für die natürlichen Prozesse lebendiger Systeme und für soziale Gerechtigkeit.

Attraktive Visionen für eine lebenswerte Schweiz

In einem neuen Projekt, das wir mit dem Verkehrsclub der Schweiz (VCS) und seinen Sektionen umsetzen, entwickeln wir gemeinsam mit ehrenamtlichen Akteur:innen aus 11 Kantonen positive Zukunftsbilder für eine regenerative Stadtentwicklung in der Schweiz.

Als Grundlage dienen eigens aufgenommene Drohnenvideos, die den Stand heute abbilden – mit ihrer meist nicht so nachhaltigen und wenig menschenfreundlichen Infrastruktur. In einem Kreativ-Prozess tauchen wir ein in die Potenziale der

Szene, sammeln Ideen und Ansätze, den ausgewählten Ort regenerativ umzugestalten. Methodisch greifen wir auf geführte Imaginationen und an Design-Thinking angelehnte Praktiken zurück, die den partizipativen Charakter des Prozesses fördern. Lokales Wissen und Expertise aus unterschiedlichen Bereichen fließen ein und am Ende arbeitet loomn, eine 3D-Agentur, die Ideen in fotorealisiertem Stil und hochauflösend in das Ursprungsfoto ein. So entstehen «realutopische» Ansichten, die schon existierende Lösungen integrieren und auf visionäre Weise aufzeigen, was alles möglich ist. Der VCS produziert für 2025 aus den Bildern einen Kalender, der zeigt, wie 13 Schweizer Städte und Dörfer zu Vorbildern der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit werden können.

Eine besondere Rolle spielt bei diesem Projekt der Verkehr – wichtiger Hebel für die Klimaziele und häufiges Streitthema in der Schweiz. Vor allem in städtischen Gebieten und Ballungszentren führen Staus und überfüllte Strassen zu täglichen Verzögerungen und Belastungen für Pendler:innen. Der Wunsch nach einem Ausbau der Strassenkapazitäten trifft oft auf Widerstand von Umweltschützer:innen, die die negativen Folgen für Natur und Klima betonen. Diese Zielkonflikte gilt es mit integralen Stadtkonzepten aufzulösen, die sowohl moderne Mobilitätsbedürfnisse adressieren als auch ökologisch und sozial sind. In unseren Entwürfen werden zentrale Verkehrsachsen zu grünen Korridoren umgestaltet, auf denen Fussgänger:innen, Velofahrer:innen, E-Busse und Sharing-Shuttles Vorrang haben. Ergänzt werden diese durch intelligente Mobilitätsplattformen, die es den Bürger:innen ermöglichen, auf Knopfdruck zwischen verschiedenen umweltfreundlichen Verkehrsmitteln zu wechseln. Ein Beispiel ist das Konzept der «15-Minuten-Stadt», das in Paris bereits aktiv verfolgt wird. Alle wesentlichen Einrichtungen des täglichen Lebens sind innerhalb einer Viertelstunde zu Fuss oder mit dem Fahrrad erreichbar.

Vielleicht sind Ihnen beim Lesen bereits Ideen durch den Kopf gegangen, welche Zukunft Sie wünschenswert finden und welche Ideen Sie unterstützenswert finden? Nur wenn wir diesen Impulsen und Inspirationen nachgehen, können sie wachsen und gedeihen. Auf unserer Infothek für Realutopien finden Sie viele weitere Grafiken und innovative Methoden zum Entwerfen und Gestalten Ihrer eigenen Realutopien.

www.realutopien.info



Abb. 3: Appenzeller Landsgemeindeplatz, Zukunftsbilder 2045 (Quelle: Reinventing Society & loomn & VCS, Ursprungsfoto: Joel Pfeiffer)

Das Zukunfts- interview



Ramona Sprenger interessiert sich für die gesellschaftlichen Auswirkungen von und Gestaltungsmöglichkeiten in digitalen Technologien. Als Interaction Designerin arbeitet sie transdisziplinär, um praktische und innovative Zugänge zu Wissen sowie Orte für Austausch und Mobilisierung zu schaffen. Sie ist Partnerin im Dezentrum, Think & Do Tank für Digitalisierung und Gesellschaft und nebenbei im Kulturbereich tätig. Sie hat einen kleinen Hund namens Bellini (wie der Cocktail).

ramona.sprenger@swissfuture.ch

«Mich interessiert, ein Umfeld zu schaffen, in dem Technologien wünschenswerte Auswirkungen entfalten können.»

In der aktuellen Interviewreihe sprechen wir mit unseren Vorstandsmitgliedern über ihre Zukunftsvorstellungen, inhaltlichen Schwerpunkte und persönlichen Haltungen. In dieser Ausgabe treffen wir Ramona Sprenger, Interaction Designerin und Expertin für Digitalisierung und Gesellschaft.

Mit welchen Zukunftsthemen beschäftigen Sie sich aktuell?

Ich bin Partnerin im Think & Do Tank Dezentrum. Wir beschäftigen uns mit der Schnittstelle Digitalisierung und Gesellschaft. Digitalisierung scheint inhärent zukunftssträchtig zu sein: das Silicon Valley, das uns Innovation und somit Zukunft bringt. Auch wurde in Science-Fiction-Romanen und -Filmen lange die Zukunft vor allem über neue Technologie dargestellt – fliegende Autos, selbstkochende Küchen und Laserschwerter. Die gesellschaftliche Entwicklung hingegen wurde oft vernachlässigt. In politischen Debatten, wie etwa zur Klimakrise, wird Technologie häufig als magische Lösung angepriesen.

Es ist gefährlich, diese Narrative so hinzunehmen. Digitalisierung wird als unvermeidlich betrachtet, doch wir als Gesellschaft müssen aktiv mitbestimmen, welche (digitale) Zukunft wir wollen – und das jenseits eines digitalen Imperativs. Beim Dezentrum experimentieren und forschen wir darum nicht nur, wie die Digitalisierung die Gesellschaft beeinflusst, sondern umgekehrt, wie die Gesellschaft die Digitalisierung gestalten kann – und zwar im Sinne des Gemeinwohls. Wie sieht eine wünschenswerte (digitale) Zukunft für alle aus?

Bei neuen Technologien wie künstlicher Intelligenz geht es uns nicht nur um die theoretischen Möglichkeiten, die sie bieten. Vielmehr müssen wir auch klären, unter welchen Bedingungen diese Technologien tatsächlich wünschenswert sind. Dabei ist es entscheidend, die negativen Auswirkungen im Blick zu haben und zu hinterfragen, wer von diesen Entwicklungen profitiert. Die Digitalisierung fungiert derzeit als Treiber von Ungerechtigkeit, wobei bereits marginalisierte Gruppen überproportional von ihren negativen Folgen betroffen sind. Mich interessieren die gesellschaftlichen, rechtlichen und ethischen Rahmenbedingungen, die notwendig sind, um ein Umfeld zu schaffen, in dem Technologien tatsächlich wünschenswerte gesellschaftliche Auswirkungen entfalten können.

Aber was sind überhaupt gesellschaftlich wünschenswerte Auswirkungen, wer bestimmt das?

Ein erster Schritt ist die Sensibilisierung der Menschen, damit sie sich eine Meinung zur Digitalisierung bilden können. Viele fühlen sich durch technische Aspekte überfordert und halten das Thema für ein Expert:innenfeld. Doch die meisten haben zu konkreten Fragen – etwa ob ein Billettautomat an der Bushaltestelle wegdigitalisiert werden soll oder ob Google Zugriff auf ihre Mails haben darf – sehr wohl eine Meinung.

Dann geht es um das Kreieren und Testen von wünschenswerten Zukunftsszenarien. Dort findet die Aushandlung statt, was wünschenswert ist und was nicht. Mit Experimenten können wir verschiedene Zukünfte greifbar machen und testen.

Es geht also auch um eine Demokratisierung der Zukunft. Die (digitale) Zukunft sollte nicht den Expert:innen oder grossen Technologieunternehmen überlassen werden. Wir müssen herausfinden, welche Zukunft wir wollen – und diese aktiv einfordern und gestalten.

Wie würden Sie in drei Stichworten den Zustand der Welt beschreiben?

Die Frage nach dem Zustand der Welt ist eine sehr grosse – aber ich kann zumindest drei Stichworte nennen, die mir in meinem Umfeld auffallen:

Vermessen: Von den Schritten, die wir täglich machen, bis zu unseren Denk- und Konsummustern wird unser Leben vermessen und in digitale Strukturen gegossen. Es ist praktisch unmöglich, sich zu entziehen. Diese Vermessung und Kategorisierung scheint objektiv, zeigt aber nur das, was wir zu messen glauben. Sie gibt uns bestehende Muster (mit allen Vorurteilen), anstatt wirklich zukunftsweisend zu sein.

Verwoben: Der menschliche Exzeptionalismus hat im Westen lange Zeit die Vorstellung geprägt, dass wir über und getrennt von den ökologischen Systemen stehen. Die Klimakrise zeigt, dass unser Handeln unmittelbare Konsequenzen für den gesamten Planeten hat. Aktuell entsteht eine neue Wahrnehmung unserer tiefen Ver-

flechtung mit der Welt. Wir müssen lernen, uns als Teil des Ganzen neu zu begreifen. Menschliches Leben und kulturelle Praktiken müssen in einem respektvollen Gleichgewicht mit dem Ökosystem stehen, um nachhaltig und zukunftsfähig zu sein. Wir leben in einer Welt von Subjekten, mit unsichtbaren Fäden, die alles verbinden.

Verwirrt: Wir leben in einer Ära der Informationsüberladung, in der Wissen so zugänglich ist wie nie zuvor. Auf Social Media sehe ich das Foto einer Freundin direkt neben Nachrichten aus Krisengebieten. Diese ständige, unmittelbare Informationsflut hat positive Seiten: Wir können uns informieren, Stellung beziehen und uns weltweit vernetzen. Doch diese dauerhafte Präsenz ist auch überwältigend und erzeugt ein Gefühl der Überforderung. Diese Überforderung kann dazu führen, dass wir abstupfen und uns am Ende gar nicht mehr engagieren.

Welche Veränderungen nehmen Sie in unserer Gesellschaft wahr? Und welche wünschen Sie sich?

Demokratie und Rechtsstaatlichkeit mögen bei Weitem nicht perfekt sein, aber wenn autoritäre Strömungen und faschistische Tendenzen an die Türen klopfen oder die Schwelle schon überschritten haben, sollten wir uns bewusst machen, dass diese Systeme aktuell die Grundfesten unserer Freiheit und unseres Zusammenlebens sichern. Wir brauchen ein neues Bewusstsein dafür, was auf dem Spiel steht und wie wichtig es ist, für demokratische Prozesse einzutreten. Eigentlich aber fühle ich mich gar nicht so staatstragend, wie das hier nun klingen mag, und würde lieber ausführen, was ich alles an unserem aktuellen System ändern möchte. Ich wünsche mir also autoritäre Strömungen weg, damit wir gemeinsam noch bessere Formen des Zusammenlebens imaginieren können.

Sind Sie zukunftsoptimistisch oder -pessimistisch? Warum?

Ich bin klar optimistisch. Die Zukunft ist kein festgeschriebenes Schicksal, sondern kann gestaltet werden – das ist für mich ein zentraler Gedanke. Zukunftsoptimistisch ist also eine Entscheidung. Diese Haltung gibt mir Handlungsfähigkeit und ein Gefühl der Verantwortung. Wenn wir wünschenswerte Zukunftsbilder haben, können wir aktiv darauf zuarbeiten.

Welche Innovation wünschen Sie sich?

Ich bin nicht besonders angetan vom Wort Innovation. Ich weiss nicht, wie viel Neues wir tatsächlich noch brauchen. Wir haben bereits Lösungen für viele Probleme. Und bei vielen Problemen ist die Lösung, eben nicht noch mehr zu erfinden und zu produzieren. Eher wünsche ich mir eine Art gesellschaftliche Innovation, die sich auf Achtsamkeit konzentriert (und damit meine ich nicht ein leeres Buzzword).

Was wird in unserer Gesellschaft in 30 Jahren anders sein?

Ganz im Sinne von zukunftsoptimistisch antworte ich mit einem Wunsch: Im Rückblick wird es unvorstellbar sein, wie 2024 die digitalen Infrastrukturen aufgebaut waren und dass die digitale Öffentlichkeit weitgehend in den Händen privater Unternehmen lag, die nicht transparent arbeiteten und lediglich auf Profitmaximierung abzielten. In 30 Jahren werden digitale Räume gemeinschaftlich oder öffentlich verwaltet werden, um den Bedürfnissen der Gesellschaft zu dienen, statt Profitinteressen zu folgen.

Was lässt Sie hoffen?

Jedes neue Album von Haiyti, die Bücher von Ursula K. Le Guin und eine Piña Colada, serviert in einer Ananas.

Studien zur Zukunft der Schweiz

Schweiz unter Ländern mit weltweit grösstem Wachstumspotenzial durch generative KI

Institution: Strategy&

Autorin: Stéphanie Tobler-Mucznik
PwC Schweiz,
stephanie.tobler.mucznik@pwc.ch

- Generative künstliche Intelligenz (GenAI) könnte das Wirtschaftswachstum in der Schweiz pro Jahr um 0,5 % bis zu 0,8 % steigern.
- Bis 2030 entspräche das einem zusätzlichen potenziellen BIP von bis zu 50 Mrd. Schweizer Franken.
- Die Technologie- und Softwarebranche sowie Medien-, Pharma- und Finanzunternehmen gehören voraussichtlich zu den grössten Gewinnern der neuen Technologie.
- In der Schweiz sind diese Sektoren im Vergleich zu weniger KI-begünstigten Ländern wie Deutschland oder Frankreich besonders stark vertreten.
- Um das volle Potenzial generativer KI auszuschöpfen, sollten Schweizer Firmen entsprechende Produktivitätssteigerungen möglichst schnell umsetzen; gleichzeitig müssen die Standortbedingungen für Tech- und KI-Unternehmen im Rahmen einer nationalen KI-Strategie weiter gestärkt werden.

Die Schweizer Wirtschaft besitzt das weltweit höchste Wachstumspotenzial durch generative KI und könnte allein durch den Einsatz der neuen Technologie in den kommenden Jahren jährlich 0,5 bis 0,8 % zulegen. Das zeigt die Studie «Embracing the GenAI Opportunity» von Strategy&, der globalen Strategieberatung von PwC, die das Wertschöpfungspotenzial der neuen Technologie in 20 Industrien weltweit analysiert hat. Als generative KI werden dabei alle Formen künstlicher Intelligenz definiert, die Inhalte verschiedenster Art wie Text, Bild oder Ton analysieren und neu erstellen können. Im Gegensatz zu früheren KI-Systemen kann generative KI

durch einfache sprachliche Befehle intuitiv bedient werden. In einem Best-Case-Szenario könnte die Technologie laut Studie in der Schweiz einen BIP-Schub von insgesamt bis zu 50 Mrd. Schweizer Franken bis 2030 auslösen. Aber auch bei einer weniger breiten und schnellen Technologieadaptation läge das zusätzliche Wachstumspotenzial immer noch bei 25 Mrd. Schweizer Franken. Für Europa beziffert die Analyse das mögliche Plus auf 415 bis 850 Mrd. Schweizer Franken. Wie stark einzelne Volkswirtschaften tatsächlich von generativer KI profitieren, hängt wesentlich von den Rahmenbedingungen im jeweiligen Land, der Geschwindigkeit der Technologieadaptation sowie dem Branchenmix ab.

Der Branchenmix entscheidet

Die Auswirkungen generativer KI unterscheiden sich zwischen einzelnen Branchen enorm. Zu den potenziell grössten Gewinnern gehören alle Bereiche, in denen grosse Mengen Daten erhoben, analysiert und verarbeitet werden. Zu solchen «High Impact Industries» zählen laut Studie etwa die Softwarebranche, Medienunternehmen, die Pharmaindustrie oder der Finanzsektor. Bis zum Jahr 2030 könnte GenAI in diesen Sektoren Produktivitätsgewinne von 8 bis 15 % ermöglichen. Deutlich geringer fallen die möglichen Effizienzschübe in Bereichen wie dem Einzelhandel, dem Tourismus oder dem Gesundheitswesen aus. Diesen Sektoren könnte GenAI einen Aufschwung etwa beim Verkauf oder durch starke Personalisierung in der Kundenansprache verschaffen und die Produktivität um 4 bis 6 % heben. Am wenigsten profitieren voraussichtlich Sektoren wie die Landwirtschaft, der Bau oder die Chemie von generativer KI. Für diese stark von körperlicher Arbeit, industrieller Fertigung sowie hohem Materialeinsatz und Energiebedarf geprägten «Low Potentials» prognostiziert die Studie nur indirekte Effizienzgewinne von 2,5 bis 5 %. Der Blick auf den Schweizer Branchenmix zeigt dabei, dass die «High Impact Industries» hierzulande mit 27 % Wertschöpfungsanteil bereits überdurchschnittlich viel zum BIP beitragen, während der «Low Potential»-Sektor mit 36 % BIP-Anteil in der Schweiz vergleichsweise schwach ausgeprägt ist.

«Gerade durch die hohe Dichte an Finanz- und Pharmakonzernen ist GenAI eine riesige

Chance für die Schweiz und kann hierzulande enorme Wachstumspotenziale freilegen, etwa indem die Technologie Herausforderungen wie den Fachkräftemangel in einzelnen Bereichen löst. Wenn Schweizer Firmen jetzt fokussiert in die Nutzung der Technologie investieren, kann die Schweiz ihr Wachstum noch einmal deutlich beschleunigen und sowohl die Wirtschaft als auch die Innovationskraft mithilfe von GenAI ankurbeln», sagt Dr. Philipp Wackerbeck, Partner bei Strategy& und globaler Leiter Financial Services. «Je nach Branche setzt generative KI dabei an ganz unterschiedlichen Hebeln an. Der hierzulande starke Finanzsektor bietet zum Beispiel ein grosses Potenzial für den Einsatz generativer KI. Im Wealth Management liegt der Fokus etwa auf der exzellenten Kundenbetreuung. GenAI-Assistenten können Kundenberatern hier helfen, ihre Beratungsgespräche effizienter vorzubereiten, und ermöglichen ein verbessertes Kundenerlebnis durch individualisierte Beratung und massgeschneiderte Investmentvorschläge. Wir sehen immer mehr Projekte zu generativer KI mit Effizienzsteigerungspotenzialen von bis zu 20 %.»

Schweiz liegt weltweit vorn

Im globalen Vergleich gehört die Schweiz gemeinsam mit Belgien, Schweden, den USA sowie dem Vereinigten Königreich zur Gruppe der «GenAI-Begünstigten» und führt diese als Spitzenreiter an. Dahinter liegt im Mittelfeld die Gruppe der «GenAI-Aspiranten», die deutlich stärker an Standortfaktoren wie etwa der digitalen Infrastruktur arbeiten müssen, um die Potenziale generativer KI abschöpfen zu können. Zu dieser Gruppe gehören etwa Deutschland, Frankreich und die Niederlande. Das Schlusslicht bildet die Gruppe der «GenAI-Nachzügler», zu der unter anderem Italien, Spanien, Österreich oder Norwegen zählen. Um das volle geschätzte Potenzial von bis zu 0,8 % Wirtschaftswachstum pro Jahr durch GenAI erreichen zu können, müssen die Schweizer Unternehmen die durch GenAI möglichen Produktivitätssteigerungen laut Studie vor allem zügig und umfassend implementieren. Zugleich muss die Schweiz die Standortbedingungen für KI-Unternehmen auf dem derzeit hohen Stand halten und weiter optimieren.

«Wenn die Schweiz ihre Position als global führender Innovations-Standort halten und ausbauen will, muss das Land bei generativer KI an drei Hebeln ansetzen. Erstens müssen noch stärker als zuvor KI-Champions durch weiterhin erstklassige Standortfaktoren wie Zugang zu Talenten, digitale Infrastruktur, attraktives Investmentumfeld sowie weitere Anreize ins Land gelockt und gehalten werden. Zweitens müssen hiesige Unternehmen mit grossem Potenzial im Bereich generative KI die Technologie so schnell wie möglich implementieren. Drittens müssen die bisherigen Nachzügler den Einfluss von GenAI auf ihre Branche umfassend verstehen und ihre Organisation und Mitarbeiter darauf vorbereiten, sodass sie ebenfalls von der neuen Technologie profitieren können», sagt Dr. Philipp Wackerbeck. «Damit dies gelingt, kommt es auf Unternehmen, Bürger und Politik gleichermaßen an. Eine dedizierte GenAI-Strategie sowie die Kommunikation regulatorischer Leitplanken orientiert am EU GenAI Act könnten die Adaption von KI beschleunigen. Generative KI ist dabei eine vielversprechende, aber dennoch nicht die einzige Technologie mit dem Potenzial, das künftige Wirtschaftswachstum voranzutreiben. Eine auf mehrere Technologien ausgerichtete Investitionsstrategie von Unternehmen und Politik ist daher erfolgsentscheidend.»

Access: <https://www.strategyand.pwc.com/ch/de/presse/generative-ki-kann-bip-heben.html>



Die Schweiz blickt skeptischer in die Zukunft

Institution: GFS Bern

Auftraggeber: SRG

Kontakt: Urs Bieri, urs.bieri@gfsbern.ch

Die Menschen in der Schweiz blicken pessimistischer in die Zukunft als noch vor einem Jahr. Das zeigt die grosse Meinungsumfrage «Wie geht's, Schweiz?», die die SRG zum zweiten Mal durchgeführt hat. Mit ihrem aktuellen Leben sind die Befragten hingegen mehrheitlich zufrieden. «Die Zeit, in der wir unbesorgt leben können, ist vorbei. Mit der Welt geht es aktuell nur noch bergab.»

71 % der Schweizer:innen stimmen dieser Aussage zu. Und nur 26 % finden, dass Kinder in der Schweiz heute so sorgenfrei aufwachsen wie keine andere Generation vor ihnen. Das sind 7 % weniger als im letzten Jahr.

In den kommenden Jahren beschäftigen Herr und Frau Schweizer vor allem die steigenden Krankenkassen-Prämien und Kriege. Beide heben sich deutlich von den restlich abgefragten Themen ab. Im Vergleich zur letzten Befragung hat sich eine leichte Prioritätenangleichung von Nachhaltigkeits- und Existenzthemen vollzogen. Trotzdem zeigen die hohen Werte, die dem nachhaltigen Lebensstil und dem Klimawandel weiterhin beigemessen werden, dass die Flamme rund um die Klimadebatte 2024 weiterbrennt. Künstliche Intelligenz, die in diesem Jahr erstmals abgefragt wurde, gilt für etwa zwei Drittel als zentraler Schwerpunkt der kommenden Jahre. Damit hat sich das Thema in kürzester Zeit als bedeutende Herausforderung etabliert.

Access: https://www.gfsbern.ch/wp-content/uploads/2024/11/242908_wie_gehts_schweiz_schlussbericht_v4.pdf



Thema

#kontrovers

Dilemma – wie halten wir das aus?

15. Januar 2025, 18–19 Uhr

ALPS Alpines Museum der Schweiz

Teil der Ausstellung

Grönland. Alles wird anders

bis 16. August 2026

www.alps.museum



Stella Schaller, Reinventing Society,
et al. (Hrsg.) (2023):

Zukunftsbilder 2045.

Eine Reise in die Welt von morgen.

München: oekom

Ausstellungen



Insektensterben – Alles wird gut

bis 31. Mai 2025

Naturhistorisches Museum Bern

www.nmbe.ch

Wasser. Gestaltung für die Zukunft

bis 6. April 2025

Museum für Gestaltung, Zürich

<https://museum-gestaltung.ch>

Science Fiction Design.

Vom Space Age zum Metaverse

bis 11. Mai 2025

Vitra Schaudapot, Weil am Rhein

www.design-museum.de

Veranstaltung

21. Europäischer Trendtag

Highway to Heaven? How AI Transforms Society and Work

12. März 2025

Gottlieb Duttweiler Institut, Rüschlikon

www.gdi.ch

Gendergerechte Sprache

Das swissfuture-Magazin bemüht sich um eine gendersensible Sprache, die alle Menschen in ihrer Vielfalt anspricht und abbildet. Wo neutrale, Dudenkonforme Lösungen nicht möglich sind, wird der Gender-Doppelpunkt eingesetzt.

Open Access Policy

Das swissfuture-Magazin befolgt die Vereinbarungen für Gold Open Access und bietet damit einen sofortigen freien Zugang zu den Inhalten ab dem Erscheinen der Ausgabe. Autor:innen dürfen ihre Artikel unter einer CC-BY 4.0-Lizenz jederzeit publizieren und sie behalten umfänglich die Verwertungsrechte, wobei die Erstpublikation angegeben werden muss. Sie tragen keine Kosten.

Zitierweise

Zitate im Text

Für eine Literaturangabe ist in Klammern der Nachname des:der Autor:in, das Publikationsjahr sowie (im Fall von direkten Zitaten in Anführungszeichen) die Seitenzahl anzugeben. Wird der Name des Autors bereits im Text genannt, wird nur das Publikationsjahr (und die Seitenzahl) in Klammern angegeben. Beispiele: ...Goffman (1974: 274–275)...

Literaturverzeichnis

Im Literaturverzeichnis werden alle zitierten Werke aufgeführt. Es ist alphabetisch nach den Nachnamen der Autor:innen zu ordnen, deren volle Namen angegeben werden sollten. Zwei oder mehr Werke derselben Autor:in sollten chronologisch nach Publikationsjahr geordnet werden. Beispiele:

Monographie – ein:e Autor:in

Goffman, Erving (1974): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrung*. Frankfurt: Suhrkamp.

Monographie – zwei oder mehr

Autor:innen

Berger, Peter L. und Thomas Luckmann (1966): *The social construction of reality: A treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Anchor.

Sammelband

Maso, Ilja (2001): *Phenomenology and Ethnography* (136–174), in: Paul Atkinson, Amanda Coffey, Sara Delamont, John Lofland und Lyn Lofland: *Handbook of Ethnography*. London: Sage.

Zeitschriftenartikel – ein:e Autor:in

Albert, Ernest (2011): *Über Backlash, Neukonstellationen und einige Schweizer Wertentwicklungen*, in: swissfuture 01/11: 4–7.

Zeitschriftenartikel – zwei oder mehr

Autor:innen

Jensen, Carl J. und Bernhard H. Lewin: *The World of 2020: Demographic Shifts, Cultural Change and Social Challenge*, in: swissfuture 01/09: 36–37.

Zeitungsartikel

Wehrli, Christoph (22. Juli 2011): *Vielfalt und Gleichheit im Einwanderungsland* (S. 11). Zürich: Neue Zürcher Zeitung.

Artikel in elektr. Form – Zeitschrift

Schnettler, Bernd (2002): *Review Essay – Social Constructivism, Hermeneutics, and the Sociology of Knowledge*, in: *Forum Qualitative Sozialforschung* 3(4), <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/785> (27. Juli 2011).

Artikel in elektr. Form – Zeitung

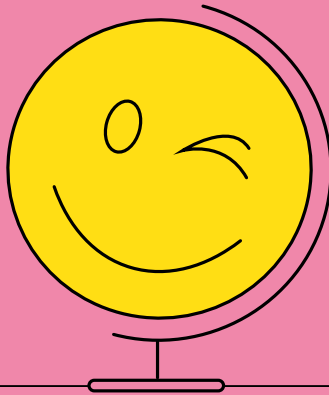
Dätwyler, Tommy (27. März 2008): *Neues Leben auf alten Inkapfaden*, in: *Neue Zürcher Zeitung*, http://www.nzz.ch/magazin/reisen/neues_leben_auf_alten_inkapfaden_1.695490.html (27. Juli 2011).

Informationen auf Website veröffentlicht

Bundesamt für Statistik (2010): *Szenarien zur Bevölkerungsentwicklung in der Schweiz 2010–2060*. Neuenburg: BFS. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/news/publikationen.html?publicationID=3989> (27. Juli 2011).

*Der Ruf nach «positiven»
Geschichten wird immer lauter.
Aber was ist eine positive
Geschichte in einer Welt, in der
alles aus den Fugen scheint?*

Moritz Jäger



**Abonnieren Sie das Magazin unter:
swissfuture.ch**