# Navigieren im Ungewissen: Impulse zur Zukunft der Gesellschaft

#4: Projekt Zuversicht:
Woher nehmen und wie
stiften wir in Krisenzeiten
Hoffnung für morgen?



"Hoffnung ist nicht die Überzeugung, dass etwas gut ausgeht, sondern die Gewissheit, dass etwas Sinn hat, egal wie es ausgeht."

Václav Havel, erster Präsident der demokratischen Tschechischen Republik

## Warum "Navigieren im Ungewissen"?

Klimakrise, Corona-Pandemie, Krieg in Europa – unsere Gegenwart wird stark von Krisen bestimmt. Deswegen wird die Fähigkeit zum "Navigieren im Ungewissen" zur gesellschaftlichen Kernkompetenz. Denn gesellschaftlicher Zusammenhalt gelingt nicht im Vakuum, sondern inmitten gesellschaftlicher Veränderungen und Dynamiken.

Welche Spuren hinterlassen Ausnahmezustände wie Pandemie, Inflation oder militärische Eskalationsgefahr in unserer Gesellschaft? Wie entwickelt sich die kollektive Handlungs- und Streitfähigkeit? Welche Faktoren beeinflussen den Zusammenhalt und wie steht es aktuell um sie? Und wie schauen die Menschen derzeit in die Zukunft?

Diese Fragen wollen wir frühzeitig stellen, um zu beleuchten, in welchem Umfeld gesellschaftlicher Zusammenhalt aktuell gestaltet werden kann. In der Serie "Navigieren im Ungewissen" vertiefen wir einzelne Themen und Schwerpunkte, die zeigen, wohin die deutsche Gesellschaft aktuell steuert. Gedacht für Akteure, die an Fragen des gesellschaftlichen Zusammenhalts arbeiten und für alle, die neugierig sind, wie wir in Zukunft navigieren können.

Dafür hat More in Common in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen und Spanien untersucht, wie sich die Krisenerfahrung auf gesellschaftliche Dynamiken und Zukunftsaussichten der Menschen auswirkt. In dieser Serie fokussieren wir uns auf die Daten aus Deutschland, die - nach einer ersten Forschungsphase im Winter 2021/2022 - zuletzt im April (qualitative Fokusgruppen mit dem Institut Kantar) und Mai 2022 (quotierte Online-Panel-Befragung von 2.000 Erwachsenen mit YouGov) erhoben wurden. In der jüngsten Forschungsphase standen dabei die gesellschaftliche Stimmung nach dem russischen Einmarsch, Grundüberzeugungen der Menschen und insbesondere ihre Zielvorstellungen für die deutsche Gesellschaft im Fokus der Befragung.<sup>1</sup>

Mehr Informationen: www.moreincommon.de/navigierenimungewissen

# Die sechs gesellschaftlichen Typen

Auch in "Navigieren im Ungewissen" betrachten wir die deutsche Gesellschaft durch die Linse der sechs gesellschaftlichen Typen, die wir ursprünglich in unserer Studie "Die andere deutsche Teilung" anhand eines sozialpsychologischen Forschungsansatzes identifiziert und seither in zahlreichen Studien angewendet haben. Die Typen haben aufgrund ihrer Werte und Grundüberzeugungen jeweils eine eigene charakteristische Sichtweise auf die Dinge und Menschen im Land, woraus sich in der Dynamik eine Dreiteilung der Gesellschaft ergibt.

Bei weiterem Interesse an Methodik, Langfassung der Studie, Quiz und Typenprofilen: <a href="https://www.dieandereteilung.de">www.dieandereteilung.de</a>

<sup>1</sup> Wir danken der European Climate Foundation für ihre Förderung der Befragung.

# Projekt Zuversicht: Woher nehmen und wie stiften wir in Krisenzeiten Hoffnung für morgen?

Egal, ob wir bei More in Common in den letzten Jahren zur gesellschaftlichen Dynamik im Ganzen oder zu konkreten Großprojekten wie dem Klimaschutz geforscht haben, stets kehrte dabei ein Befund wieder: Den Menschen in Deutschland mangelt es häufig an Zutrauen, dass die großen Zukunftsfragen für das Land angegangen werden; dass alle, d.h. Politik und Wirtschaft, aber auch die Einzelnen, ihren Teil zu kollektiven Anstrengungen beitragen; dass notwendige Verbesserungen zügig gelingen können.<sup>2</sup> Und das, obwohl viele die unmittelbare Gegenwart in Deutschland im Vergleich noch positiver wahrnehmen als zum Beispiel die Menschen in Frankreich und den USA es für ihre Länder tun.<sup>3</sup>

Die deutsche Gesellschaft könnte also ein Mehr an Zuversicht gut vertragen, um die großen Herausforderungen der Zukunft anzugehen. Das gilt erst recht in heutigen Krisenzeiten, wo – nach Jahren ohnehin erschöpfender Pandemieerfahrungen – ein offener Krieg in Europa, Engpässe und Inflation hinzukommen. Glaubwürdige Zukunftsangebote zu machen und voranzutreiben, ist gemeinschaftliche Aufgabe politischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Akteure.

Doch wie genau füllen wir Zukunftsangebote mit Leben? Woher die gesellschaftliche Zuversicht dazu nehmen, wie sie stiften und verbreiten? Welche Vorschläge, Botschafter und Botschaften haben potenziell die Kraft, stark und verbindend zu wirken? Es soll Aufgabe dieses Themenpapiers sein, nach Antworten auf jene Fragen zu suchen.

### KRIEG UND INFLATION BELASTEN DIE ZUKUNFTSAUSSICHTEN DER MENSCHEN IN DEUTSCHLAND MASSIV. TROTZDEM BLEIBEN SIE OFFEN FÜR LANGFRISTIGE GESTALTUNGSFRAGEN.

Mit dem russischen Einmarsch in die Ukraine steht eine pandemiemüde deutsche Gesellschaft direkt der nächsten Krise gegenüber. Zum Entsetzen vieler über die Bilder aus Osteuropa und dem Mitgefühl für die Menschen vor Ort (70 Prozent sorgen sich um deren Schicksal) kommen handfeste Ängste im Hinblick auf die Lage in Deutschland. Derzeit sind 69 Prozent der Menschen besorgt über die finanziellen Auswirkungen des Ukraine-Kriegs auf sie persönlich. Auch fürchten 63 Prozent von ihnen um die Sicherheit in Deutschland vor militärischen Angriffen. Insbesondere in unseren qualitativen Fokusgruppen zeigte sich, wie stark derlei Befürchtungen die derzeitige Aufmerksamkeit vieler Menschen dominieren.

<sup>2</sup> Vgl. z.B. unsere Studien "Die andere deutsche Teilung: Zustand und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft" (2019) und "Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland" (2021).

<sup>3</sup> Vgl. z.B. unsere l\u00e4nder\u00fcbergreifende Forschung zu Beginn der Corona-Pandemie (2020), bei der relevante Zufriedenheitsindikatoren in Deutschland vergleichsweise stark ausfielen. Abrufbar unter: <a href="https://www.moreincommon.com/newnor-mail/">https://www.moreincommon.com/newnor-mail/</a>

Neue, massive Ungewissheiten spiegeln sich zudem in veränderten politischen Prioritäten vieler Bürgerinnen und Bürger: Inflation (38 Prozent) und der Krieg an sich (34 Prozent) liegen unangefochten auf den beiden oberen Plätzen der derzeit wichtigsten Themen. Währenddessen stürzt die lange dominierende Corona-Thematik förmlich ab und rangiert im Vergleich zu Dezember 2021 nun mit 13 Prozent nur noch auf Platz zehn.

### Diagramm 1 Politische Prioritäten der Bürgerinnen und Bürger

|  | Gesamt | Die Offenen | Die Involvierten | Die Etablierten |   | Die Pragmatischen | Die Enttäuschten | Die Wütenden |  |
|--|--------|-------------|------------------|-----------------|---|-------------------|------------------|--------------|--|
| Inflation bei Energie- und<br>Lebenshaltungskosten begrenzen | 38     | 37          | 44               | 44              |   | 30                | 40               | 43           |  |
| Krieg in der Ukraine   | 34     | 40          | 44               | 39              | , | 26                | 23               | 24           |  |
| Klimawandel und Umwelt                                       | 28     | 37          | 37               | 37              |   | 22                | 12               | 10           |  |
| Bezahlbaren Wohnraum gewährleisten                           | 27     | 27          | 28               | 23              |   | 20                | 36               | 30           |  |
| Alterssicherung verbessern                                   | 23     | 22          | 25               | 23              |   | 18                | 28               | 32           |  |
| Soziale Ungleichheit verringern                              | 19     | 22          | 23               | 13              |   | 11                | 29               | 20           |  |
| Einwanderung und Aufnahme von<br>Flüchtlingen verringern     | 18     | 11          | 10               | 14              |   | 14                | 27               | 47           |  |
| Wirtschaft stärken   | 14     | 13          | 13               | 20              |   | 14                | 15               | 15           |  |
| Gesundheitssystem verbessern                                 | 14     | 12          | 14               | 12              |   | 14                | 18               | 16           |  |
| Covid-19   | 13     | 11          | 10               | 18              |   | 14                | 14               | 9            |  |
| Bildungssystem verbessern                                    | 11     | 13          | 12               | 9               |   | 10                | 9                | 11           |  |
| Kriminalität und Gewalt bekämpfen                            | 11     | 7           | 7                | 15              |   | 13                | 12               | 17           |  |
| Familien mit Kindern unterstützen                            | 9      | 9           | 7                | 7               |   | 13                | 8                | 7            |  |
| Rassismus und Diskriminierung bekämpfen                      | 7      | 7           | 7                | 7               |   | 10                | 6                | 5            |  |
| Europäische Einigung stärken                                 | 7      | 10          | 7                | 8               |   | 9                 | 2                | 3            |  |
| Arbeitslosigkeit bekämpfen                                   | 4      | 4           | 3                | 2               |   | 9                 | 4                | 2            |  |
| Auf Gleichstellung der Geschlechter hinarbeiten              | 3      | 4           | 2                | 2               |   | 6                 | 3                | 0            |  |

Angaben in %

Welche sind Ihrer Meinung nach die WICHTIGSTEN Themen, denen Deutschland gegenüber steht? Wählen Sie die drei wichtigsten aus. Quelle: More in Common (2022)

### "Auf jeden Fall wird alles teurer." "Ich habe Angst, dass der Krieg zu uns kommt, rüberschwappt."

Zitate aus der Fokusgruppe der Wütenden

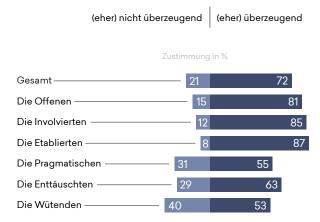
Diese raumgreifenden Gegenwartssorgen bedeuten aber ausdrücklich nicht, dass die Menschen darüber den Blick auf langfristige Gestaltungsfragen aufgeben wollen. So landet die bisherige Top-zwei-Priorität Klimaschutz nun zwar mit 28 Prozent (minus neun Punkte) "nur" noch auf Rang drei, aber sie bleibt zugleich robust – von einem breiten Einbruch der Aufmerksamkeit kann absolut keine Rede sein. Wenngleich u.a. bei den prekären Enttäuschten verständlicherweise eine leicht überdurchschnittliche Verdrängung des Klimathemas (minus elf Punkte) durch akute Alltagssorgen zu erkennen ist, bleibt es in der Bilanz dennoch stark.

Unsere Forschung macht also deutlich, dass es für die meisten Menschen kein einfaches Entweder-Oder zwischen kurzfristiger Krisenpolitik und langfristigen Weichenstellungen gibt, zum Beispiel beim Klimaschutz. Sie fordern beides im richtigen Mix. Neben einem sehr breiten Ruf nach temporären Entlastungen etwa bei Energieund Kraftstoffpreisen (83 Prozent Zustimmung bei großen Mehrheiten in allen Typen) gibt es zugleich einen Wunsch hin zum strukturellen Umbau der Energieversorgung (s. Diagramm 2). Eine "Zurückstellung" bestimmter Klimaschutzmaßnahmen kommt für rund die Hälfte der Menschen vor allem dann in Frage, wenn besagte Maßnahmen als Zusatzbelastungen im inflationsgepeinigten Hier und Jetzt zu verstehen sind. Es kommt im Umkehrschluss auf das sinnvolle Verhältnis zwischen gezielter Krisenentlastung einerseits, langfristigen Maßnahmen andererseits an.

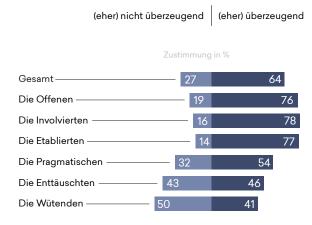
Auch eine Abfolge schwerer Krisen ändert nichts am grundlegenden Bedürfnis vieler Menschen nach Zukunftsgestaltung. Dies können gesellschaftliche Akteure als Offenheit zum Gespräch über komplexe Abwägungen im Krisenhandeln verstehen.

### Diagramm 2 Aussagen zu Energie und Klimaschutz

Wir sollten stärker und schneller als bislang in erneuerbare Energien investieren, weil wir langfristig nur so unabhängig von autoritären Staaten wie Russland werden.



Die derzeitigen Preise für Gas und Öl zeigen, dass diese Energien eine Kostenfalle sind, aus der wir nur mit den erneuerbaren Energien herauskommen.



Angesichts von Krieg und Preissteigerungen sollten wir Maßnahmen für den Klimaschutz erst einmal hintenanstellen.



Wie überzeugend oder nicht überzeugend finden Sie die folgenden Aussagen? Fehlende Werte zu 100 Prozent sind "Weiß nicht / Keine Angabe". Quelle: More in Common (2022) "Klar, ist schon wichtig, sich auch um Preissteigerungen und den Krieg zu kümmern, aber man sollte das Klima nicht außer Acht lassen, den Klimawandel. Und sollte es nicht auf die Seite schieben, sondern weiter am Ball bleiben."

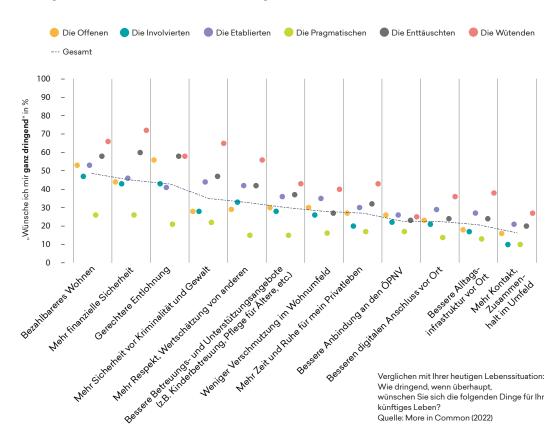
Zitat aus der Fokusgruppe der Pragmatischen

### 2. DIE MEISTEN MENSCHEN IN DEUTSCHLAND HABEN MODERATE ANSPRÜCHE AN IHRE ZUKUNFT. ES KOMMT IHNEN VOR ALLEM AUF ABSICHERUNG UND WERTSCHÄTZUNG AN.

Unsere aktuellen Fokusgruppen haben eines sehr deutlich gemacht: Wer mit Menschen in Deutschland über ihre Zukunft sprechen will, braucht ihnen nicht das Blaue vom Himmel zu versprechen oder übermäßige Reichtümer auszumalen. In der Regel sind sie im besten Sinne bescheiden, wenn man sie nach ihren Vorstellungen vom guten Leben fragt. Für viele bleibt es beim zeitlosen Mittelschichtswunsch nach hinreichender finanzieller und physischer Absicherung, nach einem ausreichenden Maß an zwischenmenschlicher und professioneller Wertschätzung, nach einer gut ausbalancierten Lebensführung zwischen Beruf einerseits und Freizeit- sowie Familienleben andererseits. Hinzu kommt eine gesunde Lebenswelt mit möglichst wenig Müll und schöner Natur, guten Versorgungsmöglichkeiten und Alltagsangeboten.

Gerade in Sachen persönlicher Absicherung und Wertschätzung besteht allerdings auch der größte empfundene Verbesserungsbedarf im "Realitätscheck": hier wünschen sich besonders viele "ganz dringend" eine Aufwärtsbewegung in ihrem eigenen Leben (Diagramm 3).

### Diagramm 3 Dringende Bedürfnisse für das künftige Leben



Was heißt das für die Tonlage, in der zivilgesellschaftliche Akteure zu Fragen der Zukunftsgestaltung kommunizieren sollten? Vor allem ist festzuhalten, dass die meisten Bürgerinnen und Bürger nicht in "Ausnahmestories" im Hollywood-Stil über ihr soziales Los nachdenken, sondern in den robusten Kategorien einer intakten Gesellschaft, in der es nicht zu viel unten und oben gibt, man selbst seinen gerechten Teil erhält, und in der die Dinge "im Lot" sind – die Natur inklusive.

In Zeiten der gefühlt exzessiven Vereinzelung und des Egoismus ist dieser Anspruch alles andere als banal. Gesellschaftliche Akteure sollten ihn deshalb konsequent aufgreifen. Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft haben so die Chance, große "transformative" Projekte wie den Klimaschutz oder technologische Neuerungen nicht etwa in lebensferner oder gar der Sprache von "Modernisierungsgewinnern" vorzutragen, sondern in greifbaren Ideen des guten gesellschaftlichen Lebens für alle. Gerade die (häufig brüchige oder nicht vorhandene) Zuversicht der Menschen, dass "große" Akteure die Lebensbedingungen in Deutschland auch für die breite Bevölkerung besser machen wollen, kann von solch einer inhaltlichen "Erdung" profitieren.

"Die sozialen Ungerechtigkeiten ein bisschen auffangen. Zurück zur Mittelschicht oder dass du als Normalverdiener normal leben kannst, ohne dir finanziell jedes Mal Gedanken machen zu müssen, wäre ein Schritt in die richtige Richtung."

Zitat aus der Fokusgruppe der Enttäuschten

"Ich möchte auf jeden Fall später in einem Haus wohnen. Muss kein großes sein, ein kleines Haus, ein kleiner Garten. Das ist für mich ganz wichtig. Ich brauche nicht unbedingt ein Auto, ich teile mir gerade eines. Ich habe ein Fahrrad. Bisschen mehr zu Hause sitzen und Zoom machen oder Teams."

Zitat aus der Fokusgruppe der Pragmatischen

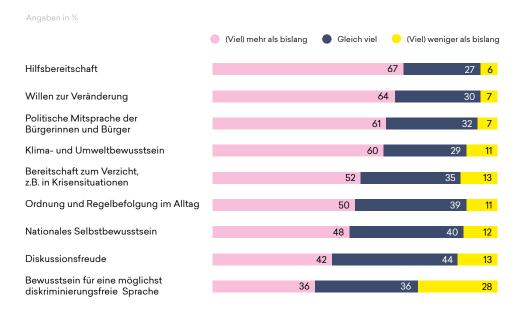
### 3. MENSCHEN WOLLEN EIN DEUTSCHLAND, DAS FUNKTIONIERT UND IN DEM MAN SICH KÜMMERT. DESHALB MÖGEN VIELE VERÄNDERUNG DANN, WENN SIE DIE "SUBSTANZ" DES LANDES STÄRKT.

Deutschland als Land, das nicht immer schnell ins Handeln kommt – diesen bereits oben erwähnten Kritikpunkt vieler Menschen bestätigen auch unsere neuesten Daten. Danach gefragt, welche Eigenschaften die Bundesrepublik derzeit am besten beschreiben, nennen die Bürgerinnen und Bürger am häufigsten "bürokratisch" (43 Prozent). In allen Segmenten liegt der Mangel an Agilität auf den obersten Plätzen, derweil das noch im Winter dominierende Attribut "gespalten" angesichts zurückgehender Corona-Debatten mit 33 Prozent "nur" noch auf Platz zwei liegt.

Dementsprechend wünscht man sich von der deutschen Gesellschaft künftig – neben einem Mehr an in der Pandemie häufig vermisster Hilfsbereitschaft (67 Prozent) – vor allen einen größeren Willen zur Veränderung (64 Prozent). Wandel kann also für viele Menschen ein Anlass zur Hoffnung sein – solange dabei einige Bedingungen erfüllt

sind, wie wir aus früheren Erhebungen wissen. Er sollte nicht überfordernd wirken, die Bürgerschaft einbinden und erkennbar auf Bedürfnisse und Qualitäten abzielen, die den Menschen auch wirklich wichtig sind. Wandel sollte also weder als normativer Selbstzweck (Transformation als sich selbst rechtfertigendes "Buzzword") noch als technologisch-wirtschaftliche Alternativlosigkeit kommuniziert werden, sondern vor allem als konkrete Verbesserung in der Art und Weise, wie das Land funktioniert.

### Diagramm 4 Braucht es in Deutschland mehr oder weniger...?



Braucht es Ihrer Meinung nach in der deutschen Gesellschaft künftig mehr oder weniger als bislang von den folgenden Dingen?

Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.

Quelle: More in Common (2022)

Man könnte auch sagen, dass Veränderung dann gut ankommt, wenn sie erkennbar die "Substanz" Deutschlands stärkt. Dieser Befund ergibt sich, wenn man die Befragten um die Bewertung bestimmter Zukunftsszenarien bittet. Besonders beliebt schneiden dabei "handfeste" Zukünfte ab, die für das Land eine starke Infrastruktur sowie eine starke und unabhängige Produktion vorsehen (Diagramm 5). Und selbst in erhitzten Debatten wie jener um die Zukunft des Autoverkehrs können vor allem solche Vorschläge Mehrheiten überzeugen, die bewusst und in erster Linie neue kollektive Güter schaffen – etwa durch begrüntere Innenstädte bei gleichzeitiger Verkehrsberuhigung (56 Prozent).

<sup>4</sup> Vgl. unser vorausgegangenes Themenpapier "Navigieren im Ungewissen: Was wünschen sich die Menschen für die Zukunft und ihr Land?" aus dem April 2022.

### Diagramm 5 Bewertung politisch-gesellschaftlicher Zukunftsbilder

"Es wäre eine gute Sache, wenn in 10 Jahren..."

|  | Gesamt | Die Offenen | Die Involvierten | Die Etablierten | Die Pragmatischen | Die Enttäuschten | Die Wütenden |
|--|--------|-------------|------------------|-----------------|-------------------|------------------|--------------|
| die öffentliche Infrastruktur, z.B. Schulen<br>oder Krankenhäuser, auf Staatskosten stärker<br>ausgebaut und modernisiert ist.         | 82     | 88          | 95               | 93              | 49                | 88               | 89           |
| die meisten Lebensmittel aus regionaler<br>Herstellung stammen.  | 76     | 81          | 86               | 85              | 47                | 80               | 84           |
| …in Deutschland viele Industriegüter produziert werden.  | 74     | 73          | 81               | 89              | 51                | 79               | 82           |
| die Bürgerinnen und Bürger vom Staat ein<br>bedingungsloses Grundeinkommen erhalten.   | 59     | 63          | 61               | 68              | 41                | 68               | 60           |
| …die Bürgerinnen und Bürger auf<br>Bundesebene direkt über wichtige politische<br>Entscheidungen abstimmen.                            | 59     | 53          | 56               | 70              | 41                | 73               | 83           |
| die Innenstädte weitgehend vom Autoverkehr<br>beruhigt und stattdessen begrünt sind.   | 56     | 63          | 64               | 69              | 39                | 54               | 47           |
| die einzelnen Länder der Europäischen Union<br>nehr Dinge als heute für sich selbst entscheiden.                                       | 50     | 39          | 43               | 52              | 47                | 61               | 77           |
| Menschen leichter als heute nach Deutschland<br>einwandern können, sofern sie bestimmte<br>Fähigkeiten und Voraussetzungen mitbringen. | 39     | 48          | 49               | 42              | 38                | 20               | 20           |
| die meisten Besorgungen im Alltag digital<br>geregelt werden.  | 37     | 42          | 37               | 46              | 32                | 27               | 31           |

Angaben in %

Fänden Sie es eher eine gute oder eine schlechte Sache, wenn in zehn Jahren...?

Quelle: More in Common (2022)

Letzten Endes sind viele Menschen also ziemlich konsequent: ihre persönlichen und ihre gesellschaftlichen Präferenzen ergeben (zumindest im Kern) einen konsistenten Entwurf vom bestmöglichen Deutschland. Für die Entwicklung und Kommunikation sinnstiftender Zukunftsbilder sollten die Steigerung der kollektiven Absicherung, eine gute Lebensqualität und Infrastruktur, sowie zudem eine Kultur des Respekts wichtige Komponenten sein, um breiten Bevölkerungsteilen Grund zur Zuversicht zu geben. Das gilt gerade für Großherausforderungen wie den Klimaschutz: es braucht ein "positiv gewendetes" Gespräch zum gesellschaftlichen Nutzen und den konkreten Verbesserungen im Alltagsleben, die Zukunftsprojekte mit sich bringen sollen. Ansonsten können (teils berechtigte) Verlustängste leicht die Oberhand gewinnen und lähmend wirken.

"Wir sind viel zu behäbig, was Innovation betrifft, gesellschaftliche Entwicklung. Da muss ein Elon Musk aus Amerika kommen, um Elektromobilität, ein großes Werk bei uns aufzubauen und plötzlich wacht die Politik auf und macht das möglich. Umweltschutz ist ein Thema, das wichtig ist, aber wir sind viel zu behäbig. Unsere Bürokratie ist dermaßen gelähmt. Das wird jeder wissen, der irgendwann mal zum Bürgeramt gehen wollte, um irgendwas zu regeln."

Zitat aus der Fokusgruppe der Involvierten

### 4. DIE MEISTEN MENSCHEN SETZEN AM LIEBSTEN AUF KLASSISCHE AKTEURE VOR ORT. BEI DER SUCHE NACH BOTSCHAFTERN MUSS MAN DAS RAD NICHT NEU ERFINDEN.

Wen sehen die Menschen in Deutschland eigentlich als "Kräfte zum Guten"? Welchen Personengruppen und Organisationen trauen sie zu, dieses Land zu stärken – und bei wem haben sie eher Fragezeichen? An den Antworten hierauf hängt viel, wenn es zum Beispiel für zivilgesellschaftliche Akteure darum geht, starke Bündnisse zu bauen, die gemeinsam Menschen erreichen und Zuversicht vermitteln können.

Fragt man die Bürgerinnen und Bürger also, ob bestimmte Akteure das Land besser oder schlechter machen, zeigen Mehrheiten eine Vorliebe für "Alltagsheldinnen und -helden", d.h. Gruppen und Organisationen, denen sie gegebenenfalls selbst vor Ort begegnen und die sie mit dem "normalen" Leben verbinden. Landwirtinnen und -wirte (64 Prozent), Sportvereine und Wohlfahrtsverbände (jeweils 59 Prozent) rangieren unter den auszuwählenden Optionen ganz oben auf der Liste – ihnen schreibt man eine überwiegend positive Rolle im Land zu. Ähnliches gilt zudem für die Polizei, die knapp sechs von zehn als Kraft zum Guten und nur rund eine von zehn als Kraft zum Schlechten sehen.

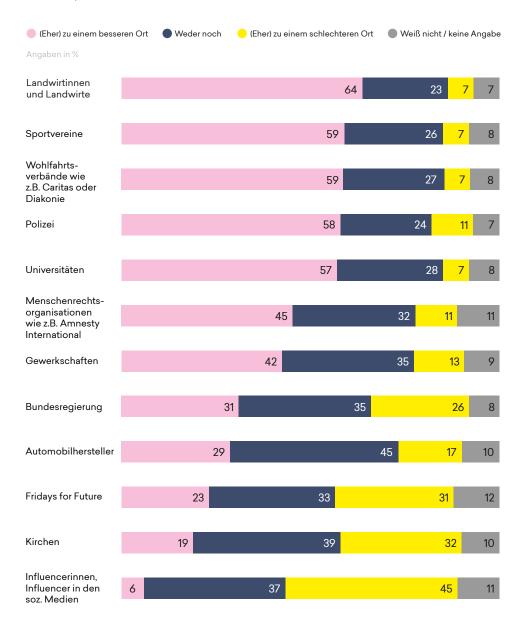
Hingegen polarisieren politische und zivilgesellschaftliche Akteure auf der "großen" Bühne stärker – dies gilt für die Bundesregierung (31 Prozent positiv, 26 Prozent negativ) ebenso wie für Fridays for Future (23 Prozent positiv, 31 Prozent negativ). Dies an sich muss noch nicht zwingend negativ sein. Gerade Akteure wie die junge Klimabewegung sorgen nachvollziehbarer Weise mit ihren alarmierenden Botschaften für Reibung, die in pluralen Gesellschaften langfristig fruchtbar sein kann. Zugleich zeigt der Blick auf die Altersverteilung – entgegen landläufiger Annahmen – auch, dass es beim Klimathema nicht um ein allzu simples "Jung gegen Alt" geht.<sup>5</sup>

Im Ergebnis braucht gesellschaftliche Kommunikation also viele Stimmen, um möglichst breite Bevölkerungsteile anzusprechen und im besten Fall mit Zuversicht zu inspirieren – und zwar auch dann, wenn eine Botschaft vermeintlich an sich schon stark oder dringlich genug ist. Es geht nämlich immer auch um belastbare Vertrauensverhältnisse zu jenen, die die Botschaft übermitteln. Neben politischen Wortführerinnen sind deshalb gerade Alltagsakteure mit großen Sympathien vor Ort wichtige Partner, um Zutrauen in gemeinsames Handeln zu vermitteln. Dies gilt umso mehr, wenn es darum geht, eher politikferne und schlecht eingebundene Bevölkerungsgruppen wie das von uns identifizierte "Unsichtbare Drittel" zu erreichen.6

<sup>5</sup> Denn auch in der ganz jungen Generation existieren unterschiedliche Perspektiven auf die Klimastreiks: W\u00e4hrend 29 Prozent der 18-29-J\u00e4hrigen Fridays for Future als positive Kraft begr\u00fc\u00e4\u00dfen, stehen ihnen mit 28 Prozent nahezu genauso viele J\u00fcngere kritisch gegen\u00fcber. Aus unserer Typenanalyse wissen wir, dass zum Beispiel viele junge Pragmatische im Vergleich eher wenig Bezug zu dieser Bewegung haben.

<sup>6</sup> Vgl. auch unsere Studie "Begegnung und Zusammenhalt: Wo und wie Zivilgesellschaft wirken kann" aus dem Jahr 2021.

### Diagramm 6 Akteure, die Deutschland zu einem besseren / einem schlechteren Ort machen



Machen die folgenden Akteure mit ihrer Arbeit Deutschland alles in allem eher zu einem besseren oder eher zu einem schlechteren Ort? Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. Quelle: More in Common (2022)

### 5. DIE DEUTSCHE GESELLSCHAFT HAT EIN VERTRAUENSPROBLEM. ES BRAUCHT NACHDENKEN ÜBER VERBINDENDE FORMATE MIT ECHTER BREITENWIRKUNG.

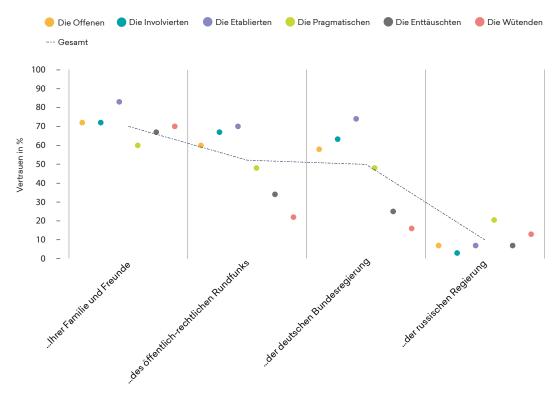
Die Pandemie hat das Vertrauen in das Gemeinwesen in der Summe eher nicht gestärkt. In ihrem Verlauf sank eine anfängliche Zuversicht<sup>7</sup> wieder deutlich ab und schlussendlich zeigten sich viele Menschen enttäuscht.Im Mai 2022 sahen nur noch 42 Prozent in

<sup>7</sup> Nach der ersten Corona-Welle meinten noch 68 Prozent, die bisherige Krisenleistung habe sie "stolzer" auf ihr Land gemacht, vgl. unsere Studie "Vertrauen, Demokratie, Zusammenhalt: wie unterschiedlich Menschen in Deutschland die Corona-Pandemie erleben" aus dem Jahr 2020.

der deutschen Krisenleistung Anlass zum Stolz. Diese Abwärtsbewegung betraf allerdings nicht nur das Zutrauen in staatliche Akteure, sondern auch in die Mitmenschen. 70 Prozent haben derzeit das Gefühl, die Einzelnen kümmerten sich nur um sich selbst, nach zwischenzeitlich "nur" 55 Prozent im Jahr 2020. Die gesellschaftliche Substanz steht also (weiterhin) unter Druck.

Hinzu kommt ein verbreitetes Misstrauen gegenüber Informationsquellen. Nur 52 Prozent vertrauen derzeit den Informationen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR), wenn es um politische Neuigkeiten geht. Nur alarmierende 55 Prozent der Befragten glauben, dass die großen Medien in Deutschland wahrheitsgemäß über den Krieg in der Ukraine berichten. Besonders die Enttäuschten und Wütenden sehen in Sachen Glaubwürdigkeit geringe Unterschiede zwischen deutschen und russischen Regierungsquellen.

### Diagramm 7 Vertrauen in politische Informationen...



Inwiefern vertrauen Sie, wenn es um politische Neuigkeiten geht, den Informationen...? Quelle: More in Common (2022)

Dieses Maß an Misstrauen ist in der Tat keine ideale Ausgangsbasis für ein gesellschaftliches Gespräch über Zukunftsgestaltung und Hoffnungsmotive. Wo und wie kann ein solcher Austausch denn überhaupt stattfinden, wie können wir das dafür nötige Grundvertrauen befördern? Auf der Suche nach Lösungen haben wir testweise bei den Menschen nachgefragt, welche konkreten Formate und Maßnahmen aus ihrer Sicht das Potenzial haben, das Zusammenleben in Deutschland wieder zu stärken.



Das erste Stichwort wäre: **Maßnahmen zur Verbesserung der Gesprächskultur.** 59 Prozent sind der Überzeugung, dass zum Beispiel eine stärkere Regulierung der sozialen Medien gegen Hassreden das gesellschaftliche Miteinander verbessern können. Natürlich ist dieser Wunsch an sich noch keine Garantie für eine tatsächlich erfolgreiche Umsetzung

in der Praxis, doch deckt er sich mit unserem bestehenden Befund, dass die allermeisten die öffentliche Debatte als immer hasserfüllter wahrnehmen<sup>8</sup> – und darunter in der Tendenz leiden. Allerdings fällt auf, dass vor allem eher progressive (die Offenen, Involvierten) und ohnehin vertrauensvolle Segmente (die Etablierten) den Vorschlag mit breiten Mehrheiten über zwei Drittel mittragen, während die anderen Typen offenbar größere Zweifel an solch staatlichen Maßnahmen hegen (die Wütenden: 40 Prozent Zustimmung).



Das zweite Stichwort wäre: **Konstruktives (und moderiertes) Aufarbeiten gesellschaftlicher Konfliktfälle.** Eine Mehrheit von 57 Prozent verspricht sich einen Nutzen von der öffentlichen Aufarbeitung der Corona-Pandemie. Hier gibt es zwischen den sechs gesellschaftlichen Typen interessanterweise – mit Ausnahme der wie häufig bezugslosen Pragmatischen – nur eher geringe Unterschiede; und das obwohl die Typen im Pandemieverlauf unterschiedliche Perspektiven auf das Krisengeschehen hatten.



Das dritte Stichwort wäre: **Dauerhafte Begegnung über Trennlinien hinweg.** Das immer wieder in der Öffentlichkeit diskutierte Dienstjahr für alle jungen Menschen in Deutschland schneidet mit 57 Prozent ebenfalls mehrheitlich gut ab. Allerdings gibt es hier einen größeren Unterschied zwischen jungen und älteren Menschen. Während nur 36 Prozent der 18-29-Jährigen einen (eher) großen Nutzen des verpflichtenden Dienstjahrs sehen, sind es bei den Über-60-Jährigen 69 Prozent.

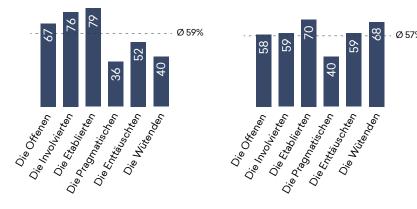


Das vierte Stichwort wäre eigentlich: **Bürgerwirksamkeit.** Denn wir erkennen in unseren Studien verlässlich einen lauten Ruf vieler nach mehr politischer Mitsprache. Allerdings sehen die Befragten bislang einen nur geringen Nutzen für das Zusammenleben in den zuletzt viel besprochenen Bürgerräten, bei denen zufällig ausgeloste Bürgerinnen und Bürger über politische Fragen diskutieren. Mit 43 Prozent unterstützt eine Minderheit diese Idee – eine deutliche Mehrheit für den Vorschlag findet sich vor allem bei den diskursiv selbstbewussten Wütenden.

### Diagramm 8 Für unser Zusammenleben nützliche Formate und Maßnahmen

Eine stärkere Regulierung der sozialen Medien, um gegen Hasskommentare vorzugehen Eine öffentliche Aufarbeitung unter Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger dazu, was in der Corona-Pandemie gut und was schlecht gelaufen ist



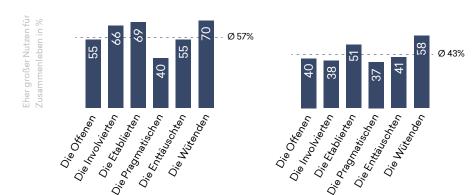


<sup>8</sup> Bei unserer Auftaktforschung "<u>Die andere deutsche Teilung: Zustand und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft"</u> aus dem Jahr 2019 sagten dies 75 Prozent.

<sup>9</sup> Vgl. zum Beispiel Diagramm 4: 61 Prozent der Bürgerinnen und Bürger fordern im Mai 2022 ein Mehr an politischer Mitsprache.

Ein verpflichtendes Dienstjahr (im Wehrdienst oder im sozialen Bereich) für alle jungen Menschen in Deutschland

Bürgerräte, bei denen zufällig ausgeloste Bürgerinnen und Bürger über politische Fragen diskutieren



Schon diese wenigen Beispiele zeigen: Es gibt durchaus Interesse an neuen gesellschaftlichen Formaten. Ob die genannten Ideen tatsächlich einen positiven Einfluss auf das Zusammenleben der Menschen in Deutschland hätten, lässt sich selbstredend noch nicht verbindlich sagen. Doch grundsätzlich ist es sinnvoll, über neue Möglichkeiten nachzudenken, den Zusammenhalt und die Selbstwirksamkeit nicht nur einzelner, sondern möglichst größer Gesellschaftsteile zu stärken. Die Ideen sollen deshalb als Anregung und Einladung an alle interessierten Akteure dienen, gemeinsam herauszufinden, wie wir das Zusammenleben merklich verbessern, neue Vertrauensbezüge schaffen und Zuversicht stärken können. More in Common freut sich darauf, mit Partnern an neuen Formaten und Lösungsansätzen zu arbeiten.

# Fünf Fragen zum Weiterdenken

| 1 | Wie berücksichtigen wir akute (und legitime) Krisensorgen beim<br>Dialog über langfristige Herausforderungen, z.B. beim Klimaschutz?                                 |
|---|--|
| 2 | Wie entwickeln wir in unserer eigenen Kommunikation konkrete<br>Zukunfts- und Gesellschaftsbilder, die Menschen wirklich inspirieren<br>und Hoffnung stiften können? |
| 3 | Wie kommunizieren wir bewusst Zuversicht in der gesellschaftlichen Debatte, ohne dabei zu beschönigen?   |
| 4 | Welche Botschafter und Bündnispartner haben wir bislang im gesellschaftlichen Dialog übersehen?  |
| 5 | Was können wir selbst zu einem besseren gesellschaftlichen Dialog beitragen?   |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |

Notizen