

Fotos: Phil Dera für DIE ZEIT

ZEIT KONFERENZ

DER AUFTRAG

DAS VERMÄCHTNIS
Die Welt, die wir erleben wollen


Von einer Wahlpflicht hält Jens Spahn (links), Parlamentarischer Staatssekretär im Finanzministerium, nicht viel. Im Gespräch mit ZEIT-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo forderte er einen kontroversen Diskurs der Parteien: »Die Menschen müssen spüren, dass es wirklich um was geht!«



Welche Chancen bietet die Digitalisierung für Unternehmen und was bedeutet sie für den einzelnen Menschen? Darüber diskutierten (v. l.) Prof. Thomas Druyen (Institut für Zukunftspsychologie und Zukunftsmanagement Wien), Menno Smid (Infas), Philip Faigle (ZEIT ONLINE) und Rolf Schumann (SAP)



Über die Digitalisierung im Gesundheitswesen, »Dr. Google«, Big Data und Medizin-Plattformen sprachen (v. l.) Eva Schumacher-Wulf (Brustkrebsmagazin Mamma Mia!), Prof. Wolfgang Janni (Universitätsklinikum Ulm) und Peter Albiez (Pfizer). Corinna Schöps (ZEIT DOCTOR) moderierte

Wie wollen wir in Zukunft leben?

Was bewegt uns und was sind unsere Wünsche? Ob Gesundheit, Ernährung oder Digitalisierung: Die Vermächtnisstudie gibt Einblick in die Seele der Deutschen.

»Die Zukunft, die wir wollen, muss erfunden werden. Sonst bekommen wir eine, die wir nicht wollen.« Mit diesem Zitat von Joseph Beuys eröffnete ZEIT-Geschäftsführer Rainer Esser die Konferenz »Der Auftrag« in Berlin und fragte: »Welche Welt wollen wir unseren Kindern hinterlassen?« Um diese Frage zu ergründen, hat DIE ZEIT vor zwei Jahren gemeinsam mit dem Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und dem Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas) die Vermächtnisstudie initiiert: Mehr als 3000 Deutsche zwischen 14 und 80 Jahren wurden nach ihrer Meinung zu unserer Gegenwart sowie ihren Wünschen und Erwartungen an die Zukunft gefragt. Ob materieller Wohlstand, Gesundheit oder Arbeit: Die Zukunft, so das Ergebnis der Befragung, dürfte nicht so positiv ausfallen, wie es sich die meisten erhoffen.

In Anlehnung an die Vermächtnisstudie gab DIE ZEIT im Sommer bei infas eine Zusatzhebung in

Auftrag und wollte wissen: Wie wichtig sind Wahlen? 79 Prozent der Befragten über 65 Jahren betonten die Bedeutung, daran teilzunehmen. In der Altersgruppe zwischen 18 und 24 Jahren ist das Interesse mit 61 Prozent deutlich geringer. Auf der Konferenz wurde nun diskutiert, wie man Menschen wieder für Politik begeistern kann. Jens Spahn, Parlamentarischer Staatssekretär im Finanzministerium, machte sich im Gespräch mit ZEIT-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo für einen kontroversen Diskurs stark: »Parteien brauchen ein klares Profil und müssen die Entscheidung so spannend gestalten, dass auch junge Menschen spüren: Es geht um was!« Politikberaterin Diana Kinnert, Journalistin Mareike Niederding und Terry Reintke, Abgeordnete im Europäischen Parlament, waren sich einig: Die junge Generation ist nicht uninteressiert an Politik, sondern an Parteien. Es brauche unbedingt eine bessere politische Bildung. Zudem müsse jungen Menschen der Zugang in die Politik erleichtert werden: »Warum ist es in vielen Parteien so schwer, politisch etwas zu bewegen, ohne vorher erstmal 20 Jahre Bratwurstchen am Parteistand zu brutzeln?«, fragte Reintke.

Bereits im vergangenen Jahr wurden bei der ZEIT KONFERENZ »Der Auftrag« große Gesellschaftsfragen diskutiert und Handlungsaufträge an Politik und Gesellschaft formuliert: Wie ist es um die Veränderungsbereitschaft der Bundesbürger bestellt? Was muss jetzt getan werden, um das Gesundheitssystem für die Zukunft gut aufzustellen? Wie können wir die Digitalisierung gestalten? In diesem Jahr wurden erste Ergebnisse präsentiert und die Themen weiterdiskutiert.

Demografie

Thomas Druyen, Direktor des Instituts für Zukunftspsychologie und Zukunftsmanagement an der Wiener Sigmund Freud Privatuniversität, attestierte den Bundesbürgern eine »herausragende Beharrlichkeit«. Er bezeichnete die Deutschen als »Anpassungsweltmeister«. Mit seinem Team interviewte Druyen rund 2000 Menschen zu ihrer Veränderungsbereitschaft: 89 Prozent der Teilnehmer lassen sich durch Widerstände nicht von ihrem Weg abbringen, 70 Prozent der Befragten bezeichnen sich trotz aller Herausforderungen und Rückschläge als Optimisten. Besonders deutlich wurde das auch an der

speziellen Art der Befragung. Einige Teilnehmer wurden von einem Roboter interviewt. Druyen: »Ich war überrascht, wie positiv sie darauf reagierten. Viele antworteten offener als wenn ihnen ein Mensch gegenübersteht.« Dennoch werden in der Studie auch Widersprüche deutlich: Resilienz – die Fähigkeit, Krisen zu bewältigen – ist bei uns Deutschen zwar extrem gut ausgeprägt, aber wir sind nicht bereit, uns Neuerungen vorab zu stellen. Jutta Allmendinger, Präsidentin des WZB, sieht das kollektive Vermeidungsverhalten als Gefahr: »Menschen wissen sehr wohl, dass sich etwas ändern wird, aber sie bekommen keine Hilfe.« So müsse die Gesellschaft beispielsweise viel besser über zweite Ausbildungswege informiert werden. »Wie soll sich ein Straßenfeger darauf vorbereiten, dass seine Arbeit irgendwann von einem Roboter übernommen wird?« Menschen müssten trainieren, mit verschiedenen Zukunftsszenarien umzugehen, und vorab unterschiedliche Möglichkeiten durchdenken.

Digitalisierung

Ein »Probepfeil« ist vor allem beim Thema Digitalisierung wich-

tig, befand Soziologe Druyen. »Wir müssen uns Kompetenzen aneignen. Sonst wird die Überforderung zur Angst.« Er schlug vor, dass man sich spielerisch mit der digitalen Zukunft auseinandersetzt, etwa durch Gaming und Science-Fiction-Literatur. infas-Geschäftsführer Menno Smid forderte eine Änderung der Privacygesetze. Es werde kein Umdenken stattfinden, solange Menschen nicht wissen, was mit ihren Daten passiert. Rolf Schumann, Global General Manager Platform and Innovation bei SAP, betrachtet Digitalisierung aus Sicht der Wirtschaft und Unternehmen. Er sieht bei vielen Unternehmen noch ein enormes Verharrungsvermögen, welches deren wirtschaftliche Stärke und Position im Markt gefährde: »Um die Digitalisierung anzuführen und den Anschluss nicht zu verlieren, müssen sich Betriebe zu intelligenten Unternehmen entwickeln und nicht nur technologisch neue Wege gehen, sondern auch ihre jahrelang bewährten Methoden und Erfolgsrezepte neu denken und verändern.« Die Technik ist da, der Mensch sei aber vielfach noch nicht so weit, konstatierte Schumann und betonte, dass die Herausforderung nur gelingen kann, wenn man die Menschen mitnimmt

und sie den Digitalisierungsprozess aktiv und selbst- sowie verantwortungsbewusst mitgestalten lässt.

Gesundheit

Kann Digitalisierung helfen, die Gesundheitsversorgung in der Bundesrepublik zu verbessern? Dieser Frage hat sich Peter Albiez gestellt, Vorstandsvorsitzender der Geschäftsführung von Pfizer Deutschland. Er erklärte: »Technischer Fortschritt verändert die Beziehung zwischen Arzt und Patient. Wenn Patienten gut und richtig informiert sind, können sie Therapien besser umsetzen und selbstbestimmter mit Krankheiten umgehen.« Gemeinsam mit Wolfgang Janni, Ärztlicher Direktor der Frauenklinik des Universitätsklinikums Ulm, und Eva Schumacher-Wulf, Chefredakteurin des Brustkrebsmagazins Mamma Mia!, hat Pfizer die Plattform hilfefeuermich.de entwickelt. Diese soll Patienten fundierte Antworten auf die wichtigsten Fragen und damit Orientierung und Unterstützung geben. Schumacher-Wulf sagte: »Im Netz findet man unfassbar viel Unsinn, etwa dass Aprikosenkerne Brustkrebs heilen. Wir brauchen verlässliche und hilfreiche Inhalte.« Janni warnte seine Patienten zwar, aus-



Andreas Gørgen links, Leiter der Abteilung Kultur und Kommunikation im Auswärtigen Amt, und Claudia Loewe, Geschäftsführerin der Deutschen Filmakademie Produktion, hatten die Vermächtnisstudie zum Anlass für einen Filmwettbewerb genommen. Viele Beiträge beleuchteten die Schattenseiten der Digitalisierung



Hat die Digitalisierung Einfluss auf den Verkauf von Versicherungspolice? Das wollte Moritz Müller-Wirth (rechts, ZEIT) von Allianz-Vorstand Alf Neumann wissen: »Die Kunden sind viel informiert, aber Beratung und Einfühlungsvermögen bleiben extrem wichtig – und die kann kein Roboter übernehmen.«



»Die Deutschen sind Anpassungsweltmeister«, bilanzierte Prof. Thomas Druyen (IZZ) die Ergebnisse seiner Studie. Allerdings setzen sie sich vorab nicht mit Veränderungen auseinander. Darin sahen Druyen und Prof. Jutta Allmendinger (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung) eine große Gefahr

Veranstalter:

CONVENT.de
EIN UNTERNEHMEN DER ZEIT VERLAGSGRUPPE

Premium-Partner:

Allianz

Partner:

Pfizer
REWE
GROUP
SAP



»Junge Menschen interessieren sich für Politik, aber nicht für Parteien«, war sich das Trio im Talk mit Jochen Wegner (ZEIT ONLINE) einig (v.l.): Journalistin Mareike Nieberding, Politikberaterin Diana Kinnert und Politikerin Terry Reintke



Über regionale Lebensmittel und »ehrliches Essen« diskutierten (v. l.): Andreas Sentker (ZEIT), Thilo Metzger-Petersen (Backensholzer Hof), Sarah Hallmann und Nike Roessler (Restaurant Hallmann & Klee) und Dirk Heim (REWE Group)



Alf Neumann, Vorstand International und Digitalisierung der Allianz Lebensversicherungs-AG, über neue digitale Möglichkeiten – und das Bedürfnis der Menschen nach persönlichen Kontakten.



Jury und Gewinner des Kurzfilmwettbewerbs (v. l.): Jannis Alexander Kiefer, Jurymitglied Cosima Degler, Claudia Loewe (DFA Produktion), Moritz Müller-Wirth (ZEIT), Anne Ballschmieter (DFA Produktion), Andreas Görgen (Auswärtiges Amt), Maria Mehnert (DFA Produktion), Britta Strampe, Cléo Campe, Omri Aloni, Pedro Harres, Merle Grimme, Moderatorin Sabrina Staubitz

Der Roboter wird den Berater nicht ersetzen

Ein Ergebnis der Vermächtnisstudie ist, dass die Deutschen offen sind für Veränderungen. Überrascht Sie das? Ja. Einerseits gibt es natürlich viele technische Entwicklungen, die den Menschen das Leben erleichtern. Dass man sich solche Veränderungen erst einmal anschaut und nicht gleich negiert, finde ich positiv. Diese selbst bescheinigte Offenheit der Deutschen steht jedoch in einem Widerspruch zu den Sorgen, die die Menschen mit der Zukunft verbinden. Die Zukunft, die sie erwarten, ist eben nicht die Zukunft, die sie sich wünschen würden.

nen einfache Anliegen mit wenigen Klicks direkt erledigen.

Künstliche Intelligenz wird als das große Thema in der Versicherungsbranche gehandelt. Müssen wir uns darauf einstellen, dass Roboter uns bald Versicherungspolice verkaufen? Mit den neuen technischen Möglichkeiten befassen wir uns natürlich intensiv. Sie werden vor allem bei der Vereinfachung und Beschleunigung technischer Prozesse helfen und dem Kunden das Auffinden von Informationen wesentlich erleichtern. Hier investieren wir und haben erste Anwendungen im Einsatz. Die persönliche Beratung bleibt jedoch weiterhin von zentraler Bedeutung für unsere Kunden – gerade im Bereich der Lebensversicherung. So schließen mehr als 90 Prozent der Kunden, die sich im Internet über unsere Produkte informieren, letztlich einen Vertrag bei einem Vermittler ab und weniger als 10 Prozent online. Ein umfassendes Beratungsgespräch ist höchst individuell und wird weiterhin die Domäne des persönlichen Kontakts bleiben – auch im Zeitalter der Digitalisierung.

Die digitale Revolution verlangt auch Ihrer Branche ein hohes Maß an Veränderungsbereitschaft ab. Jeder fünfte Neukunde schließt seine Versicherung inzwischen online ab – Fluch oder Segen? Weder noch. Onlineangebote sind eine Selbstverständlichkeit und letztlich eine großartige Chance, noch besser zu werden. Mit der flächendeckenden Verbreitung von Smartphones und anderen digitalen Zugängen stehen unseren Kunden umfangreiche Informationen jederzeit zur Verfügung und sie kön-

schließlich auf »Dr. Google« zu setzen, sieht die Digitalisierung aber als eine große Chance, um auch Ärzten das Leben leichter zu machen: »Wenn Patienten gut informiert zu mir kommen, erspart das Zeit und wir können bei den wirklich wichtigen Dingen ansetzen.« Für neue Therapieformen sieht Schumacher-Wulf Big Data als eine große Chance. Aber: »Die menschliche Nähe darf nicht verloren gehen.«

Ernährung

Bio? Logisch! Fast zehn Milliarden Euro gaben die Deutschen im vergangenen Jahr für ungespritztes Obst und Biofleisch aus, Tendenz steigend. Neben ökologischen Lebensmitteln wird Regionalität im-

mer wichtiger, weiß Dirk Heim, Bio-Bereichsleiter bei REWE. In einer Studie wurden Kunden gefragt, warum ihnen das Thema wichtig ist. Heim: »Sie möchten die lokale Wirtschaft ankurbeln und die Umwelt entlasten.« Mit Nähe werde vermeintliche Sicherheit assoziiert. Allerdings seien die Konsumenten nicht bereit, dafür auch mehr zu zahlen. »Als Konzern stehen wir bei diesem Thema vor einer großen Herausforderung: Wo bekommen wir genügend Ware her?« Obst und Gemüse aus der Region beziehen auch die Köchinnen Sarah Hallmann und Nike Roessler des Berliner Lokals Hallmann & Klee. Die beiden kommen eigentlich aus der Sterneküche, finden diese aber nicht mehr zeitgemäß. Roessler erzählte: »Wir essen heute sehr

bewusst, aber auch viel unaufgeregt als noch vor einigen Jahren.« Das Duo sprach von einer »neuen Normalität« und der Tendenz zu simplen Zutaten. Hallmann: »Die Menschen haben Hunger auf ehrliches Essen.«

Die Welt, die wir uns wünschen

Inspiziert von den Ergebnissen der Vermächtnisstudie hat die Deutsche Filmakademie Produktion zu einem Kurzfilmwettbewerb aufgerufen. Gefördert wurde das Projekt vom Auswärtigen Amt. Andreas Görgen, Leiter der dortigen Kultur-Abteilung: »Digitalisierung spielte bei diesem Filmwettbewerb eine große Rolle. Gleich mehrere Teilnehmer nah-

men sich des Themas an.« Und auch das Publikum zeigte starkes Interesse an der Thematik: 4500 Nutzer beteiligten sich an einer Abstimmung auf deutschland.de und kürten »Ertrinken« von Regisseur Pedro Harres zu ihrem Liebling. Der Animationsfilm zeigt eindrücklich, wie sich mit fortschreitender Digitalisierung die ältere Bevölkerung von der jüngeren abgehängt fühlt. Sie droht unterzugehen, so wie der Hauptdarsteller. Einen der drei Jurypreise erhielt der Film »Comments«. Regisseur Jannis Alexander Kiefer ließ echte Kommentare aus sozialen Netzwerken von Protagonisten vorlesen und parallel nachspielen. Die abschreckenden Bilder visualisieren, welche Kraft Worte haben.



Was wünschen sich die Deutschen für die Zukunft? Moderatorin Sabrina Staubitz führte charmant und humorvoll durch die Veranstaltung



Dieser Mann traf immer den richtigen Ton: Der vielfach ausgezeichnete Jazzmusiker Michael Wolny überzeugte mit seinem virtuoseren Spiel am Piano



Sprachakrobatik und Wortwitz vom Feinsten: Poetry-Slammer David Friedrich begeisterte das Publikum mit seinem Gedicht »Die Welt und ihre Zukunft«

DIE AUFTRÄGE

Die Partner der ZEIT KONFERENZ Der Auftrag haben bei der diesjährigen Konferenz am 23. November 2017 im Radialsystem V in Berlin den gesellschaftlichen Diskurs zu den folgenden Aufträgen vorangebracht. Die Vorjahrespartner Allianz Deutschland, Pfizer Deutschland, die REWE Group und das Auswärtige Amt stellten ihre Ergebnisse vor; SAP formulierte einen neuen Auftrag, der bei der Folgekonferenz in einem Jahr nachgehalten wird.

DEMOGRAFISCHER WANDEL UND DIE ZUKUNFT

Auf Grundlage der Ergebnisse der Vermächtnisstudie hatte die Allianz Deutschland den Auftrag, die Veränderungsbereitschaft unserer Bevölkerung und vor allem deren Umsetzung angenommen. In diesem Jahr hat sie die ersten Ergebnisse der Untersuchung vorgestellt. In einer eigenen von Prof. Thomas Druyen herausgegebenen Publikation erscheint im Frühjahr 2018 die ganze Auftragsstudie unter dem Titel: Die ultimative Herausforderung – über die Veränderungsfähigkeit der Deutschen.

GESUNDHEIT

Auf Grundlage der Ergebnisse der Vermächtnisstudie übernahm Pfizer Deutschland den Auftrag, die Menschen in Deutschland besser durch das Gesundheitssystem zu navigieren und die Digitalisierung zu nutzen, um die Gesundheitsversorgung der Deutschen weiter zu verbessern.

ERNÄHRUNG

Auf Grundlage der Ergebnisse der Vermächtnisstudie übernahm die REWE Group den Auftrag, eine Kundenbefragung auf empirischer Basis durchzuführen, um die Verbraucherwahrnehmung in Deutschland zur Qualität und Nachhaltigkeit regional erzeugter Lebensmittel zu beurteilen. Diese Ergebnisse können in die Entwicklung von zukünftigen Nachhaltigkeitsstandards für regionale Lebensmittel einfließen.

DIE BESTIMMUNG DES MENSCHEN IN DER DIGITALISIERUNG

Auf Grundlage der Ergebnisse der Vermächtnisstudie übernimmt SAP den Auftrag, Unternehmen und Menschen dabei zu unterstützen, selbstbewusst und verantwortungsvoll mit der Digitalisierung umzugehen. Es sollen konkret anwendbare Inhalte und Orientierungshilfen bereitgestellt werden, die eine individuelle digitale Standortbestimmung für Beruf und Privatleben erleichtern und dabei helfen, dass Digitalisierung aktiv als Chance genutzt werden kann.

DIE WELT, DIE WIR UNS WÜNSCHEN

Auf Grundlage der Ergebnisse der Vermächtnisstudie übernahm das Auswärtige Amt den Auftrag, der Welt zu zeigen, was uns Menschen in Deutschland ausmacht: was wir hoffen, worauf wir stolz sind, was unsere Gesellschaft zusammenhält. In Zusammenarbeit mit der Deutschen Filmakademie Produktion wurde ein Filmwettbewerb unter den staatlichen Filmhochschulen ins Leben gerufen, dessen Beiträge sich mit den Aspekten der Studie auseinandersetzen und im In- und Ausland gezeigt wurden.

Kooperationspartner:



Auswärtiges Amt



DEUTSCHE FILMAKADEMIE

Q BERLIN
QUESTIONS

Offizieller Druckpartner:



ihre Online-Druckpartner

Partner der Vermächtnisstudie:

