

Vom Anspruchsdenken zur Wertegesellschaft

In einem roundTABLE diskutierte die ACADEMIA SUPERIOR – Gesellschaft für Zukunftsforschung über Konsumdenken, eine vorherrschende Vollkaskomentalität, und ein fehlendes Selbstwert- und Verantwortungsgefühl in der Gesellschaft.

Werden die Menschen immer mehr zu nimmersatten Konsumentinnen und Konsumenten, zu immer unzufriedeneren Bürgerinnen und Bürgern, die „mehr“ mit „besser“ verwechseln? Viele Dinge werden heute nur noch konsumiert, anstatt sie zu leben: Unterhaltung, Nachrichten, Politik, selbst Bildung ist zum Konsumgut geworden und droht damit an Wert und Wertigkeit zu verlieren.

Liegen die Ursachen für dieses Phänomen in einem allgemeinen Werteverfall, in der Art der Kommunikation, oder in der Natur des Menschen? Regiert tatsächlich der Egoismus oder wird er nur durch aktuelle Entwicklungen besonders hervorgehoben?

Mit diesen Fragen beschäftigte sich ein roundTABLE des Think Tanks ACADEMIA SUPERIOR, der in Timelkam stattfand. Im kleinen Kreis wurde engagiert über die Ursachen dieser Entwicklung diskutiert und Lösungsansätze entworfen.

Selbstwertgefühl als Schlüssel zur Wertegesellschaft

Obwohl über die Ursachen und tatsächliche Ausprägung einer Anspruchsgesellschaft unterschiedliche Auffassungen diskutiert wurden, herrschte Einigkeit bei möglichen Lösungsansätzen hin zu einer veränderten Wertegesellschaft:

Das Prinzip „Sein statt Haben“ ist ein wesentlicher Ankerpunkt für mehr Zufriedenheit. Wesentlich sind deshalb alle Maßnahmen, die von klein auf das Verantwortungsbewusstsein und Selbstwertgefühl der Menschen stärken oder fördern. Denn wer sich seiner individuellen Einzigartigkeit und Talente bewusst ist, ist weniger versucht, den Selbstwert durch kurzlebigen Konsum von außen zu stärken und blickt optimistischer in die Zukunft.

Konkret angedacht wurde dazu die Einführung eines flächendeckenden Ethikunterrichts im Rahmen der Schulbildung, der Anstoß öffentlicher Diskussionen zu der Frage, was ein erfülltes Leben ausmacht und wie ein gesellschaftliches Wachstum hin zu Einzigartigkeit und Authentizität gelingen kann, oder die Schaffung von Freiräumen für Kinder und Jugendliche, um sich zu entfalten und selbst zu verantworten. Schließlich solle jede und jeder dazu animiert und befähigt werden, sich selbst genau diese Fragen zu stellen.

Zitate aus der Diskussion:

„Wer starkes Selbstvertrauen hat, ist in Wirklichkeit ein schlechter Konsument – denn dann kauft man nicht alles.“ – Norbert Kronberger, Marketingexperte

„Was brauche ich für ein erfülltes Leben? Diese Frage muss wieder in den Vordergrund rücken.“ – Franz Ackerl, Benediktinerpater

„Sinnerfüllte Tätigkeit ist der Schlüssel für ein starkes Selbstwertgefühl.“ – Claudia Schwarz, Geschäftsführerin ACADEMIA SUPERIOR

Über ACADEMIA SUPERIOR – Gesellschaft für Zukunftsforschung

Ziel der ACADEMIA SUPERIOR ist es, Zukunftschancen sichtbar zu machen, die Innovationskraft zu erhöhen sowie die Wettbewerbsfähigkeit und die Sicherung des Wohlstands und der Demokratie in Oberösterreich und darüber hinaus zu stärken. Der Think Tank engagiert sich für eine sachliche und zukunftsorientierte Diskussion mit innovativen und globalen Blickwinkeln und bietet Freiräume zum Vor- und Querdenken. Obmann des gemeinnützigen Vereins ist LH-Stv. Mag. Dr. Michael Strugl, der wissenschaftliche Leiter Univ.-Prof. Dr. Markus Hengstschläger steht dem 24-köpfigen Beirat vor. www.academia-superior.at



Foto: Academia-Superior-roundTABLE in Timelkam
© Academia Superior