

# Navigieren im Ungewissen: Impulse zur Zukunft der Gesellschaft



More in  
Common

# 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 hinterlässt ein Ausnahmezustand wie eine Pandemie 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 Ende 2021, nach fast zwei Jahren Pandemie, 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 im Dezember 2021 mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov in einer Befragung von über 2.000 Erwachsenen zu ihrer Wahrnehmung der gesellschaftlichen Stimmung, zu ihren Grundüberzeugungen und zu ihren Zukunftswünschen erhoben wurden.<sup>1</sup>

Mehr Informationen: [www.moreincommon.de/navigierenimungewissen](http://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: [www.dieandereteilung.de](http://www.dieandereteilung.de).

---

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

**Was macht die  
Pandemie mit dem  
gesellschaftlichen  
Zusammenhalt?**



# Was macht die Pandemie mit dem gesellschaftlichen Zusammenhalt?

Die deutsche Gesellschaft war nicht unbedingt in Bestform, als sie 2020 in die Corona-Pandemie ging. Wir sprachen damals von einer „doppelten Vertrauenskrise“. Sowohl zwischen den Menschen als auch zwischen den Bürgern und der Politik war Misstrauen verbreitet – es ergaben sich Zweifel an der kollektiven Handlungsfähigkeit unserer Gesellschaft.<sup>2</sup>

Im ersten Pandemiejahr sah es dann jedoch so aus, als käme Deutschland glimpflicher durch die Krise als andere Länder. Die Fallzahlen waren niedriger, und viele Befunde zum gefühlten Zusammenhalt in dieser neuen Notfallsituation sahen nachweislich gut aus – auch wenn es durchaus unterschiedliche Perspektiven auf das Krisengeschehen gab: die einen zuversichtlicher und engagierter, die anderen abwartender und skeptischer.<sup>3</sup>

Nach insgesamt zwei Jahren Pandemie soll dieses Themenpapier einen Überblick darüber geben, was seither mit der gesellschaftlichen Dynamik in Deutschland passiert ist: Wo haben die Menschen (neue) Gemeinsamkeit erfahren, wo sind womöglich (neue) Trennlinien entstanden? Und was heißt das für den Zusammenhalt im Land?

## 1. DER DEUTSCHE PANDEMIE-HONEYMOON IST VORBEI: WER DEFIZITE IM ZUSAMMENHALT ANGEHEN WILL, SOLLTE SIE KLAR BENENNEN

Um es zu wiederholen, weil man bekanntlich schnell vergisst: Deutschland startete tatsächlich harmonischer in die Pandemie als andere Länder. Die Menschen hatten größere WWSchen und mehr Zutrauen in die Politik als zum Beispiel in Frankreich.

Davon ist nicht viel übriggeblieben. **Die Unzufriedenheit mit der Krisenleistung hat seither in Deutschland stärker als andernorts zugenommen, nämlich um ganze 23 Prozentpunkte: 55 Prozent zeigen sich mittlerweile vom Land „enttäuscht“.**

Das rührt zum einen aus gewachsener Unzufriedenheit mit dem Gemeinwesen. Der Anteil derer, deren Vertrauen in die Bundesregierung durch die Pandemie gesunken ist, ist im Vergleich zu 2020 um 22 Prozentpunkte gestiegen.

Stärker noch als bei der Politik sehen wir aber andererseits eine Ernüchterung in Bezug auf die Mitmenschen: Dass „die Sorge der Menschen um das Wohlergehen anderer“ während der Pandemie nachgelassen hat, glauben heute 42 Prozent von ihnen – noch 2020 waren es lediglich rund zehn Prozent. Außerdem haben nur noch 54 Prozent der Menschen das Gefühl, für den eigenen Beitrag zur Pandemiebekämpfung genügend Wertschätzung zu bekommen (2020 waren es 72 Prozent).

---

<sup>2</sup> Vgl. unsere Studie „Die andere deutsche Teilung: Zustand und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft“ aus dem Jahr 2019  
<sup>3</sup> Vgl. unsere Studie „Vertrauen, Demokratie, Zusammenhalt: wie unterschiedlich Menschen in Deutschland die Corona-Pandemie erleben“ aus dem Sommer 2020

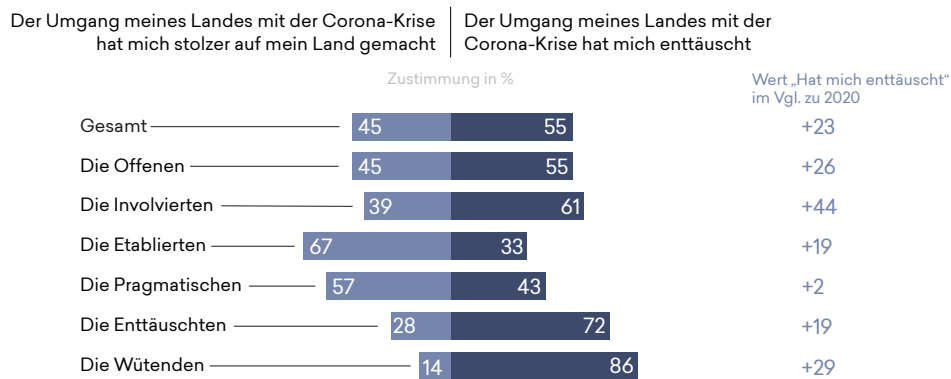
Besonders brisant: Unzufrieden sind längst nicht mehr nur jene, die schon vor der Pandemie misstrauisch waren, sondern nun auch diejenigen, deren Glaube an den Zusammenhalt eigentlich besonders groß ist. So ist die Enttäuschung der bürgerschaftlich orientierten Involvierten gegenüber dem Land seit 2020 um ganze 44 Punkte gewachsen. Sehen sich manche der sechs gesellschaftlichen Typen von der Pandemie in ihrem bereits zuvor pessimistischen Weltbild bestätigt, untergräbt sie also bei anderen den eigentlich stabilen Glauben an die Gesellschaft. **Es besteht deshalb akute Zynismus-Gefahr.**

Eine rein positive, öffentliche „Beschwörungsrhetorik“ zur gesellschaftlichen Lage wäre deshalb auch kein nachhaltiges Gegenmittel: Die Menschen haben sich ihr Bild im Verlauf der zwei Jahre selbst gemacht, sie sehen Risse, die man weder „wegreden“ kann noch sollte. **Von institutioneller und zivilgesellschaftlicher Seite geht es – selbstredend neben dem Dank für das tatsächlich Geleistete – darum, diese Lücken im Zusammenhalt konstruktiv anzusprechen.**

Eines scheint nämlich angesichts unserer Forschung der letzten Jahre klar: Die wenigsten Menschen richten sich wirklich gerne in einer vereinzelt Gesellschaft ein. Sie wünschen sich eine Stärkung des Gemeinsamen – auch wenn viele nicht so recht daran glauben wollen. Diese schwierige Mischung aus einem im Grunde hohen Anspruch, zwischenzeitlichen Erfolgen im Miteinander und einer letztendlichen Enttäuschungserfahrung sollte von Akteuren, die öffentlich wirken, genau in dieser Komplexität thematisiert werden.

Denn das Verhältnis von Zusammenhalt und Vereinzelung ist – sozialpsychologisch gesprochen – eine dynamische Angelegenheit, die von gegenseitigen (und nicht immer richtigen) Erwartungen lebt. Solange die Einzelnen glauben, dass nur sie allein unter dem Eindruck einer kalten Gesellschaft leiden, während die meisten vermeintlich sowieso „ihr eigenes Ding“ machen (wie rund drei Viertel der Menschen derzeit glauben), ergibt sich leicht ein Teufelskreis, in dem alle Seiten weniger Rücksicht nehmen. Erst wenn gegenseitig – und ergo öffentlich – klar wird, dass die meisten sich etwas anderes wünschen, kann Schritt für Schritt wieder eine positive Dynamik greifen. „Drüber reden“ lautet also, wie bei fast allen Missverständnissen, die richtige Devise.

## Nach starkem Start 2020 nun nur noch durchwachsener Eindruck vom Land



Bitte geben Sie auf der folgenden Skala an, wie gut die folgenden Aussagen ihre Ansichten spiegeln, wobei 1 bedeutet, dass Sie der ersten Aussage voll und ganz zustimmen, und 6 bedeutet, dass Sie der zweiten Aussage voll und ganz zustimmen (Skala von 1 bis 6).  
Quelle: More in Common (2022)

## 2. TROTZ KLARER MEHRHEIT FÜR DIE PANDEMIEBEKÄMPFUNG EMPFINDEN DIE MENSCHEN DIE GESELLSCHAFT ALS GESPALTEN: GEFAHR ERNST NEHMEN

Die gute Nachricht vorweg: Bei der Umsetzung von Corona-Maßnahmen weiß die Politik auch zwei Jahre nach Pandemiebeginn den Großteil der Bevölkerung hinter sich. So lehnen z. B. jeweils gut 70 Prozent Querdenker-Positionen ab, vertrauen den veröffentlichten Corona-Informationen und setzen auch beim Impfen auf einen entschiedenen Kurs der Regierung. In der Corona-Politik gibt es also in erster Linie eine „asymmetrische“ Trennlinie von 70 zu 30 Prozent, bei der die Mehrheiten klar sind.

Trotzdem *empfinden* die Menschen die Gesellschaft als gespalten. 59 Prozent sagen, der Ton der öffentlichen Debatte habe sich in der Pandemie verschlechtert. 52 Prozent sehen die Gesellschaft derzeit als gespalten, nur 19 Prozent betrachten sie als eher geeint. Bezeichnenderweise hat dieses negative Gefühl unmittelbar mit Corona zu tun: **62 Prozent der Menschen nennen die Unterscheidung zwischen Geimpften und Ungeimpften als derzeit größte Spaltungslinie in Deutschland – noch vor der Arm-Reich-Schere (55 Prozent) oder politischen Kategorien.** Dies ist ein größerer Anteil als in anderen europäischen Ländern.

Diese Empfindung sollten politische und zivilgesellschaftliche Akteure als Befund ernst nehmen, auch wenn sich – wie gezeigt – weiterhin stabile Mehrheiten für die Pandemiebekämpfung ergeben. Wie wir im nächsten Abschnitt sehen werden und wie beispielsweise Erfahrungen aus anderen westlichen Ländern belegen, können sich Spaltungsdynamiken verselbständigen, wenn man ihnen nicht bewusst entgegenwirkt – und zwar selbst dann, wenn viele Menschen gar nicht zur Zuspitzung beitragen wollen.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> In der Studie „Hidden Tribes“ (2018) unseres US-Teams zeigen wir erstmals auf, wie stark Spaltungsdynamiken (teils ausgehend von kleineren Bevölkerungsgruppen) gesamtgesellschaftlich um sich greifen können, obwohl große Bevölkerungsteile diese Entwicklung ablehnen und von ihr förmlich erschöpft sind (sogenannte „exhausted majority“).

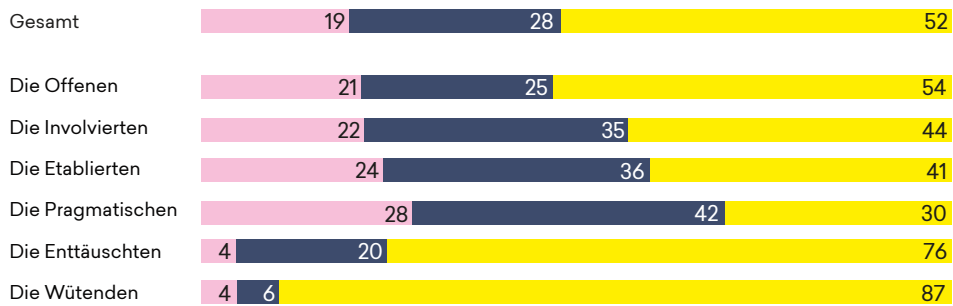
Diagramm 2

## Ausgeprägte gesellschaftliche Spaltungsgefühle

Deutsche Gesellschaft ist ...

● Eher geeint ● Weder geeint noch gespalten ● Eher gespalten

Angaben in %



Wie geeint oder gespalten fühlt sich Deutschland heutzutage für Sie an?  
Quelle: More in Common (2022)

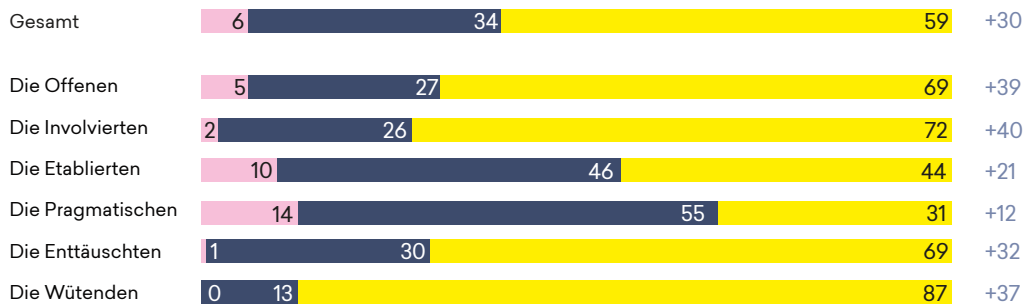
Diagramm 3

## Verschlechterte Tonlage

Ton der öffentlichen Debatte in Deutschland

● Hat sich verbessert ● Keine Veränderung ● Hat sich verschlechtert

Angaben in %



Wie haben sich folgende Aspekte seit Beginn dieser Pandemie verändert, wenn überhaupt?  
Quelle: More in Common (2022)

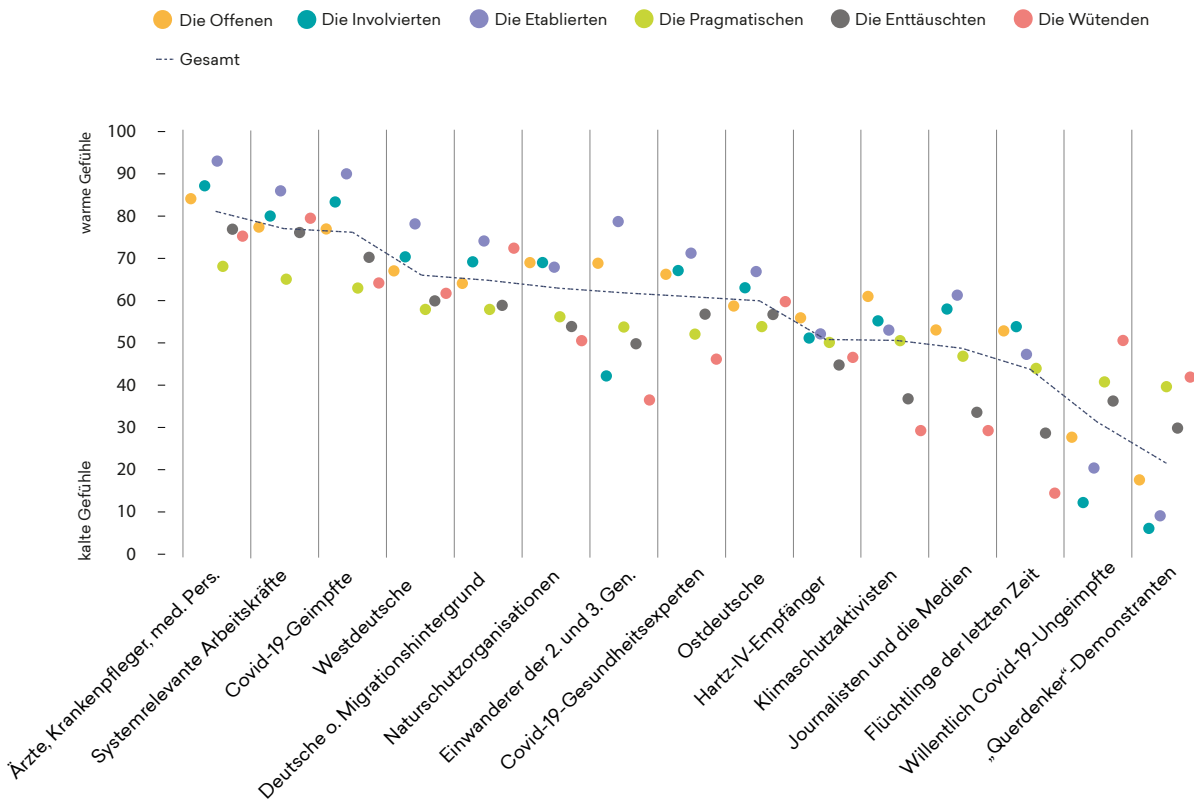
### 3. GEIMPFT VERSUS UNGEIMPFT IST DIE NEUE GESELLSCHAFTLICHE TRENNLINIE: NUANCIERUNG IST GEFRAGT, DAMIT SIE NICHT UNNÖTIG VERHÄRTET

Leider geht es eben in der Impffrage nicht mehr nur um eine sachliche Meinungsverschiedenheit: Der schlechte Debattenton macht mittlerweile die Musik. Das sehen wir bereits an den gegenseitigen Bewertungen der Gruppen, je nachdem, ob man selbst den Ärmel für die Spritze hochgekrempt hat oder nicht. Auf einer Skala von 0 (kalte Gefühle) bis 100 (warme Gefühle) bewerten Geimpfte Ungeimpfte mit im Durchschnitt äußerst kühlen 22 – eine Ablehnung, die noch härter ausfällt als umgekehrt. Willentlich Ungeimpfte bringen Geimpften immerhin gemäßigte Gefühle (49) entgegen.

Zugleich sehen wir auf Seiten der Ungeimpften starke (subjektive) Motive von gesellschaftlicher Bedrängnis: Sie empfinden persönliche Gespräche über das Impfen als „kaum noch gelassen möglich“ (61 Prozent der willentlich Ungeimpften vs. 40 Prozent der Geimpften) und knapp zwei Drittel von ihnen fühlen sich nicht „frei“ in Deutschland. **Bei den Ungeimpften kann sich das Gefühl des „In-der-Ecke-Stehens“ mit ohnehin kursierenden Unfreiheitserzählungen aus dem Umfeld von Verschwörungstheoretikern verbinden. Eine gefährliche Mischung.**

Aus sozialpsychologischer Perspektive ist eine von gegenseitigem Misstrauen geprägte Stimmung ungünstig – und bedarf einer gezielten Gegenbewegung. **Andernfalls wird aus dem anfänglichen „Wir gegen das Virus“ endgültig ein selbstverstärkendes „Wir gegen die“.** Nicht das bessere Sachargument, sondern vor allem die **Selbstbehauptung als Gruppe rückt dann in den Fokus** – wahlweise gegenüber einer als übergriffig wahrgenommenen Mehrheit oder gegenüber einer als rücksichtslos wahrgenommenen Minderheit. Dieser Dynamik sollten sich alle Akteure bewusst sein, auch wenn sie sich jeweils im Recht fühlen. Es gilt, beim Blick auf das andere „Lager“ offen für die Nuance zu bleiben, d.h. für unterschiedliche Motive und Selbstverständnisse. Wie wir im nächsten Abschnitt sehen werden, sind nämlich zum Beispiel auch die Ungeimpften kein homogener Block.

Diagramm 4 **Auf- und Abwertung coronarelevanter Gruppen**



Auf einer Skala von 0 bis 100, wobei 0 sehr kalt und 100 sehr warm bedeutet, wie sind Ihre Gefühle gegenüber: ... ?  
Quelle: More in Common (2022)



#### 4. DIE IMPFDEBATTE WIRD VON GRÖßEREN GESAMTGESELLSCHAFTLICHEN DYNAMIKEN GETRIEBEN: ES BRAUCHT GEZIELTEN VERTRAUENS-AUFBAU IN BISLANG SCHLECHT „ERREICHTEN“ BEVÖLKERUNGSGRUPPEN

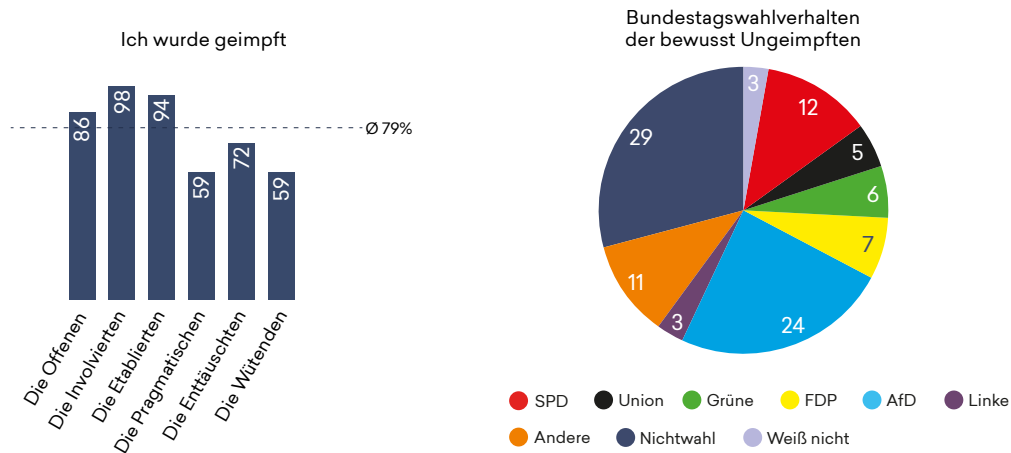
Gerade weil die Trennlinie „geimpft versus ungeimpft“ so tief geht, sollte auch nach Abschluss der Debatte über eine Impfpflicht genau hingeschaut werden. Denn es gibt eine Reihe an Indizien, dass sich in der Impfdebatte gesellschaftliche Dynamiken freisetzen, die nicht unbedingt etwas mit der individuellen Entscheidung für oder gegen eine Immunisierung zu tun haben.

Zum einen sehen wir unter den Nicht-Geimpften viele Wütende, die tatsächlich häufig ein geschlossenes Weltbild aufweisen. **Ihr Elitenmisstrauen, ihre Bedrohungsgefühle und eine ausgeprägte Systemfeindlichkeit haben in Corona ein neues Thema gefunden.** Gleichzeitig sind unter den Ungeimpften aber auch viele Menschen, die grundsätzlich einen schwachen Bezug zum Gemeinwesen haben, ergo auch weniger von politischer und zivilgesellschaftlicher Kommunikation erreicht werden. So finden sich unter den Ungeimpften eben häufig auch Angehörige des sogenannten „Unsichtbaren Drittels“: also Menschen, die von Haus aus schlechter eingebunden sind, in der Öffentlichkeit weniger Repräsentanz finden und – anders als viele Wütende – nicht zwangsläufig über ein geschlossenes Weltbild verfügen. Entsprechend viele Nichtwähler gibt es unter den Ungeimpften. Hingegen sind die besonders gut eingebundenen, besonders vertrauensvollen „Stabilisatoren“ in Sachen Corona-Einsatz und Impfen sozusagen ausmobiliert. Bei ihnen liegt z. B. die Impfquote laut eigener Angabe weit über 90 Prozent.

In anderen Worten: Das Impftema ist gewiss bei manchen, aber nicht bei allen Beteiligten ideologiegetrieben. Es legt auch offen, welche Gruppen in unserer Gesellschaft gut und welche nicht so gut erreicht werden. **Wer gesellschaftliche Mitwirkung, etwa bei der gemeinsamen Immunisierung, steigern will, sollte also ganz grundlegend darüber nachdenken, wie staatliche und gesellschaftliche Akteure bestimmte Bevölkerungsteile – und insbesondere das Unsichtbare Drittel – besser erreichen können,** die derzeit noch von Misstrauen oder institutioneller Bezugslosigkeit geprägt sind.

Diagramm 5

#### Gesellschaftliche Verortung der Ungeimpften



Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihren Covid-19-Impfstatus zu?  
Quelle: More in Common (2022)

BTW-2021-Prozentwerte für alle Befragten: SPD 20, Union 19, Grüne 12, FDP 9, AfD 9, Linke 4, Andere 7, Nichtwahl 18, weiß nicht 3  
Quelle: More in Common (2022)

## 5. NACH DER BELASTUNGSPROBE IST VOR DER BELASTUNGSPROBE: NEUE CHANCEN FÜR ZUSAMMENHALT UND GEMEINSAMKEIT

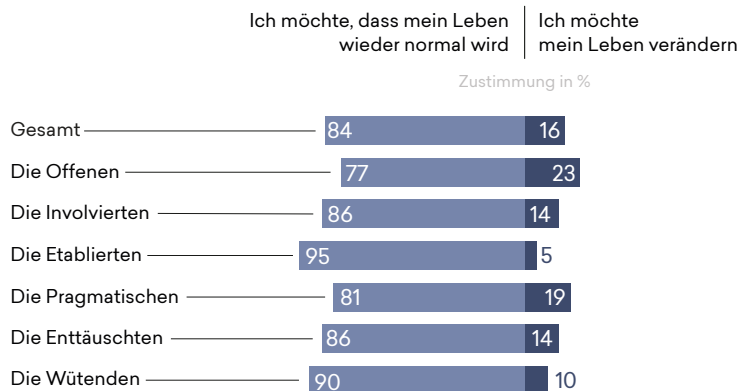
Die Menschen in Deutschland haben eins gemein: Sie wollen, dass ihr Leben wieder normal wird. 84 Prozent der Menschen wünschen sich das. Doch auch wenn 2022 tatsächlich den ersehnten Ausweg aus der Pandemie zeitigen sollte: Die Politik und die Gesellschaft als Ganzes sollten nicht den Fehler machen, einfach zur Tagesordnung überzugehen, ohne die Pandemie aufzuarbeiten. Zu tief gehen die Enttäuschungserfahrungen bei vielen Menschen, zu viele Freundschaften sind über die Pandemie hinweg kaputt gegangen, zu stark reichen Konflikte bis in Familien hinein.

Es wird darauf ankommen, aufgerissene Gräben zu schließen, auch um eine Grundlage für kollektives Handeln in der Zukunft zu schaffen.

**Dazu braucht es einerseits eine bewusste Zeit der gesellschaftlichen und politischen Aufarbeitung, in der öffentlich und transparent verhandelt wird, was gut lief und was schlecht – in einem nüchternen Ton, der die „Temperatur“ der gesellschaftlichen Debatte auf Normalmaß zurückbringt.** Das sollte eine Corona-Aufarbeitungskommission übernehmen, die auch politische Anpassungen (z. B. lang überfällige Anerkennung für Menschen in Pflegeberufen) anstoßen kann und dafür sorgt, dass auch Trauer und Erinnerungskultur ermöglicht werden. **Außerdem braucht es neue Anlässe für gesellschaftliches Miteinander.** Begegnung, und zwar nicht um Gegensätze zu diskutieren oder zu überzeugen, sondern um gemeinsam anzupacken. Das fehlt nach knapp zwei Jahren gesellschaftlicher Distanzierung – und wird mit jedem Tag wichtiger.

Diagramm 6

### Starker persönlicher Normalitätswunsch



Welche Aussage beschreibt besser, was Sie sich für Ihr Leben wünschen, wenn wir die Pandemie hinter uns lassen...?

Quelle: More in Common (2022)



**Was wünschen sich die  
Menschen für die Zukunft  
und ihr Land?**

2

# Was wünschen sich die Menschen für die Zukunft und ihr Land?

Für den Zusammenhalt ist es wichtig, dass es **verbindende Ideen und Zielbilder** dazu gibt, wo wir als Gesellschaft hin wollen – auch wenn das in diesen Zeiten gar nicht so einfach ist. Wir von More in Common haben daher die Menschen gefragt, was ihnen für die Zukunft wichtig ist, wie sie sich Deutschland im Idealfall vorstellen, welche Themen für sie an Bedeutung gewonnen haben und welche Veränderungen sie sich wünschen.

Wir haben in der letzten Zeit gelernt, dass viele Dinge fragiler sind, als wir vielleicht dachten (zum Beispiel der Frieden), und dass Erschütterungsmomente auch zu gesellschaftlichen Maßnahmen führen können, die schnell sichtbar und wirksam werden. In Zeiten von Veränderungen, Unsicherheiten und vielen möglichen Lösungswegen braucht es grundlegende Klarheit über Themen, die uns als Gesellschaft beim Blick auf das Heute und auf das Morgen verbinden. Mit diesem Themenpapier wollen wir genau das versuchen – Orientierung bei der Navigation der Zukunft geben, vor allem für Organisationen und Akteure, die an diesen Themen tagtäglich arbeiten.

## 1. DEUTSCHLAND IN ZEHN JAHREN – WAS SICH DIE MENSCHEN FÜR DIE ZUKUNFT WÜNSCHEN, IST HÄUFIG ZEITLOS

Wie stellen wir uns die deutsche Gesellschaft in zehn Jahren vor, was ist uns besonders wichtig? Wenn wir die Menschen danach fragen, sehen wir viele Gemeinsamkeiten und verbindende Werte: **Demokratisch (50 Prozent), umweltfreundlich (49 Prozent) und gerecht (40 Prozent)** sind insgesamt die am häufigsten geäußerten Wünsche. Zudem haben zwei Jahre einer nicht immer einfachen Pandemiebewältigung die Bedeutung einer „verantwortungsbewussten“ Gesellschaft unterstrichen (Rang vier mit 36 Prozent). In diesen Zahlen steckt eine wichtige Erkenntnis für die Entwicklung und Kommunikation gesellschaftlicher Zielbilder: auf dem Weg in die Zukunft begleiten uns in der Regel sehr grundlegende und zeitlose Werte.

Gleichzeitig sehen wir bei den Wünschen für ein ideales Deutschland aber auch Unterschiede zwischen den gesellschaftlichen Typen. Diese setzen unterschiedliche Schwerpunkte: Kulturelle Werte wie **weltoffen** und **europäisch** haben für die Wütenden, teils auch für die Pragmatischen und die Enttäuschten keine allzu große Bedeutung, während progressive Typen wie die Offenen oder Involvierten sie stärker einfordern. Dafür wird beispielsweise **sicher** deutlich häufiger von den Enttäuschten und Wütenden genannt als von anderen – Sicherheit steht für diese beiden Typen sogar an allererster Stelle. Dies ist – so zeigt es auch unsere frühere Forschung – ein Punkt, an dem die stark ideologisch getriebene und autoritär geprägte Weltsicht der Wütenden mit Ohnmachts- und Schutzlosigkeitsgefühlen der Enttäuschten zusammenfällt. So sehen diese Typen im Ergebnis mit ihrem Wunsch nach Schutz „ähnlich“ aus – zwischen beiden gilt es aber zu differenzieren. (Man kann zudem für die ganze Gesellschaft davon ausgehen, dass das Sicherheitsbedürfnis bei einer erneuten Umfrage vor dem Hintergrund des Ukraine-Krieges noch häufiger genannt würde.)

Diagramm 1

Wie sich die Menschen das „ideale Deutschland“ wünschen

	Gesamt	Die Offenen	Die Involvierten	Die Etablierten	Die Pragmatischen	Die Enttäuschten	Die Wütenden
Demokratisch	50	60	68	59	29	38	39
Umweltfreundlich	49	58	65	67	28	40	31
Gerecht	40	42	50	43	24	47	41
Verantwortungsbewusst	36	40	46	45	19	33	38
Sicher	33	30	32	34	19	49	47
Weltoffen	26	37	34	28	17	22	7
Europäisch	19	27	21	19	16	9	7
Unabhängig	18	17	10	13	16	22	33
Traditionsbewusst	16	8	8	14	22	17	36
Erfolgreich	15	12	15	14	18	15	20
Modern	12	14	9	10	15	12	7
Patriotisch	8	5	4	2	11	5	27
Keine der Genannten	6	3	3	2	10	13	4

Angaben in %

Denken Sie bitte etwa 10 Jahre in die Zukunft und stellen Sie sich Ihre ideale deutsche Gesellschaft vor. Wie sollte sie sein? Bitte wählen Sie bis zu vier Eigenschaften aus.  
Quelle: More in Common (2022)

Was lernen wir daraus für die Zukunftsgestaltung? Zunächst ist es hilfreich, sich die unterschiedlichen Perspektiven der Menschen genau anzuschauen und zu hinterfragen, warum wem was wichtiger oder auch unwichtiger ist. Mit dem Verständnis für die unterschiedlichen Perspektiven können Organisationen beispielsweise in ihrer Kommunikation viel zielgerichteter auf die Menschen eingehen und auch Zielgruppen ansprechen, die sie vorher nicht erreicht haben.

Zudem ist es sinnvoll, sich in der Kommunikation oder der Arbeit von Organisationen ausdrücklich auf die grundlegenden verbindenden Werte in der Gesellschaft zu fokussieren, auch wenn wir sie oft für selbstverständlich halten.

## 2. KLIMA UND SOZIALES: DIE WICHTIGSTEN THEMEN UND GESELLSCHAFTLICHEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

Was sind die wichtigsten Themen und gesellschaftlichen Herausforderungen, denen wir in unserem Land gegenüberstehen? Als wir den Menschen diese Frage im Dezember 2021 gestellt haben, haben die meisten zuallererst **Covid-19** (46 Prozent der Befragten) geantwortet, da wir uns zu diesem Zeitpunkt in Deutschland inmitten der vierten Welle befanden. Dennoch bleibt das Thema **Klimawandel und Umwelt** bei den meisten Menschen sehr hoch im Bewusstsein und wird bei unserer Befragung mit 37 Prozent am zweithäufigsten genannt.

Danach folgen eine Reihe von sozialen Themen, die die Menschen oftmals auch persönlich betreffen, wie bezahlbaren Wohnraum gewährleisten, die Alterssicherung stärken, das Gesundheitssystem verbessern und soziale Ungleichheit verringern. **Vor allem soziale Ungleichheit ist ein übergreifendes Thema, das sich stark auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirkt.** Das konnten wir während der Pandemie beispielsweise an der Debatte rund um „systemrelevante Berufe“ gut verfolgen, da dabei die Ungleichheit sichtbarer geworden ist. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, gerade große Herausforderungen wie den Klimaschutz im Zusammenhang mit sozialen Fragen zu denken, um ausreichend konsensfähig zu sein.

Einen großen Unterschied in den Prioritäten sehen wir bei dem Thema „Einwanderung und Aufnahme von Geflüchteten verringern“, das vor allem von den Wütenden und Enttäuschten oft genannt wird. Auch die **steigenden Energiepreise** beschäftigten viele der Wütenden und Enttäuschten bereits zum Erhebungszeitpunkt im Dezember 2021 überdurchschnittlich. Mit dem Ukraine-Krieg und den aktuellen Preisentwicklungen hat das Thema nochmal an Bedeutung gewonnen.

Diagramm 2

Die wichtigsten Themen aus Sicht der Menschen

	Gesamt	Die Offenen	Die Involvierten	Die Etablierten	Die Pragmatische	Die Enttäuschten	Die Wütenden
Covid-19	46	43	59	63	34	37	43
Klimawandel und Umwelt	37	50	46	46	29	23	12
Bezahlbaren Wohnraum gewährleisten	29	30	27	29	23	39	33
Alterssicherung verbessern	26	26	32	21	24	25	28
Gesundheitssystem verbessern	24	23	25	28	25	24	22
Einwanderung und Aufnahme von Flüchtlingen verringern	23	14	13	17	22	35	52
Soziale Ungleichheit verringern	20	26	19	12	15	28	20
Energiepreise stabil halten	17	15	18	13	16	23	25
Bildungssystem verbessern	16	20	13	13	19	14	7
Kriminalität und Gewalt bekämpfen	15	9	11	20	15	20	22
Wirtschaft stärken	13	10	12	14	18	12	11
Rassismus und Diskriminierung bekämpfen	9	11	9	8	11	3	5
Familien mit Kindern unterstützen	8	8	3	4	17	6	8
Europäische Einigung stärken	6	9	5	4	9	2	3
Arbeitslosigkeit bekämpfen	6	2	0	4	13	7	7
Auf Gleichstellung der Geschlechter hinarbeiten	4	2	6	1	10	1	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)

Damit Organisationen in der Praxis Prioritäten gut setzen und damit navigieren können, ist ein tiefes Verständnis der Themen, die die Menschen in unserem Land umtreiben, Grundvoraussetzung. Auch hier ist unsere Linse mit den sechs gesellschaftlichen Typen hilfreich, denn sie hilft, inhaltliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu erkennen, und darauf aufbauend die Kommunikation oder Maßnahmen zu spezifischen Themen so zu gestalten, dass man die Menschen mit den Aspekten erreicht, die sie wirklich beschäftigen.



### 3. KLIMASCHUTZ HAT POTENZIAL ALS VERBINDENDES GESELLSCHAFTLICHES THEMA

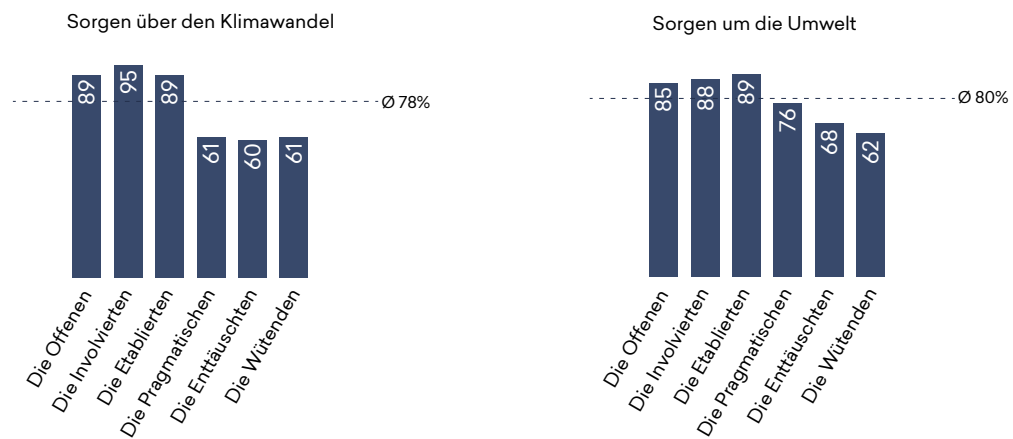
Die Klimakrise ist eine der größten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit und birgt deshalb sowohl Chancen als auch Risiken für den Zusammenhalt. Viele andere gesellschaftliche und politische Aspekte sind mit dem Thema verwoben, wie etwa Gerechtigkeitsfragen, wirtschaftliche Aussichten oder Grundsätze der demokratischen Beteiligung vor Ort.

Ganz generell beschäftigt das Klima mittlerweile einen Großteil der Menschen in unserem Land: **78 Prozent der Menschen sorgen sich über den Klimawandel und 80 Prozent um unsere Umwelt.** Auch wenn wir gewisse Unterschiede zwischen den gesellschaftlichen Typen sehen, gibt es beim Problembewusstsein einen gewachsenen Konsens in der Gesellschaft, auf den wir in der Zukunft aufbauen können.

Diagramm 3

#### Sorgen der Menschen bezüglich Klimawandel und Umwelt

Angaben in %



Wie besorgt sind Sie im Hinblick auf den Klimawandel?  
Quelle: More in Common (2022)

Wie besorgt sind Sie im Hinblick auf die Umwelt?  
Quelle: More in Common (2022)

#### Sieben Erkenntnisse unserer Forschung zu Klimafragen im Überblick

In unserer Meinungsforschung haben wir auch im Dezember 2021 viele Fragen zum Klimawandel gestellt – zentrale Erkenntnisse fassen wir hier kurz zusammen:<sup>2</sup>

- **Menschlicher Einfluss:** Für 62 Prozent der Bevölkerung ist der Klimawandel real und wird durch menschliches Handeln verursacht. Während zwar 26 Prozent am menschlichen Einfluss zweifeln, verneinen lediglich 4 Prozent die Existenz des Klimawandels rundheraus.
- **Altersgruppen:** Die Sorgen über den Klimawandel und um die Umwelt sind kein Phänomen der Jugend, wie man es vielleicht anhand der Fridays for Future-Bewegung vermuten könnte, sondern in allen Altersgruppen gleichmäßig verteilt – am stärksten fallen sie derzeit sogar in der älteren Generation aus (83 Prozent bei den Über-55-Jährigen).

<sup>2</sup> Darüberhinausgehende Analysen zu dem Thema finden sich in unserer Studie „Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt“ aus dem Jahr 2021: [www.moreincommon.de/klimazusammenhalt](http://www.moreincommon.de/klimazusammenhalt)

- **Nationale Politik:** 60 Prozent der Menschen haben das Gefühl, dass unsere Regierung bisher zu wenig für die Umwelt macht und zu wenige Maßnahmen auf den Weg bringt.
- **Internationale Politik:** Auch im internationalen Kontext haben viele Menschen das Gefühl, dass die Bemühungen zur Bekämpfung des Klimawandels eher scheitern (64 Prozent). Vor diesem Hintergrund wollen vor allem die zufriedeneren Typen unserer Gesellschaft nicht auf andere Länder warten, sondern sind vielmehr der Ansicht, dass Deutschland hier mit Maßnahmen als Vorbild vorangehen sollte (z.B. 81 Prozent der Involvierten und Etablierten versus lediglich 38 Prozent der Pragmatischen und 43 Prozent der Enttäuschten).
- **Persönliche Verantwortung:** Im Hinblick auf die persönliche Verantwortung sind 74 Prozent der Menschen der Meinung, dass sie in ihrem alltäglichen Leben durch ihr Verhalten einen Einfluss auf den Klimaschutz haben.
- **Individueller Einfluss:** Viele setzen privat vor allem im Haushalt schon viele Maßnahmen zum Umweltschutz um, wie z.B. Plastikverbrauch reduzieren (59 Prozent), Energie sparen (54 Prozent) oder mehr lokale Lebensmittel verwenden (51 Prozent). Im Bereich Mobilität wächst teilweise das Bewusstsein, indem mehr Menschen umweltfreundliche Verkehrsmittel anstatt dem Auto nutzen (42 Prozent) oder auch versuchen, weniger zu fliegen und Urlaub vermehrt in der Nähe zu machen (21 Prozent).
- **Persönliche Auswirkungen von Klimaschutz:** Ungefähr 30 Prozent der Menschen glauben, dass sich durch Maßnahmen für den Klimaschutz ihr Leben eher verschlechtern als verbessern wird. Im europäischen Vergleich unserer Forschungsdaten aus sechs Ländern ist dies Rekord. Das zeigt erneut: Klimaschutz und Fragen sozialer Gerechtigkeit sind stets zusammen zu denken.

Das Ziel ist grundsätzlich klar, **es geht den meisten nicht mehr um das WARUM beim Klimaschutz, sondern eher um das WIE und WER.** Viele Menschen finden Klima als Zukunftsthema wichtig, fühlen sich aber angesichts der Herausforderungen oft ohnmächtig und glauben noch nicht so recht, dass die Gesellschaft kollektiv und verbindlich ins Handeln kommt. Unsere bisherige Forschung zeigt: Viele sehen sich in Sachen Klimaschutz allein gelassen, erkennen zu wenig Engagement bei anderen Akteuren und fürchten, am Schluss auf der eigenen Anstrengung als Verbraucherinnen und Verbraucher „sitzen zu bleiben“. Für eine ökologische Offensive braucht es also ein glaubhaftes **Zusammenspiel von allen Akteuren** – von der Politik, die klare und insbesondere für alle verbindliche Regeln setzt, von der Wirtschaft, die nicht auf Kosten der Umwelt Gewinne erzielt, von den Medien, die sich ihrer Verantwortung bewusst sind, und natürlich von uns Einzelnen, die tagtäglich Entscheidungen treffen.

Ein Ziel für die Zukunft sollte es sein, den Klimaschutz nicht nur als ökologische Notwendigkeit anzugehen, die Geld kostet, sondern ihn als Chance zur Gesellschaftsgestaltung zu begreifen. Aus unserer Klimastudie von 2021 wissen wir, dass sich viele eine „positiv gewendete“ Klimapolitik wünschen, die neue Güter für die Gesellschaft schafft (Beispiele: Investition in den öffentlichen Nah- und Fernverkehr, menschengerechte und gesündere Städte, langlebige Produkte) und so ganz unmittelbar für die Menschen attraktiv ist.

#### 4. DER UMGANG MIT VERÄNDERUNGEN IN UNSERER GESELLSCHAFT: BEIM WANDEL GEHT ES UM KONKRETE VERBESSERUNGEN

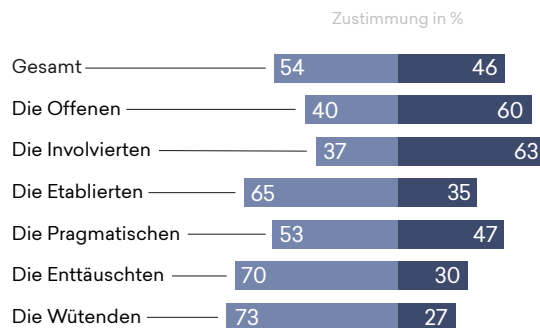
Die Corona-Pandemie hat zu tiefgreifenden Veränderungen in unserem Leben geführt und uns gezeigt, wie schnell wir Verhaltensweisen in unserer Gesellschaft anpassen können, wenn es denn notwendig ist. Gleichzeitig fühlen sich viele Menschen nach über zwei Jahren Krise erschöpft und ausgelaugt.

Derzeit sehen wir in unserer Gesellschaft zwei Richtungen: die einen (46 Prozent), die die Chancen der Corona-Krise sehen, um wichtige Veränderungen in Deutschland vorantreiben zu können. Und andersherum viele Menschen (54 Prozent), die sich eigentlich nur wünschen, dass es im Großen und Ganzen wieder so wird, wie es vor der Pandemie war. Interessant sind dabei insbesondere die Pragmatischen, die aufgrund ihres schwachen Bezugs zu großen gesellschaftlichen Fragen von allen Typen am wenigsten zu wissen scheinen, wohin es gehen soll.

Diagramm 4

#### Die Corona-Krise als Momentum für Veränderungen

Ich möchte eigentlich nur, dass die Dinge in Deutschland im Großen und Ganzen wieder so werden, wie sie vor der Pandemie waren | Wir sollten die Chance, die COVID-19 bietet, ergreifen, um wichtige Veränderungen in Deutschland vorzunehmen



Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie eher zu?  
Quelle: More in Common (2022)

Für das Navigieren in der Zukunft ist es also wichtig zu verstehen, dass Menschen unterschiedlich mit Veränderungen umgehen. Manche schauen optimistisch in die Zukunft und sehen die Chancen, während der Blick nach vorn bei anderen mit Ängsten und Unsicherheiten verbunden ist. Auf diese Wahrnehmungen haben mitunter auch Medien Einfluss, etwa wenn sie entsprechende Zukunftsängste durch negative Berichterstattung und weniger lösungsorientierten Journalismus noch verstärken.

Es ist klar, dass uns im Hinblick auf die heutigen Herausforderungen viele gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Veränderungen bevorstehen. Dabei wird es eine zentrale Aufgabe für Akteure und Organisationen sein, damit umzugehen, dass Teile der Gesellschaft Wandel und Fortschritt als Wert an sich begrüßen und andere weniger. **Zudem sei gesagt, dass derzeit sieben von zehn Menschen „schrittweise Verbesserungen“ gegenüber „radikalere“ Maßnahmen vorziehen.**

Damit Veränderungen dennoch gelingen, ist es wichtig zu verstehen, welche Themen die Menschen umtreiben (s. Punkt 2), was ihnen Hoffnung gibt und was ihnen Angst macht – und so den richtigen Ton zu treffen. Ein Gedanke dazu aus unserer bestehenden Forschung: Auch wenn Menschen unterschiedlich aufgeschlossen für Wandel sind – über konkrete „Verbesserungen“ bei ihnen wichtigen Themen kommen die allermeisten sehr schnell und gerne ins Gespräch. Darauf aufbauend können Kommunikation und Veränderungsprozesse so gestaltet werden, dass möglichst viele Menschen sie mittragen.

## 5. RAUS AUS DEM ABWARTEN: DER WUNSCH NACH ENTSCHEIDENEM POLITISCHEM HANDELN

In ungewissen Zeiten wünschen sich viele Menschen **Orientierung, Klarheit und Verbindlichkeit**. So ist es nicht überraschend, dass sich 68 Prozent der Menschen von der Politik ein entschiedenes Regieren wünschen, während sich 32 Prozent eher ein behutsames Regieren wünschen. Bei misstrauischen Typen wie den Wütenden und Enttäuschten ist dabei die Tendenz zur Vorsicht am stärksten ausgeprägt. Denn wer unzufrieden mit der bisherigen Politik ist, dem fehlt häufig im ersten Schritt auch das Zutrauen in Veränderungspläne. Wer hingegen dem Gemeinwesen insgesamt mehr vertraut – wie etwa die Stabilisatoren oder die Offenen –, der lässt sich auch zuversichtlicher auf neue Ansätze ein.

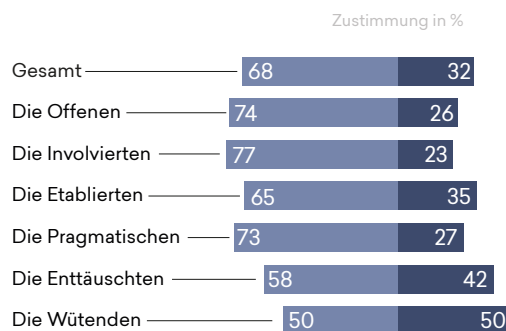
Aus unserer Forschung lernen wir aber, dass ein schnelles und entschlossenes Handeln von Politikerinnen und Politikern durchaus auch als positives Signal beispielsweise bei den Enttäuschten ankommt – so wie es beispielweise in der ersten Welle der Pandemie passiert ist. Und wir wissen eines auf jeden Fall: alle Bevölkerungssegmente wünschen sich, dass die Politik die wichtigen Themen anpackt und nicht verschleppt.

Diagramm 5

### Wunsch nach entschiedenem oder behutsamem Regieren

Von der neuen Bundesregierung wünsche ich mir...

...entschiedenes Regieren und weitreichende Veränderungen in unserem Land | ...behutsames Regieren und begrenzte Veränderungen nur da, wo wirklich nötig



Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie eher zu?  
Quelle: More in Common (2022)

Die Corona-Krise war und ist dahingehend besonders, dass viele Akteure angesichts der unmittelbaren Bedrohung schneller gehandelt haben, als wir es gewohnt sind – oder wir es zum Beispiel bei der Klimakrise sehen, die uns schon lange bekannt ist. Der Unterschied ist, dass Corona sich viel näher anfühlt und ein Problem der Gegenwart ist, während die Klimakrise sich (trotz aller Sorgen) im Alltag oft noch abstrakt anfühlt. Wir beschäftigen uns logischerweise eher mit der Gegenwart als mit unserer Zukunft – umso wichtiger erscheint es uns, daraus zu lernen und uns öfter gegenseitig die Frage zu stellen, die wir als Titel für dieses Themenpapier gewählt haben: Was wünschen wir uns für die Zukunft?

# Drei Fragen zum Weiterdenken

**1** Wie kommen wir in der Gesellschaft öfter dazu ins Gespräch, was uns wirklich wichtig ist, was uns Hoffnung oder Angst macht?

**2** Wie gehen wir mit zunehmenden Unsicherheiten wie zum Beispiel Klimaangst in der jungen Generation um?

**3** Welche Kompetenzen brauchen wir in unserer Gesellschaft, um in ungewissen Zeiten, zum Beispiel in Krisen, navigieren zu können?

Notizen

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Was hat das persönliche  
Befinden der Menschen  
mit gesellschaftlichem  
Zusammenhalt zu tun?**

**3**

# Was hat das persönliche Befinden der Menschen mit gesellschaftlichem Zusammenhalt zu tun?

Der Krieg in der Ukraine hat die deutsche Gesellschaft erschüttert. Nicht nur empfinden viele Menschen Empathie für das Leid in dem nahen, europäischen Land; auch erleben viele Bürger zum ersten Mal in ihrem Leben eine unmittelbare und akute Bedrohung ihrer Sicherheit von außen. Wie ist es um die Gesellschaft bestellt, die sich in dieser Situation zurechtfinden muss? Wie geht es den Menschen, die bereits zwei Jahre Covid19-Pandemie erlebt haben und nun mit einer neuen Krise konfrontiert sind, ganz persönlich?

Die Frage nach dem Befinden der Menschen in Deutschland ist für die Debatte über gesellschaftlichen Zusammenhalt wichtig, da die emotionale Lage der Einzelnen maßgeblich beeinflusst, ob es uns gelingt, auch als Gesellschaft zusammenzustehen und schwierige Situationen zu meistern. Zudem bestimmt das persönliche Empfinden der Menschen ganz wesentlich, wie offen sie im Alltag für zivilgesellschaftliche Ansprache und Einladungen sind, die Gesellschaft mitzugestalten.

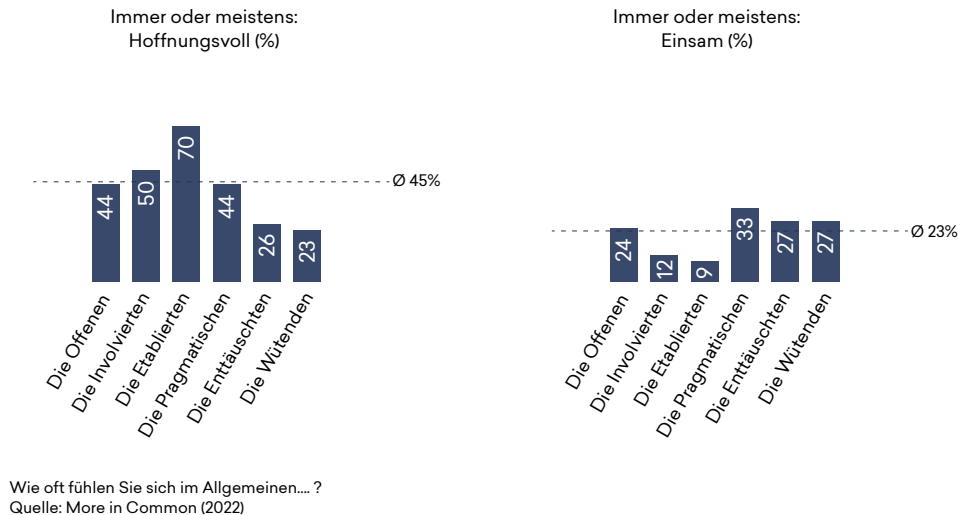
## **1. EINSAMKEIT UND HOFFNUNGSLOSIGKEIT SIND WEIT VERBREITET IN DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT, ABER NICHT ALLE SIND DAVON GLEICHMÄßIG BETROFFEN. GERADE WER MIT DEM UNSICHTBAREN DRITTEL INS GESPRÄCH KOMMEN WILL, MUSS DIESE GEFÜHLE ADRESSIEREN.**

Die Corona-Pandemie hat die Menschen in Deutschland in der Tendenz einsamer gemacht. 2019, im Jahr vor der Pandemie, stimmten 30 Prozent der Aussage zu, sich oft einsam zu fühlen. Nach zwei Jahren Krise geben über die Hälfte der Befragten (51 Prozent) an, sich zumindest manchmal einsam zu fühlen; 23 Prozent sagen sogar, sie fühlen sich meistens oder immer einsam. Dabei sind diese Gefühle sehr ungleich verteilt: Während die gesellschaftlichen Stabilisatoren (die Typen der Involvierten und Etablierten) als einzige deutlich mehrheitlich vor Einsamkeit gefeit sind, trifft das Gegenteil auf das Unsichtbare Drittel zu. **27 Prozent der Enttäuschten und sogar 33 Prozent der Pragmatischen fühlen sich sogar meistens oder immer einsam** – und dies gilt auch für knapp ein Viertel der Offenen, eine an sich eher handlungsmächtige und selbstbewusste Bevölkerungsgruppe. Deutlich wird hier ein Alterseffekt. **Es sind gerade junge Menschen, überdurchschnittlich bei den Offenen und Pragmatischen vertreten, die besonders von Einsamkeit betroffen sind.**

Auch bei der Frage, wie hoffnungsvoll Menschen sind, gibt es teils deutliche Unterschiede in der Gesellschaft. Es sind wieder die gesellschaftlichen Stabilisatoren, allen voran die Etablierten mit 70 Prozent, die meistens oder immer hoffnungsvoll sind. Im starken Gegensatz dazu trifft dies nur auf 26 Prozent der Enttäuschten zu. Nur die Wütenden fühlen sich mit 23 Prozent noch seltener hoffnungsvoll.



## Unterschiede im Lebens- und Alltagsgefühl



Das Befinden der Menschen in Deutschland variiert stark. Einsamkeit und Hoffnungslosigkeit sind gerade (aber nicht nur) im Unsichtbaren Drittel weit verbreitet. Wer in gesellschaftlichen Zusammenhalt investiert, sollte diese Gefühle ernst nehmen und auffangen. Da vor allem Menschen betroffen sind, die weniger gut in gesellschaftliche Strukturen eingebunden und deshalb auch schwieriger anzusprechen sind, sollten zivilgesellschaftliche Angebote lebensnah sein, Gemeinschaft stärken und an die alltäglichen Erfahrungswelten der Menschen anknüpfen.

## 2. EINE MEHRHEIT DER MENSCHEN EMPFINDET DAS SYSTEM ALS UNGERECHT. BENACHTEILIGUNGSGEFÜHLE SIND EIN HINDERNIS FÜR DEN GESELLSCHAFTLICHEN DIALOG UND SOLLTEN DIREKT ADRESSIERT WERDEN.

Es gibt in Deutschland ein **breit geteiltes Ungerechtigkeitsempfinden**. 71 Prozent der Menschen sagen, das System im Land sei zugunsten der Wohlhabenden und Einflussreichen verzerrt. Auch wenn die Enttäuschten und Wütenden hier besonders hohe Werte haben (jeweils 90 Prozent), ist dies in allen Bevölkerungssegmenten eine Mehrheitsmeinung.

Doch nicht alle Menschen fühlen sich gleichermaßen als Opfer dieser Ungerechtigkeit. Knapp die Hälfte in Deutschland stimmt der Aussage „Ich fühle mich häufig als Bürger zweiter Klasse“ zu (44 Prozent). In den Segmenten der Enttäuschten und Wütenden wird das Gefühl, degradiert zu werden, mit 80 bzw. 86 Prozent kollektiv geteilt; bei den Offenen und gesellschaftlichen Stabilisatoren hingegen betrifft dies nur eine Minderheit. **Es sind gerade die Gefühle der mangelnden Wertschätzung und der Benachteiligung, die das unsichtbare Segment der Enttäuschten in Empfindungsnähe zu den eher ideologisch getriebenen Wütenden bringen.** Diese beiden Segmente haben auch am wenigsten das Gefühl, für ihren Beitrag zur Bewältigung der Corona-Pandemie ausreichend wertgeschätzt zu werden (jeweils nur gut 25 Prozent). Was dabei besonders bemerkenswert ist: In den ersten Monaten der Pandemie gab es bei ihnen durchaus so etwas wie Positivsignale. Die Enttäuschten und sogar die Wütenden fühlten sich zumindest zu gut der Hälfte ausreichend für ihren Krisenbeitrag wertgeschätzt.<sup>2</sup> Mit dem Andauern der Pandemie,

Ermüdungserscheinungen und vertieften gesellschaftlichen Konflikten sind diese Zahlen wieder eingebrochen.

Mit Gefühlen der Degradierung und mangelnden Wertschätzung geht der Eindruck einher, auf der Verliererseite von gesellschaftlichen Veränderungen zu stehen: Es sind wieder die Enttäuschten und die Wütenden, die hier in großen Teilen zustimmen (Enttäuschte 51 und Wütende 46 Prozent); als Gewinner fühlt sich hier praktisch niemand. Im Kontrast hierzu sagen beispielsweise nur neun Prozent der Etablierten, eher zu den Verlierern zu gehören.

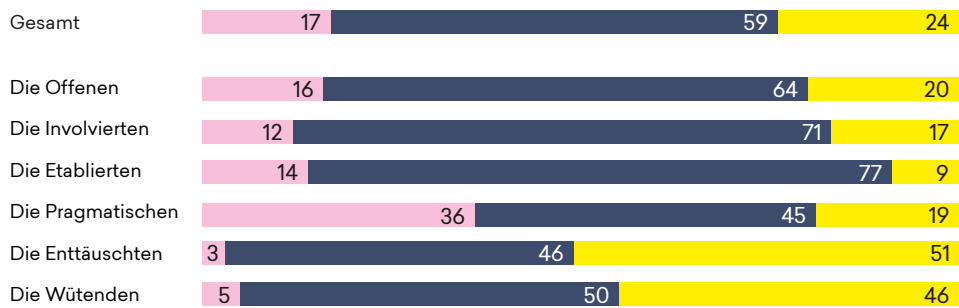
Diagramm 2

## Gesellschaftliche Verlierer- und Gewinnergefühle

Ich fühle mich ...

● eher als Gewinner    ● weder als Gewinner noch Verlierer    ● eher als Verlierer

Angaben in %



Wenn Sie daran denken, wie sich unsere Gesellschaft verändert, fühlen Sie sich eher als Gewinner oder Verlierer dieser Veränderungen?

Quelle: More in Common (2022)

Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.

Für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland ist es eine schlechte Nachricht, dass das System im Land von einer deutlichen Mehrheit der Menschen als ungerecht wahrgenommen wird. Ein Teil der Bevölkerung sieht sich dabei dann auch klar als Opfer der Ungerechtigkeit und auf der Verliererseite. Das Empfinden dieser Menschen gilt es nicht zu negieren oder wegzureden. Zivilgesellschaftliche Akteure sollten im Gegenteil empathisch und auf Augenhöhe diese Gefühle adressieren und Wege aufzeigen, mehr Gehör und Sichtbarkeit zu erlangen.

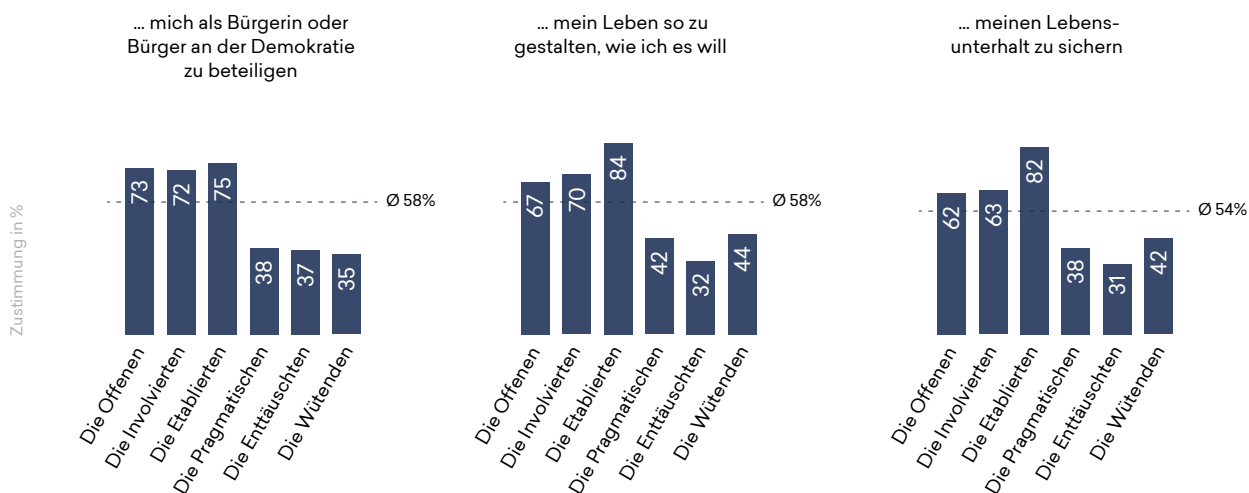
2 Vgl. unsere [Studie „Vertrauen, Demokratie, Zusammenhalt: wie unterschiedlich Menschen in Deutschland die Corona-Pandemie erleben“](#) aus dem Jahr 2020.

### 3. DER GLAUBE AN DIE EIGENE HANDLUNGSMACHT VARIIERT STARK. WER GESELLSCHAFTLICHEN ZUSAMMENHALT STÄRKEN WILL, SOLLTE BEWUSST IN DIE SELBST- UND BÜRGERWIRKSAMKEIT DER MENSCHEN INVESTIEREN.

Das Unsichtbare Drittel hat am seltensten das Gefühl, Kontrolle darüber zu haben, wie sein Leben verläuft (49 Prozent bei den Enttäuschten und nur 32 Prozent bei den Pragmatischen). Zum Vergleich: Im Durchschnitt der Gesamtbevölkerung fühlen sich 62 Prozent in Kontrolle; Ohnmachtsgefühle sind hier zwar auch verbreitet, aber insgesamt weniger ausgeprägt. Im Unsichtbaren Drittel überwiegt hingegen klar die Wahrnehmung, wenig oder keinen Einfluss auf den Verlauf des eigenen Lebens zu haben.

Und auch in der Frage, wie *frei* sich die Menschen fühlen, ihr eigenes Leben oder die Demokratie gestalten zu können, gibt es große Unterschiede in der Gesellschaft. Die Offenen und allen voran die gesellschaftlichen Stabilisatoren haben in der deutlichen Mehrheit den Eindruck, frei über ihr Leben zu bestimmen und sich als Bürgerin oder Bürger an der Demokratie beteiligen zu können. Ein anderer Teil der Gesellschaft, die Wütenden und das Unsichtbare Drittel, hat dieses Gefühl nicht. Hier klafft eine Lücke auf und nur noch Minderheiten in diesen Segmenten fühlen sich frei in der Gestaltungsmacht über ihr Leben und die Demokratie.

Diagramm 3 „Ich fühle mich frei, wenn es darum geht, ...“



Wie frei oder unfrei fühlen Sie sich persönlich, wenn es darum geht, ...?  
Quelle: More in Common (2022)

Die starken Unterschiede in der Wahrnehmung der Menschen, Kontrolle über ihr eigenes und ihr bürgerschaftliches Leben zu haben, münden in unterschiedliche Möglichkeiten der zivilgesellschaftlichen Ansprache: Während es für die eher zuversichtlichen Teile der Bevölkerung (z.B. die Etablierten, Involvierten, Offenen) Sinn macht, an ihre existierende Handlungsmacht und Selbstwirksamkeit zu appellieren, gilt dies für das Unsichtbare Drittel und die Wütenden nicht. Für Aufforderungen, „etwas selbst in die Hand zu nehmen“, gibt es schlicht keine Anknüpfungspunkte, da genau das Gefühl, etwas bewirken zu können, nur schwach ausgeprägt ist. Die empfundene Machtlosigkeit sollte adressiert werden, wenn man diese

Menschen in den Dialog bringen möchte. Dabei geht es ausdrücklich nicht darum, bei allen Zielgruppen um jeden Preis ein „aktivistisches“ Selbstbewusstsein anzuregen. Bei vielen hilft es womöglich bereits aufzuzeigen, wie mittels Stellvertretern (z.B. Gewerkschaften) und kollektiven Akteuren (Repräsentanz in der Politik) die eigene Position Eingang in den gesellschaftlichen Diskurs finden kann.

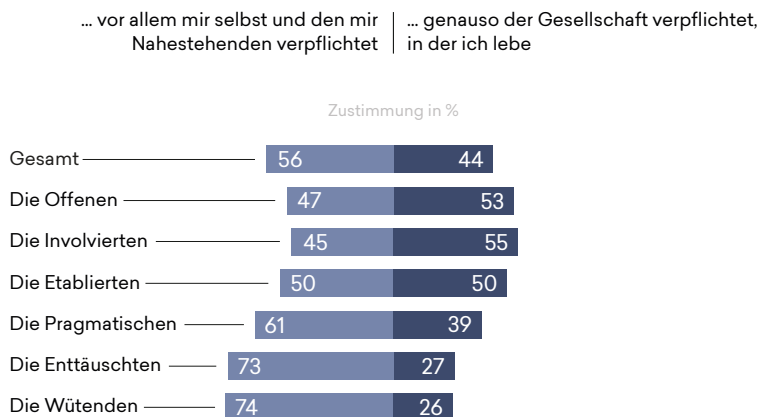
#### 4. WER DIE SOLIDARITÄT ANDERER BEZWEIFELT, WIRD WOMÖGLICH SELBST EGOISTISCHER. EIN OFFENES GESPRÄCH ÜBER DEN (VERLORENEN) GEMEINSCHAFTSSINN KANN DESHALB WIRKUNGSVOLLER SEIN ALS APPELLE, SICH SOLIDARISCH ZU VERHALTEN.

In Deutschland sagt nur ein Viertel der Menschen, in unserem Land „kümmern wir uns umeinander“. Drei Viertel hingegen haben den Eindruck, jeder kümmere sich nur um sich selbst: knapp 20 Prozent mehr als 2020, kurz nach Beginn der Coronapandemie, als ein Gefühl von „wir schaffen das“ und Zusammenhaltsbekundungen den Diskurs dominierten.<sup>3</sup> Nach zwei Jahren Pandemie sind die Enttäuschten und Wütenden sogar mit über 90 Prozent vom Egoismus der Menschen überzeugt.

Es sind gerade diese beiden Bevölkerungsgruppen – zusammen mit dem unsichtbaren Segment der Pragmatischen – die sich in der Folge auch selbst am wenigsten der Gesellschaft als Ganzes verpflichtet fühlen. Zwar sagt insgesamt eine Mehrheit aller Menschen (56 Prozent), dass bei persönlichen Entscheidungen ihre Loyalität vor allem sich selbst und Nahestehenden gilt, und nur 44 Prozent geben an, sich genauso der Gesellschaft verpflichtet zu fühlen, in der sie leben. Bei den Pragmatischen, Enttäuschten und Wütenden sind diese Werte aber noch einmal deutlich zugespitzt – und zwar in Richtung Vereinzelung. **Also gerade die Segmente, die vom Egoismus der Menschen überzeugt sind und die sich zudem überdurchschnittlich häufig einsam, hoffnungslos und als Verlierer von Veränderungen fühlen, reagieren ihrerseits mit einem „Solidaritätsentzug“ gegenüber der Gesellschaft.**

Diagramm 4

#### „Ich als einzelner Mensch bin in meinen Entscheidungen ...“



Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie eher zu?  
Quelle: More in Common (2022)

<sup>3</sup> Vgl. das erste Papier aus der Serie Navigieren im Ungewissen „Was macht die Pandemie mit dem gesellschaftlichen Zusammenhalt?“ von März 2022.

Für zivilgesellschaftliche Akteure ist es wichtig anzuerkennen, dass sich viele Menschen in Deutschland – und gerade Bevölkerungsgruppen, die ohnehin schwerer zu erreichen sind – der Gesellschaft als Ganzes nicht (mehr) selbstverständlich verpflichtet fühlen. Höhere Appelle an Solidarität und „Gemeinschaftssinn“ drohen hier ungehört zu verhallen oder mit Zynismus quittiert zu werden. Möchte man diese Menschen ansprechen, ist es erfolgversprechender, an ihre persönliche Lebensrealität und ihr tatsächliches Empfinden in der Gesellschaft anzuknüpfen. Thematisiert man beispielsweise direkt und offen den wahrgenommenen Egoismus im Land, kann dies die Tür zu konstruktiven Gesprächen darüber öffnen, wie die Gesellschaft *eigentlich* funktionieren *sollte*.

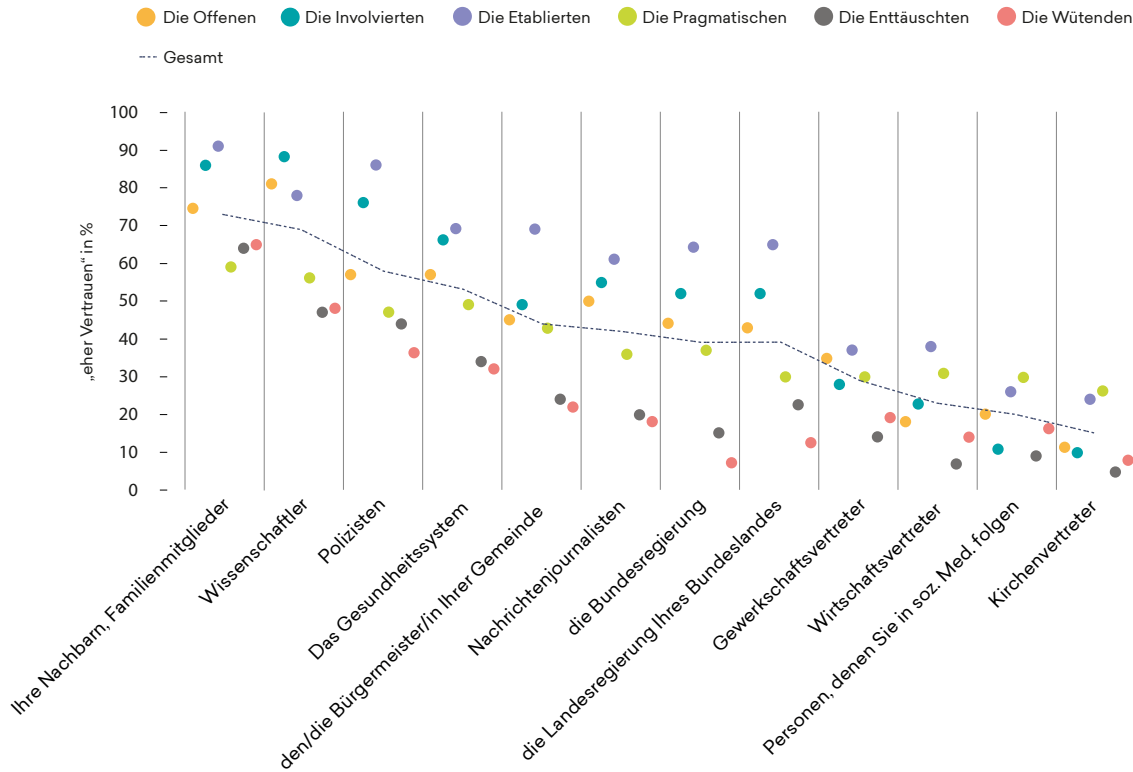
## **5. DAS PERSÖNLICHE UMFELD IST FÜR VIELE MENSCHEN EIN RÜCKZUGS-ORT. AUSTAUSCH ÜBER GESELLSCHAFTLICHE TRENNLINIEN HINWEG MUSS (NEU) GELERNT WERDEN.**

**Der Solidaritätsentzug gegenüber der Gesellschaft geht damit einher, dass sich viele Menschen in ihr persönliches Umfeld zurückziehen.** Dies trifft insbesondere auf das Unsichtbare Drittel und die Wütenden zu. Diese drei Segmente vertrauen mehrheitlich in der Regel nur Nachbarn und Familienmitgliedern. Bei gesellschaftlich-politischen Institutionen sind die Vertrauensbezüge hingegen eher bis sehr gering; hier zeigen sich auch die Differenzen zu anderen Bevölkerungsgruppen deutlich.

Während beispielsweise die gesellschaftlichen Stabilisatoren zu großen Teilen Nachrichtenjournalisten (Etablierte 61 Prozent, Involvierte 55 Prozent) und der Bundesregierung (Etablierte 64 Prozent, Involvierte 52 Prozent) vertrauen, gilt dies nicht für die Enttäuschten und Wütenden. Beide Gruppen vertrauen diesen – für die Demokratie zentralen Akteuren – nur noch in einer Minderheit (bei den Nachrichtenjournalisten sind es jeweils etwa 20 Prozent und bei der Bundesregierung sogar nur 15 Prozent bei den Enttäuschten und sieben Prozent bei den Wütenden).

Diagramm 5

## Vertrauensdefizite jenseits des persönlichen Umfelds



Wieviel Vertrauen haben Sie in...?  
Quelle: More in Common (2022)

Aus unserer Studie zu Begegnung und Zusammenhalt<sup>4</sup> wissen wir zudem, dass die Freundes- und Bekanntenkreise der Menschen – also der Bereich, wo die Vertrauensbezüge am stärksten sind – häufig eher homogen sind und dass es gerade für das Unsichtbare Drittel schwierig ist, mit Menschen ins Gespräch zu kommen, die anders sind als sie selbst. In der Folge findet ein echter Abgleich von Meinungen nur bedingt statt: Der Austausch über gesellschaftliche Trennlinien hinweg muss (neu) gelernt werden. Begegnungen, die an persönliche Interessen der Menschen anknüpfen und auf Gemeinsamkeiten zwischen den Teilnehmenden bauen, eignen sich, um einen Perspektivwechsel zu ermöglichen und innergesellschaftliches Vertrauen neu aufzubauen.

4 Vgl. unsere Studie „Begegnung und Zusammenhalt: Wo und wie Zivilgesellschaft wirken kann“ aus dem Jahr 2021.

# Drei Fragen zum Weiterdenken

1

**Warum fühlen sich besonders junge Menschen häufig einsam und mit welchen Ansätzen können diese Gefühle adressiert werden?**

2

**Wie können die existierenden Ungerechtigkeitsgefühle in Bemühungen für den Zusammenhalt berücksichtigt werden?**

3

**Welchen Einfluss kann der Krieg gegen die Ukraine mitsamt seinen Folgen auf die beschriebenen Empfindungen der Menschen in Deutschland haben? Worauf sollten sich zivilgesellschaftliche Akteure einstellen?**

Notizen

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

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

**4**



**„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

# 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.

## **1. 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 länderübergreifende Forschung zu Beginn der Corona-Pandemie (2020), bei der relevante Zufriedenheitsindikatoren in Deutschland vergleichsweise stark ausfielen. Abrufbar unter: <https://www.moreincommon.com/newnormal/>

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 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 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

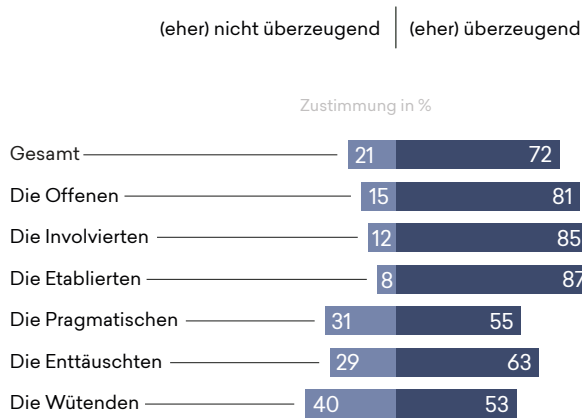
Diese raumgreifenden Gegenwartssorgen bedeuten aber ausdrücklich nicht, dass die Menschen darüber den Blick auf langfristige Gestaltungsfragen aufgeben wollen. So landet die bisherige Top-zwei-Priorität Klimaschutz nun zwar mit 28 Prozent (minus neun Punkte) „nur“ noch auf Rang drei, aber sie bleibt 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 Alltagsorgen 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 Energie- und 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.

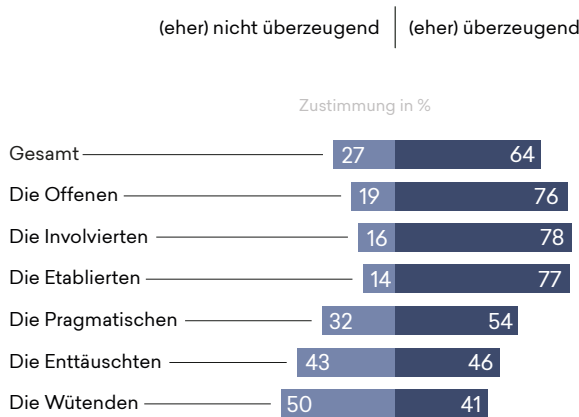
Auch eine Abfolge schwerer Krisen ändert nichts am grundlegenden Bedürfnis vieler Menschen nach Zukunftsgestaltung. Dies können gesellschaftliche Akteure als Offenheit zum Gespräch über komplexe Abwägungen im Krisenhandeln verstehen.

## Aussagen zu Energie und Klimaschutz

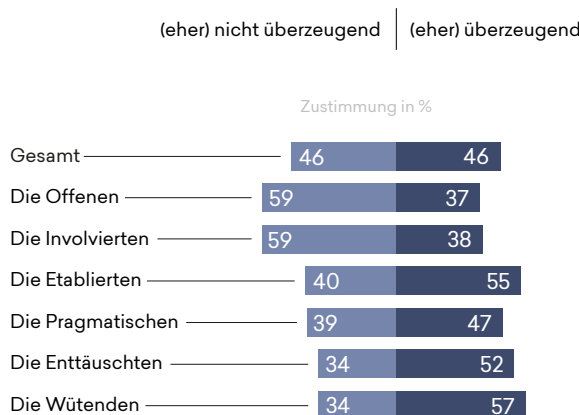
Wir sollten stärker und schneller als bislang in erneuerbare Energien investieren, weil wir langfristig nur so unabhängig von autoritären Staaten wie Russland werden.



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.“

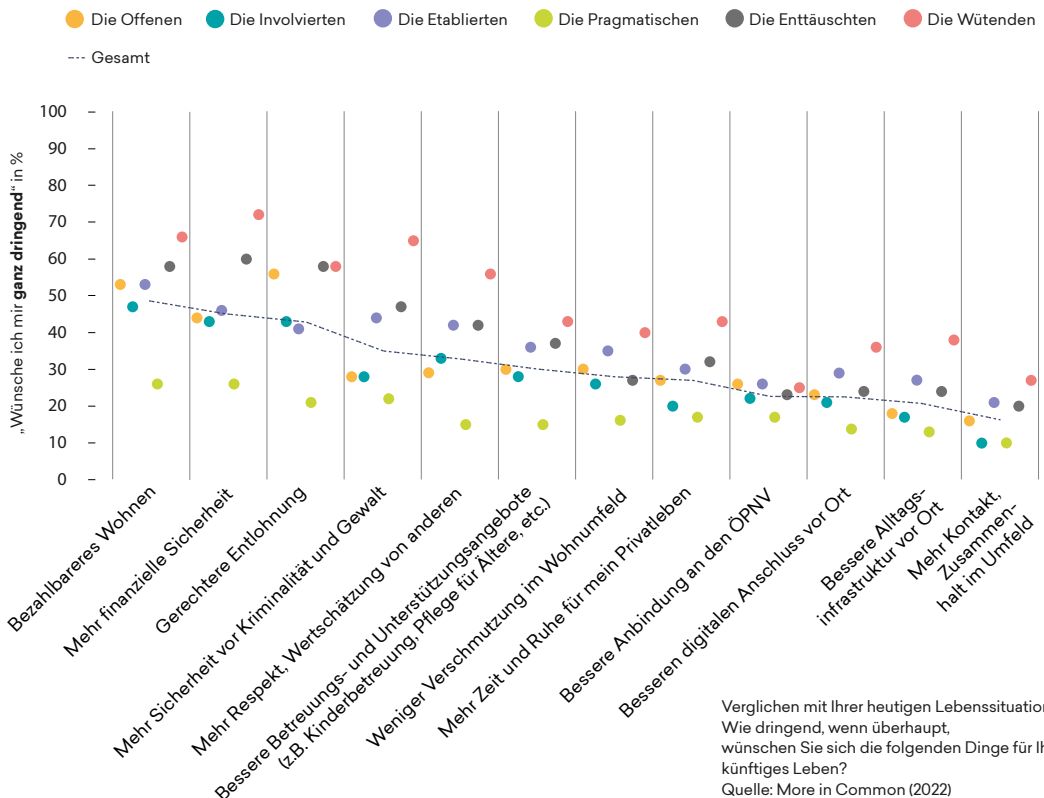
Zitat aus der Fokusgruppe der Pragmatischen

## 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 Mittelschichtwunsch 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 gefühlten 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.**

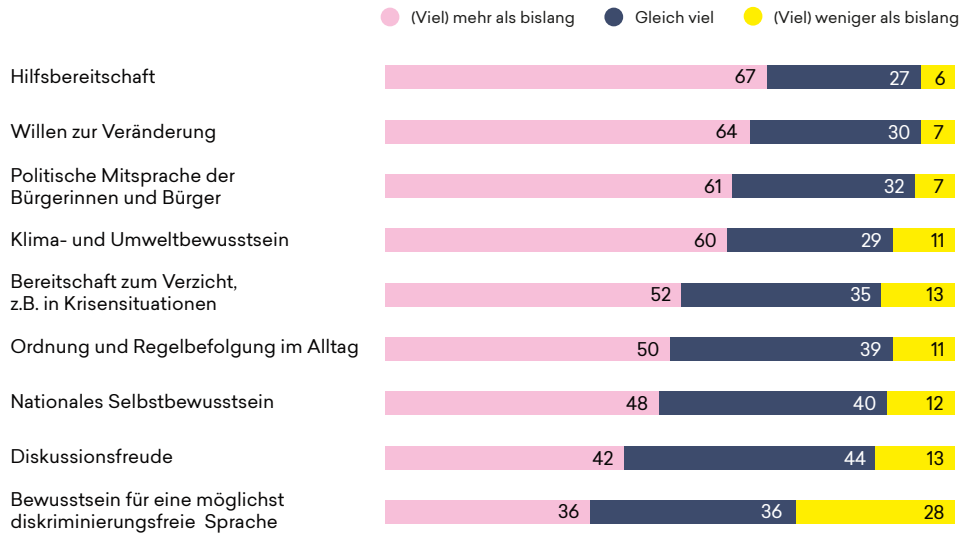
Deutschland als Land, das nicht immer schnell ins Handeln kommt – diesen bereits oben erwähnten Kritikpunkt vieler Menschen bestätigen auch unsere neuesten Daten. Danach gefragt, welche Eigenschaften die Bundesrepublik derzeit am besten beschreiben, nennen die Bürgerinnen und Bürger am häufigsten „bürokratisch“ (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 allem 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.<sup>4</sup> 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... ?

Angaben in %



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...“



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 berechnete) 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 irgendetwas 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.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Denn auch in der ganz jungen Generation existieren unterschiedliche Perspektiven auf die Klimastreiks: Während 29 Prozent der 18-29-Jährigen Fridays for Future als positive Kraft begrüßen, stehen ihnen mit 28 Prozent nahezu genauso viele Jüngere kritisch gegenüber. Aus unserer Typenanalyse wissen wir, dass zum Beispiel viele junge Pragmatische im Vergleich eher wenig Bezug zu dieser Bewegung haben.

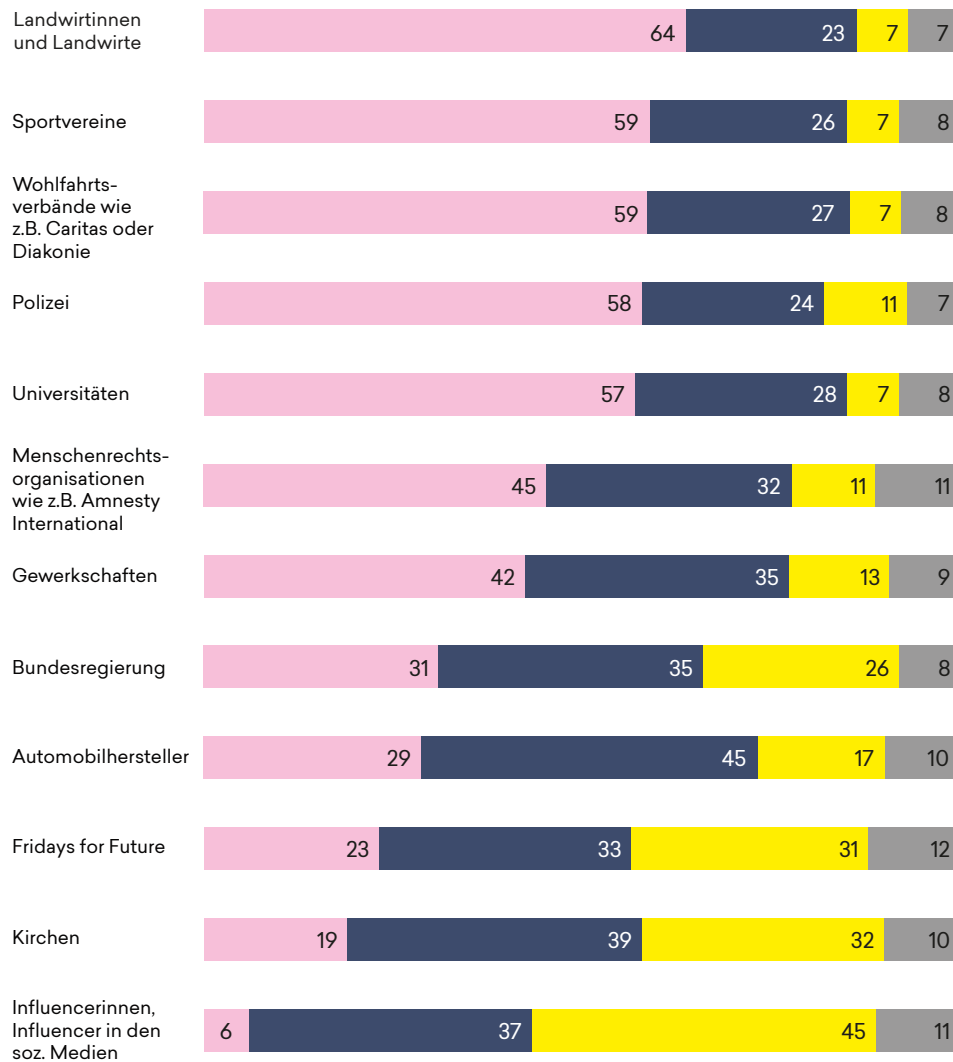
<sup>6</sup> Vgl. auch unsere Studie [„Begegnung und Zusammenhalt: Wo und wie Zivilgesellschaft wirken kann“](#) aus dem Jahr 2021.

Diagramm 6

**Akteure, die Deutschland zu einem besseren / einem schlechteren Ort machen**

● (Eher) zu einem besseren Ort ● Weder noch ● (Eher) zu einem schlechteren Ort ● Weiß nicht / keine Angabe

Angaben in %



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.**

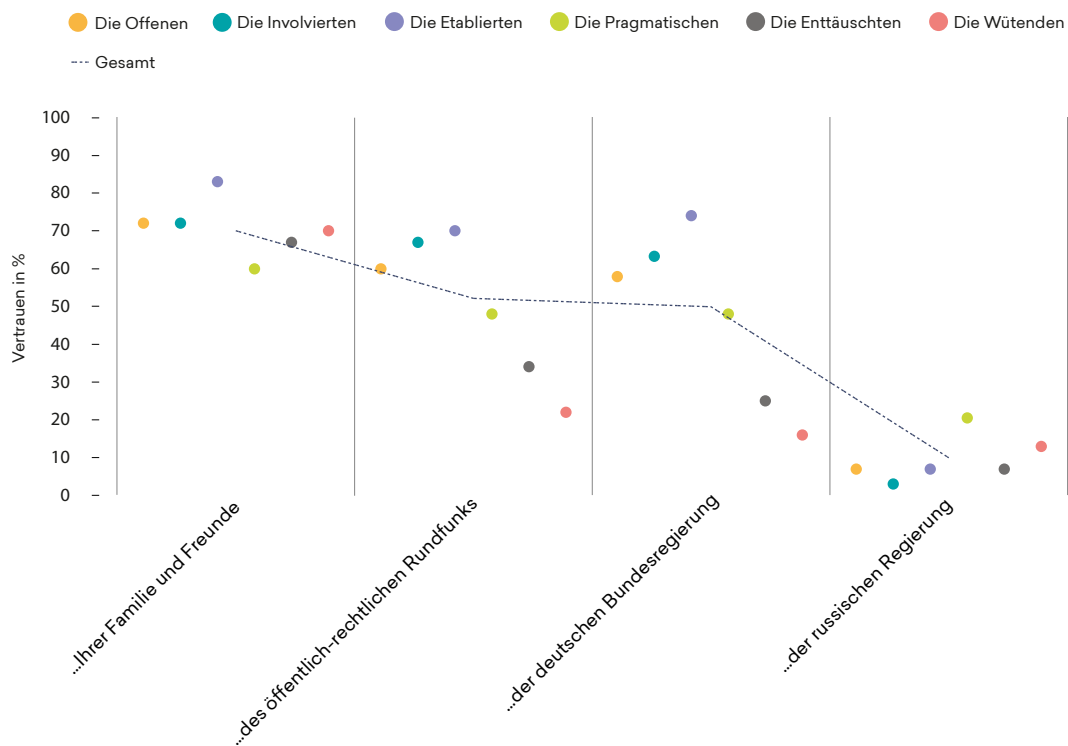
Die Pandemie hat das Vertrauen in das Gemeinwesen in der Summe eher nicht gestärkt. In ihrem Verlauf sank eine anfängliche Zuversicht<sup>7</sup> wieder deutlich ab und schlussendlich zeigten sich viele Menschen enttäuscht. Im Mai 2022 sahen nur noch 42 Prozent in

<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 kümmern 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).

2

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.

3

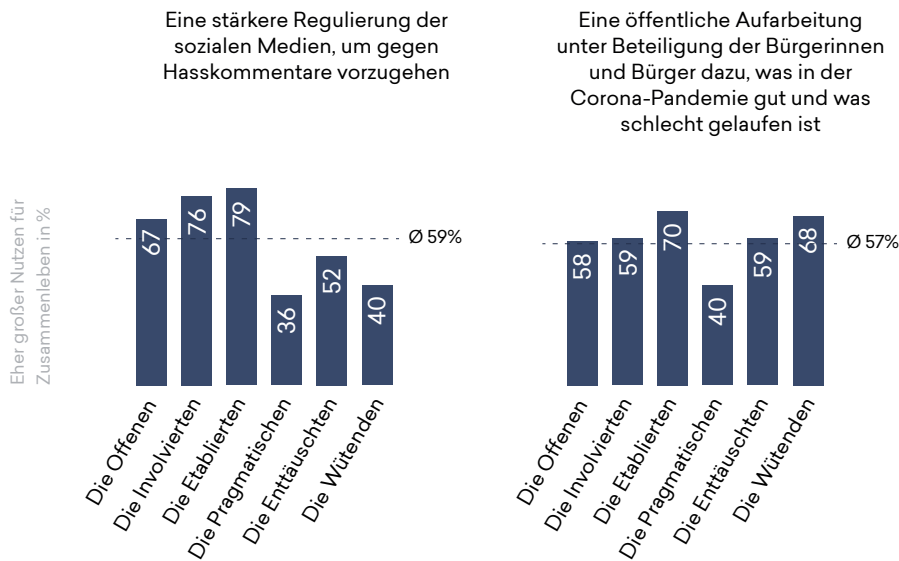
Das dritte Stichwort wäre: **Dauerhafte Begegnung über Trennlinien hinweg**. Das immer wieder in der Öffentlichkeit diskutierte Dienstjahr für alle jungen Menschen in Deutschland schneidet mit 57 Prozent ebenfalls mehrheitlich gut ab. Allerdings gibt es hier einen größeren Unterschied zwischen jungen 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.

4

Das vierte Stichwort wäre eigentlich: **Bürgerwirksamkeit**. Denn wir erkennen in unseren Studien verlässlich einen lauten Ruf vieler nach mehr politischer Mitsprache.<sup>9</sup> 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.

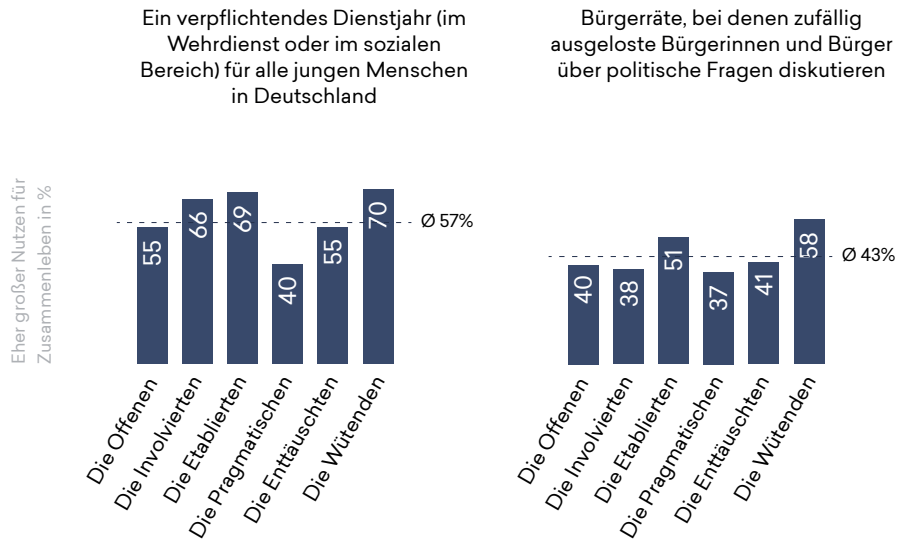
Diagramm 8

**Für unser Zusammenleben nützliche Formate und Maßnahmen**



8 Bei unserer Auftaktforschung „Die andere deutsche Teilung: Zustand und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft“ aus dem Jahr 2019 sagten dies 75 Prozent.

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



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 großer 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 Dialog über langfristige Herausforderungen, z.B. beim Klimaschutz?**
- 2 **Wie entwickeln wir in unserer eigenen Kommunikation konkrete Zukunfts- und Gesellschaftsbilder, die Menschen wirklich inspirieren 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

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**More in  
Common**