Individualisierung der Gesellschaft 2

Der Soziologe Ulrich Beck prägte 1986 den Begriff „Individualisierung“ als eines der wichtigsten Schlagworte gesellschaftlichen Wandels (Beck 1986). Individualisierung beschreibt dabei einen langfristigen, gesamtgesellschaftlichen Prozess, in dem der Einzelne nach einem selbstbestimmten Leben und Selbstverwirklichung strebt. Der Mensch wendet sich sich selbst zu. Fremdbestimmende Instanzen (wie die Kirche oder eine politische Partei) und gesellschaftliche Normen (bspw. Traditionen) verlieren beim „Aufstieg des Ich“ (Horx 2015) an Einfluss. Der Mensch kann und wird sich dabei niemals von allen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen befreien, diese verändern sich lediglich. Denn auch der Prozess der Individualisierung ist an gesellschaftliche Voraussetzungen gebunden (Beck und Beck-Gernsheim 1993). In individualisierten Gesellschaften kann jeder Einzelne selbst entscheiden, wie und wo er lebt, liebt und arbeitet. Werte und Normen verändern sich, werden vielfältiger. Jeder Mensch hat die Wahl, muss aber auch mit den Konsequenzen seiner Entscheidungen leben und die alleinige Verantwortung für sein Handeln tragen. „Der Mensch wird (im radikalisierten Sinne Sartres) zur Wahl seiner Möglichkeiten, zum homo optionis. Leben, Tod, Geschlecht, Körperlichkeit, Identität, Religion, Ehe, Elternschaft, soziale Bindungen – alles wird sozusagen bis ins Kleingedruckte hinein entscheidbar, muss, einmal zu Optionen zerschellt, entschieden werden.“ (Beck und Beck-Gernsheim 1994, S. 16 f.) Möglich ist dies allerdings nur in Wohlstandsgesellschaften, in denen der überwiegende Teil der Bevölkerung einen Lebensstil weit über dem Existenzminimum pflegt und ihm nahezu unbegrenzte Möglichkeiten des Konsums offenstehen.

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

D. Ewinger et al., *Arbeitswelt im Zeitalter der Individualisierung,* essentials,
DOI 10.1007/978-3-658-12753-4_2

2.1 Rahmenbedingungen

Der Individualisierungsprozess ist kein plötzlich aufgekommenes Phänomen unserer heutigen Zeit, sondern ein seit nunmehr zwei Jahrhunderten andauernder, weltweit in allen entwickelten Regionen zu beobachtender Prozess, der durch verschiedene gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen immer wieder Schübe erlebt und sich dadurch in seinem Wesen verändert hat. Er ist als Prozess mehrschichtig und sehr komplex. Daher kann eine Beschreibung der Rahmenbedingungen zum einen nur im historischen Kontext seiner Entstehungsgeschichte eingebettet und zum anderen nicht in seiner Vollständigkeit abgebildet werden.

Die **Aufklärung** im 18. Jahrhundert war eine wesentliche treibende Kraft für den gesellschaftlichen Individualisierungsprozess in Europa. Immanuel Kant forderte 1784 die Menschen auf, sich ihres Verstandes zu bedienen, um sich aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit zu befreien. Als Voraussetzung dafür sah er die Freiheit, in Rede und Schrift seine Meinung äußern und vertreten zu dürfen (Kant 1784). Die Aufklärung trug wesentlich zur Säkularisierung Europas bei.

Die **Französische Revolution von 1789** hatte ebenfalls einen erheblichen Einfluss auf die Individualisierungsprozesse in Europa. Die Abschaffung des Ständestaats, das Erkämpfen bürgerlicher Freiheitsrechte und die Einführung eines demokratischen Verfassungsstaats veränderten erheblich das gesellschaftlich-politische Leben. Die **Europäischen Revolutionen von 1848/1849** knüpften daran an. Obwohl lange Zeit die Revolutionen als gescheitert galten, brachten sie doch einige Verdienste hervor: Bauernbefreiung, Agrarreformen, die Einführung von Grundrechten und vieles mehr.

Zur gleichen Zeit veränderten die Megatrends **Industrialisierung und Urbanisierung** die Gesellschaft und Wirtschaft in Europa radikal und trieben den Individualisierungsprozess weiter an. Besonders die Industriestädte wuchsen explosionsartig. Mit der Industrialisierung und den neuen Produktionsformen ging ein rapides wirtschaftliches Wachstum einher. Eisenbahn und Nachrichtentechnik ließen Entfernungen schrumpfen, neue und vielfältige **Kommunikationswege** entstanden. Industrialisierung und Urbanisierung erweiterten den Konsumentenkreis, änderten das Verbraucherverhalten und vergrößerten das Warenangebot. Im Deutschen Kaiserreich wuchs trotz stark wachsender Bevölkerung das Pro-Kopf-Einkommen.

Den nächsten Individualisierungsschub erlebten die (west-)europäischen Gesellschaften ab den 1960er Jahren im Zuge massiver Wohlstandssteigerungen, die bis in die 80er Jahre hinein anhielten und nahezu alle Bevölkerungsgruppen umfassten. Beck spricht von einem „Fahrstuhl-Effekt“ (Beck 1986, S. 122): Alle konnten sich nun ein bisschen mehr leisten. Die Einführung der Fünf-Tage-Woche („Samstag gehört der Vati mir“) und die Erhöhung der Anzahl von Urlaubstagen

pro Jahr bescherten den deutschen Arbeitnehmern mehr Freizeit und somit mehr Lebensqualität außerhalb der Arbeit. Schließlich führte das gestiegene Bildungsniveau zu besseren Chancen in Beruf und Karriere. Der Zuwachs an den Gymnasien und Hochschulen zeigte sich letztlich in den starken und folgenreichen Studentenbewegungen der 1968er Jahre, die die Ideale der Elterngeneration in Frage stellten und sich von bürgerlichen Tabus befreien wollten mit dem Ziel, neue, menschlichere Lebens- und Umgangsformen zu finden (Farin 2006). In dieser Zeit erstarkte die **Frauenrechtsbewegung**, die bereits im Zeitalter der Aufklärung begann. Die Emanzipationsbewegungen der letzten 200 Jahre haben dazu geführt, dass sich die Frauen aus alten Mustern und Rollen befreien konnten und Grundrechte für sich einforderten, die sie mit den Männern gleichstellten (z. B. durch die Einführung des Frauenwahlrechts 1918). Der Einfluss von Frauen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik nimmt noch immer stetig zu.

Ab den 1990er Jahren erlebt der Prozess der Individualisierung neben den schon genannten Faktoren vor allem durch die **Globalisierung** und den **technologischen Wandel** einen weiteren Schub. Insbesondere die Einführung des World Wide Webs und die weltweite Verbreitung des Internets haben zu umfassenden Umwälzungen in vielen Lebensbereichen geführt. Web-2.0-Anwendungen wie Facebook oder Twitter wurden in politisch-gesellschaftlicher Hinsicht zu wichtigen Plattformen zur Massenmobilisierung für Proteste oder gar Revolutionen, wie es beispielsweise während des „Arabischen Frühlings" oder den Protesten auf dem Maidan in der Ukraine zu beobachten war. Soziale Netzwerke geben über zwei Milliarden Menschen weltweit (eMarketer 2013) die Freiheit, sich nach ihren individuellen Vorlieben zu vernetzen, sich auszudrücken oder darzustellen. Das Internet verändert durch E-Commerce unser Konsumverhalten. Weitere digitale Trends sind auf dem Vormarsch. Mit einem „Digital Fabricator", also einem 3D-Drucker, können wir uns unsere eigene Fabrik ins Haus holen. Damit ist es möglich, ganz nach Belieben Dinge des Alltags einfach selbst vor Ort herzustellen und auszudrucken. **Fabbing**, wie das Verfahren genannt wird – oder auch Rapid Prototyping –, hat längst Marktpotenzial. Doch die **Digitalisierung** als Treiber von Individualisierung erfasst nicht nur die Medien und die Produktion, sondern auch uns selbst. Das sogenannte **Internet der Dinge** sorgt dafür, dass die Bewältigung unseres Alltags leichter wird und wir uns auf die wesentlichen Dinge des Lebens konzentrieren können. Maschinen und Computer kommunizieren miteinander oder mit einem zentralen Server. Kühlschränke kaufen eigenständig Milch und Butter nach, Autos rufen nach einem Unfall den Notarzt, Nassrasierer signalisieren, wenn die Klinge stumpf ist (Straßmann 2015). „Wearable Computing", besser bekannt unter dem Stichwort **„Quantify myself",** ermöglicht die Vermessung des Ichs: Wie hoch ist mein Blutdruck? Wie viel bin ich heute gelaufen? Welche Nahrungsmittel habe ich mit welchen

Inhaltsstoffen zu mir genommen? In einer Umfrage des US-amerikanischen Pew Research Centers antworteten 83 % der Befragten, darunter Branchenexperten und IT-Spezialisten, dass das Internet der Dinge und „Wearable Computing“ bis 2025 etabliert sein und darüber hinaus die nächste digitale Revolution einläuten werden (Pew Research Center 2014).

2.2 Indizien aktueller Individualisierungsprozesse

Unter Indizien werden in diesem Essential Faktoren verstanden, die nicht Individualisierungsprozesse herbeiführen oder vorantreiben, wie die beschriebenen Rahmenbedingungen im vorangegangenen Abschnitt, sondern im Gegenteil als Resultat ebendieser Prozesse verstanden werden. Es soll damit eine Möglichkeit aufgezeigt werden, Individualisierungsprozesse sichtbar und darstellbar zu machen.

Zunächst lohnt sich ein Blick auf die **Bevölkerungsentwicklung und die veränderten Haushaltsstrukturen.** Die Daten dazu liefert das Statistische Bundesamt. Wie in Abb. 3 erkennbar, wächst der Anteil der Single-Haushalte stetig, während die Haushalte mit Kindern immer weniger werden. Seit den 1990er Jahren überwiegen Single-Haushalte im Gesellschaftsbild Deutschlands. Dieser Trend wird sich in Zukunft fortsetzen. Eine Teilschuld daran trägt der demografische Wandel, der sich durch steigende Lebenserwartung und niedrige Geburtenraten auszeichnet. Zudem beeinflussen die veränderten Biografien die Haushaltsgröße. Die Menschen müssen nicht mehr heiraten, Kinder bekommen und sich auf ewig an jemanden binden. Was glücklich macht und gut für einen ist, zählt. Am deutlichsten wird das am Konstrukt der Ehe. Immer weniger Menschen heiraten, immer mehr verheiratete Paare lassen sich scheiden. Im Vergleich zum Jahr 1992 sank laut Statistischem Bundesamt die Zahl der Eheschließungen im Jahr 2012 um rund 15 %, während die Zahl der Scheidungen um mehr als 25 % zunahm (Statistisches Bundesamt 2015a, siehe Abb. 2.1).[1]

Insgesamt ist die Zahl der im gemeinsamen Haushalt lebenden Ehepartner seit 1996 um 11,5 Prozentpunkte (Abb. 2.2) zurückgegangen. Deutlich mehr geworden sind entsprechend die nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften und der Anteil der Alleinerziehenden.

In der heutigen individualisierten Gesellschaft kann jeder frei von gesellschaftlichen Zwängen seinen Lebensstil wählen und gestalten. Das schlägt sich in den vielfältigen Haushaltsformen nieder: Neben Single-Haushalten finden sich Haus-

[1] 1961 Volkszählung, 1975 EG-Arbeitskräftestichprobe, sonst Mikrozensus, ab 1991 Gesamtdeutschland, 2030 Ergebnis der Trendvariante der Haushaltsvorausberechnung-2010.

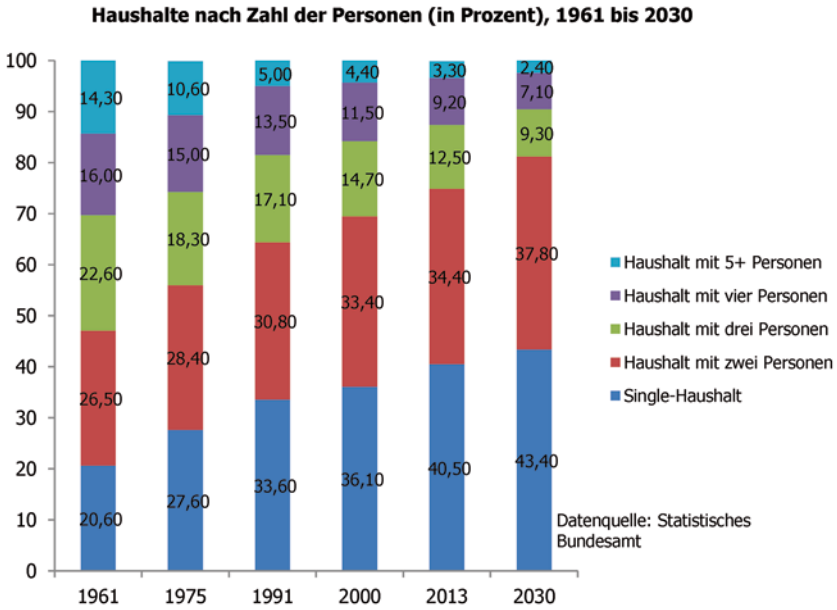


Abb. 2.1 Haushalte nach Haushaltsgrößen in Deutschland. (Quelle: Daten von Statistisches Bundesamt 2015c)

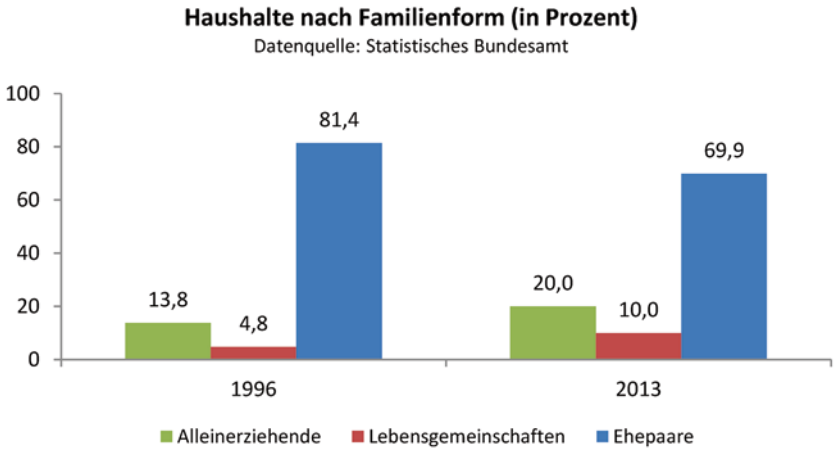


Abb. 2.2 Haushalte nach Familienform. (Quelle: Daten von Statistisches Bundesamt 2015d)

halte mit kinderlosen Paaren, homosexuellen Paaren, WGs, Paaren mit einem Kind oder mit mehreren Kindern, Alleinerziehenden, alleinstehenden Senioren, Patchworkfamilien, Mehrgenerationenhaushalte und Familien mit mehreren Lebensmittelpunkten. Die Liste ließe sich fortführen. Insgesamt gilt: Je mehr verschiedene Lebensformen in einer Gesellschaft verbreitet und akzeptiert sind, desto individualisierter ist sie.

Gerade bei **Frauen** haben sich die Lebensentwürfe stark verändert. Die wenigsten wollen sich auf die lebenslange Rolle der Hausfrau und Mutter festlegen lassen. Gut ausgebildet und selbstbewusst wollen sie einem Beruf nachgehen, der sie erfüllt und finanziell unabhängig sein lässt. Auch der richtige Partner will erst noch gefunden werden. Die Familienplanung rückt immer weiter nach hinten. Man spricht vom Phänomen der „späten Mütter". Das durchschnittliche Alter der Frauen bei der Geburt des ersten Kindes steigt laut Statistischem Bundesamt im früheren Bundesgebiet bereits seit über vier Jahrzehnten. Anfang der 1970er waren die werdenden Mütter durchschnittlich 24 Jahre alt, im Jahr 2012 waren es fünf Jahre mehr. Die ostdeutschen Frauen waren bei der ersten Geburt im Durchschnitt sehr jung. Bis zur Wende 1989 betrug das durchschnittliche Gebäralter beim ersten Kind zwischen 22 und 23 Jahren. In den Jahren nach der Wiedervereinigung stieg es bis 2012 ebenfalls um fünf Jahre (siehe auch Abb. 2.3).

Ein weiteres Indiz der Individualisierung sind veränderte **Biografiemuster**. Die bisher gekannte „Normalbiografie", bestehend aus Ausbildung, Arbeit und schließlich Rente, hat ausgedient. Der geradlinige Verlauf einer Biografie wird nun um neue Biografiemuster erweitert. Veränderungen und Brüche werden normal, die

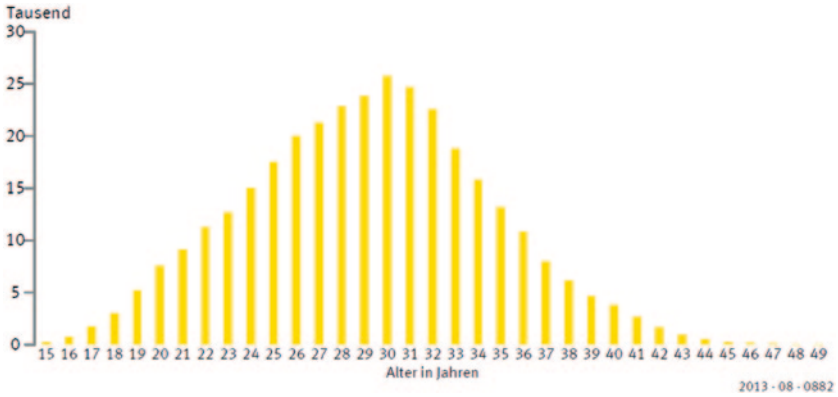


Abb. 2.3 Erstgeborene nach dem Alter der Mutter 2012. (Statistisches Bundesamt 2013b, S. 20)



Abb. 2.4 Neue Biografiemuster. (Quelle: Zukunftsinstitut 2011, S. 68)

Biografie wird zur Multigrafie. Zwischen Jugend und Erwachsenenalter schiebt sich nun eine post-adoleszente „Multi-Optionsphase", in der sich die junge Generation ausprobiert, scheitert, weitersucht, erste berufliche Erfahrungen macht und um die Welt reist. Erst mit Mitte 30 legt sie sich dann auf einen Beruf und einen Partner fest. Natürlich gibt es aber auch nach wie vor Menschen, die früh heiraten und eine Familie gründen, um sich mit 50 %-iger Wahrscheinlichkeit wieder zu trennen und mit 40 wieder neu zu binden.

Auch der Renteneinstieg ist keine gesetzte Größe mehr. „Ich bleib dann mal da" titelte „Der Spiegel" (2014) in einem eigens dem Thema gewidmeten Heft. Immer mehr ältere Menschen wollen oder müssen weiterhin arbeiten, und sie werden gebraucht. Das Statistische Bundesamt zählte im vergangenen Jahr über 800.000 Senioren, die auch jenseits der 65 erwerbstätig sind (Statistisches Bundesamt 2014, S. 71 ff.). Dies ist doppelt so viel wie noch vor zehn Jahren. In einer Umfrage des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung geben 47,3 % der Befragten in Deutschland an, auch im Rentenalter weiterarbeiten zu wollen (Büsch et al. 2010). Die Menschen werden älter und bleiben dabei länger gesund. Daraus ergeben sich neue Chancen in der persönlichen Multigrafie (siehe Abb. 2.4). Ältere Menschen empfinden das Alter positiver, bleiben aktiv, auch in der Wirtschaft oder im freiwilligen Engagement. Von einem „Ausruhen" vom Leben kann bei immer mehr Menschen im Alter keine Rede mehr sein.

Gemeinschaftsdörfer, die „durch ein bewusstes Ich, das seinen Platz einnimmt, ein gemeinsames Wir schaffen wollen" (Gemeinschaft Tempelhof o. J.), gemeinsam bewirtschaftete Felder für Großstädter (meine ernte o. J.), Nachbarn, die sich Werkzeuge und Gerätschaften teilen, statt sie sich neu zu kaufen, oder Kleidertauschpartys, die sich immer größer werdender Beliebtheit erfreuen: **Neue soziale Bewegungen feiern das neue Wir**, stellen den Versuch dar, sich in der Multi-Optionsgesellschaft anders zu organisieren. Das Zukunftsinstitut ist sich sicher: Sich in der Gemeinschaft selbst wiederzufinden und nach Identitäten zu suchen, die über das eigene Ich hinausgehen, wird zu einem zentralen Trend in Gesellschaft und Wirtschaft (Brühl und Pollozek 2015, S. 6 f.).

Schließlich spiegelt sich Individualisierung auch und gerade in veränderten **Konsumgewohnheiten** wider. Produktvielfalt macht es jedem möglich, das richtige Produkt gemäß eigener Wert-, Stil- und Geschmacksvorstellungen zu entdecken. Nachhaltigkeit, Crowdfunding und Share-Economy sind die Schlagwörter für neue Konsummuster. Die Nachfrage nach personalisierbaren Produkten steigt weiter, Costomized Markets ersetzen Massenmärkte. Konsumenten beteiligen sich am Produktionsprozess, indem sie aus verschiedenen Produktvariationen wählen können und daraus ein persönlich an ihre Vorlieben angepasstes Produkt zu erhalten (vgl. Ternès et al. 2015).

Doch was eignet sich als Spiegelbild einer Gesellschaft besser als die **junge Generation**? Obwohl sie aus demografischer Sicht mit 15 % die kleinste der Gesamtbevölkerung ist, die es jemals gegeben hat, repräsentiert die sogenannte Generation Y (Gen Y) unsere Welt von morgen. Gesamtgesellschaftliche Trends, schreibt Jugendforscher Klaus Hurrelmann, zeichneten sich oft schon ein Jahrzehnt früher in Jugendstudien ab, die Jugend sei Seismograf für gesellschaftliche Entwicklungen (Hurrelmann und Albrecht 2014, S. 13).

In Kap. 3 wird immer wieder Bezug auf die Generation Y genommen. Die Generation Y ist zwar die prozentual kleinste Generation aller Zeiten, wird aber mit dem Ruhestand der Babyboomer-Generation bald den überwiegenden Teil der Arbeitnehmerschaft in Deutschland stellen. Obwohl in der Literatur nicht immer Einigkeit darüber herrscht, wie die Gen Y nun wirklich tickt, zeigen Studien doch, dass sich diese Generation in Teilen anders verhält als ihre Vorgängergenerationen. Allerdings entsprechen ihre Einstellungen, Werte und Wünsche stark denen in einer ausgeprägt individualisierten Gesellschaft und sind daher generationenübergreifend zu beobachten (vgl. Metzler et al. 2014, www.iwkoeln.de und PwC 2013).

Auch ist zu betonen, dass die Definition einer Generation und die Zuordnung zu ihr zwar hilfreich sind, um generelle Aussagen über eine Bevölkerungsgruppe zu treffen und somit insbesondere Unterschiede zu anderen Generationen zu verdeutlichen. Allerdings ist eine Generation naturgemäß sehr heterogen zusammengesetzt, ihre Vertreter einen lediglich die gemeinsamen Geburtenjahrgänge und bedeutende gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen, mit denen sie aufwuchsen. Die in der Literatur und den Medien vorherrschenden Beschreibungen beziehen sich meist auf jenen Teil der Generation Y, um die sich die Arbeitgeber derzeit so stark bemühen. Hurrelmann nennt sie die Leistungselite oder die „selbstbewussten Macherinnen und Macher“ (Hurrelmann und Albrecht 2014, S. 39). Sie sind es, die in den Unternehmen eines Tages den Ton angeben werden und deshalb maßgeblich die Arbeitswelt von morgen prägen.

http://www.springer.com/978-3-658-12752-7

Arbeitswelt im Zeitalter der Individualisierung
Trends: Multigrafie und Multi-Option in der Generation Y
Ewinger, D.; Ternès, A.; Koerbel, J.; Towers, I.
2016, VII, 40 S. 8 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-12752-7