

PRESSEINFORMATION

Forschungsprojekt der Identity Foundation über Vorreiter des Wandels

Wie die Deutschen die Welt retten wollen

Mehr als 80 Prozent der Bevölkerung fordern mehr Mitsprache bei großen politischen Entscheidungen und Lösungen für die globalen Krisen aus der Mitte der Gesellschaft

Schon 20 Prozent engagieren sich aktiv „für eine bessere Welt“

Düsseldorf, 9. August 2012. Bürger klagen vor dem Bundesverfassungsgericht gegen den Euro-Rettungsschirm, beim Nachhaltigkeitsgipfel in Rio standen die „Ergebnisse“ schon im Vorfeld fest – bereits 80,6 Prozent aller Deutschen missbilligen es, dass große Entscheidungen allein von der Politik getroffen werden. Sie fordern eine stärkere zivilgesellschaftliche Beteiligung, beispielsweise durch Volksentscheide. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von 2.000 Personen der GfK Marktforschung im Auftrag der gemeinnützigen Stiftung für Philosophie Identity Foundation, die im August 2012 veröffentlicht wurde.

Vor allem Arbeiter, Beamte und Besserverdienende fordern mehr politische Partizipation

Diese Kritik an der immer stärker wahrgenommenen Entkoppelung der Politik von den Interessen der Bürger zieht sich durch alle gesellschaftlichen Schichten und zeigt sich am stärksten bei Arbeitern und Beamten. So fordern 84 Prozent der Arbeiter, die am Arbeitsmarkt zunehmend unter Druck geraten, mehr politische Beteiligung. Bei den Beamten sind es 84,3 Prozent, wohl auch, weil sie immer weniger nachvollziehbare politische Entscheidungen umsetzen müssen. Der stärkste Wunsch nach Volksentscheiden artikuliert sich unter den Besserverdienenden. In der Einkommensgruppe mit einem monatlichen Nettoeinkommen von 3.000 bis 3.499 Euro wünschen sich 92,1 Prozent der Deutschen mehr politische Partizipation, in der Einkommensgruppe ab 3.500 Euro sind es 86,1 Prozent.

IDENTITY≡ FOUNDATION

Gemeinnützige Stiftung für Philosophie

Neun von zehn Beamten und Selbstständigen betrachten die Krisenbewältigung als Aufgabe der Bürger

Den Deutschen geht es dabei nicht um Protest, sondern um nachhaltige Ergebnisse, zu denen sie selbst beitragen möchten. „Wir Bürger dürfen Politik und Wirtschaft die Lösung der globalen Krisen nicht alleine überlassen, sondern sollten uns persönlich für Veränderungen in der Gesellschaft engagieren“, sagen 82,6 Prozent aller Deutschen. Besonders hoch ausgeprägt ist die Bereitschaft zu persönlichem Engagement hier bei den Beamten (91,3 Prozent) und den Selbstständigen (88,7 Prozent) sowie in den Einkommensgruppen mit einem monatlichen Nettoeinkommen ab 2.500 Euro (rund 93 Prozent).

76,7 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass in der Bevölkerung viele Lösungen für die großen Herausforderungen der Gegenwart entwickelt werden, die stärker von der Politik aufgegriffen werden sollten. Dieses Vertrauen in eine Innovationsfähigkeit aus der Mitte der Gesellschaft ist mit 83,2 Prozent in Baden-Württemberg am stärksten ausgeprägt.

Junge, Beamte und Selbstständige engagieren sich am stärksten für eine „bessere Welt“

19,2 Prozent der Deutschen engagieren sich bereits in Bürgerinitiativen, Vereinen, in ihrem beruflichen oder privaten Umfeld dafür, „dass die Welt eine bessere wird“. Hier sind es vor allem die 20- bis 29-Jährigen, die mit 24,6 Prozent besonders aktiv sind, sowie die 60- bis 69-Jährigen (23 Prozent). Mit Blick auf die Berufsgruppen zeigen vor allem die Selbstständigen (33,5 Prozent) und Beamte (25,7 Prozent) besonders viel Engagement für das Gemeinwohl.

Anpacken! Wie die Deutschen die Welt retten wollen

Wie sich dieser Gestaltungswille bereits artikuliert, zeigt das Projekt www.novelite.de der Identity Foundation, das nach Vorbildern sucht, die sich für den gesellschaftlichen Wandel engagieren. Die Online-Plattform stellt namhafte Aktivisten und Newcomer vor und zeigt, was diese für die Bewältigung der globalen Herausforderungen konkret tun. Unter den mehr als hundert bisher in einem Online-Voting Nominierten finden sich bekannte Namen wie Götz Werner und Susanne Wiest, die für ein Grundeinkommen werben, der ehemalige Telekom-Vorstand Bernd Kolb, der mit seinem Club of Marrakesh ein globales Netzwerk für Nachhaltigkeit ins Leben gerufen hat, die Währungsexpertin und Vorreiterin für ein neues Geldsystem Margrit Kennedy, Dirk Baecker von der

IDENTITY ≡ FOUNDATION

Gemeinnützige Stiftung für Philosophie

Zeppelin Universität, der mit „16 Thesen“ wichtige Paradigmen gesellschaftlichen Wandels skizziert, und Peter Spiegel, Initiator des „Vision Summit“ und einer der Vorreiter des Social Business in Deutschland.

Die große Mehrheit der Initiativen beruht indes auf dem Engagement von „Durchschnittsbürgern“. Von den alten Eliten aus Politik und Wirtschaft unterscheidet sie, dass sie themen- und problemübergreifende Lösungen entwickeln und Netzwerke mobilisieren, anstatt dem eigenen Status zu dienen. Spendenplattformen für zivilgesellschaftliche Projekte, Gemeinwohlbilanzen, die die soziale und ökologische Verträglichkeit von Unternehmen bewerten, Initiativen für mehr Klimaverträglichkeit in der Musikbranche, eine Bundeswerkstatt für kollaborative Demokratie, nachhaltige Modelle des Konsums – die Liste der Ideen, mit denen die Deutschen die Welt besser machen wollen, ist lang und vielversprechend. Die Ansätze zeigen, dass große Lösungen, die von oben nach unten durch die Politik in die Gesellschaft getragen werden, zunehmend kollaborativen Strukturen der Selbstvernetzung weichen, die die breite Bevölkerung in die Lage versetzen, selbst zu Akteuren des Wandels zu werden.

Ökologie, Nachhaltigkeit, faire Ökonomie und ein neues Denken sind die Top-Themen des Wandels

Beim Voting zu den Trendthemen dieses Wandels gehören Ökologie und Nachhaltigkeit, auf die etwa 25 Prozent der bisher abgegebenen rund 8.500 Stimmen¹ entfallen, sowie Spirit und neues Denken (rund 17 Prozent) zu den Spitzenreitern. Jede achte Stimme plädiert dafür, dass konstruktiver Wandel auch eine Frage der Bewusstseinsentwicklung ist und dass es einer fairen Ökonomie bedarf.

Ziel der Identity Foundation ist es, mit dem Projekt Novelite einen breiteren Diskurs anzustoßen über die Chancen und Möglichkeiten zivilgesellschaftlicher Gestaltungsimpulse, die sich im Zuge einer Art „Bypass-Demokratie“ zunehmend artikulieren. Das Online-Voting-Verfahren endet am 19. August 2012.

Download der Umfrage:

http://www.identity-foundation.de/images/stories/downloads/novelite/identity_foundation_partizipation_gfk.pdf

¹ Jeder Teilnehmer des Online-Votings kann bis zu drei Stimmen abgeben.

IDENTITY ≡ FOUNDATION

Gemeinnützige Stiftung für Philosophie

Über die Identity = Foundation

Die Identity Foundation ist eine gemeinnützige Stiftung für Philosophie und Wissenschaftsförderung, deren Schwerpunkt auf Forschungen zum Selbstverständnis von Personen, Gruppen und Institutionen liegt. Sie konzentriert sich auf Einzelprojekte in verschiedenen sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kontexten, darunter Fachtagungen und Symposien, empirische Untersuchungen und (Forschungs-) Projekte, die Förderung der Medienberichterstattung über grundlegende oder aktuelle Identitätsthemen und die Beteiligung an kunstwissenschaftlichen oder spirituellen Projekten mit besonderen Bezügen zur Frage der Identitätsbildung und -Entwicklung. Die Stiftung wurde 1998 ins Leben gerufen vom Gründer der Kommunikationsagentur Kohtes Klewes (heute Ketchum Pleon), Paul J. Kohtes, und seiner Frau Margret.

Identity = Foundation • Gemeinnützige Stiftung für Philosophie

Stifter: Margret und Paul J. Kohtes

Vorstand: Paul J. Kohtes (Vorsitzender), Dr. Ulrich Freiesleben

Beirat: Prof. Dr. Eugen Buß (Vorsitzender), Prof. Dr. Dr. h.c. Andreas Speer,
Prof. Dr. Qi Yang, Prof. Dr. Rainer Zimmermann

Wissenschaftliches Projekt-Management und Kommunikation: Dr. Nadja Rosmann

Adresse: Identity Foundation, p. Adr. Ketchum Pleon Partners GmbH, Bahnstraße 2, 40212 Düsseldorf

Telefon: +49-211-9541-2707, **Fax:** +49-211-9541-2380

E-Mail: info@identity-foundation.de, **Internet:** <http://www.identity-foundation.de>

Abdruck honorarfrei, Beleg erbeten

© **Alle Rechte:** Identity Foundation – Gemeinnützige Stiftung für Philosophie