

(Free and download) Neue Werte, Neue Wnsche

Neue Werte, Neue Wnsche

Von Heiner Barz, Wilhelm Kampik, Thomas Singer, Stephan Teuber
ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrang: #227648 in BcherVerffentlicht am: 2001Einband: Gebundene Ausgabe |
File size: 73.Mb

Von Heiner Barz, Wilhelm Kampik, Thomas Singer, Stephan Teuber : Neue Werte, Neue Wnsche before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Neue Werte, Neue Wnsche:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen6 von 7 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Plastische Darstellung der zuknftigen Werte der KonsumentenVon Ein KundeDer Titel des Buches "Neue Werte -
Neue Wnsche. Future Values" klang recht beliebig. "Neu" und "Future" sind dabei interessante Stichworte, die mich

aber schnell an allgemeine Trendforschung denken ließen. Angenehm überrascht war ich dann über die plastische Darstellung des zukünftigen Konsumenten und seiner Rahmenbedingungen. In diesem Buch hat man oft den Eindruck, man liest Dinge, die man sich fast selbst hätte überlegen können, aber einfach nicht so auf den Punkt bringt: Für meinen Bereich Produktentwicklung eine Fundgrube. Aber EIN Wink: Das Buch hätte einen besseren Titel verdient. 7 von 10 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gutes Zukunftsszenario - Buch ist besser als sein Titel Von Ein Kunde Die Autoren haben ein interessantes Zukunftsszenario entwickelt, da Auskunft über die neuen Werte von Individuum und Gesellschaft gibt. Sortiert nach den einzelnen Lebensbereichen gibt das Buch Auskunft über einzelne Lebensbereiche wie Arbeit, Unterhaltung, Medien, Familie. Diese Einzel-Prognosen schwanken allerdings stark in ihrer Qualität. Besonders gut haben mir die Aussagen von Heiner Keupp zur "Identität" und zum Kommunikationsriss zwischen den Generationen gefallen. 8 von 12 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Buch ist wirklich interessant! Von Ein Kunde Die Gesellschaft ist ein ständiger Gegenstand der Analyse. Die verschiedenen Autoren und Publizisten heben vor, dass die Gesellschaft sich in einer Krise befindet. Die angesprochene Krise sollte vor allem die christlichen Werte betreffen. Daher warnen die kirchliche Kreise vor weitgehenden wertorientierten Änderungen. Aber die Änderungen folgen entgegen der Wünschen einzelnen. Man versucht also, die Phänomene zu analysieren oder mindestens zu beschreiben. Die Stichworte wie Postmoderne, Spagesellschaft, Erlebnisgesellschaft oder Klassengesellschaft spiegeln nicht die tatsächliche Lage wider. Die Wirklichkeit der Gesellschaft ist viel reicher. Sie ist als eine dynamische Größe zu verstehen. Eine Gesellschaft kann man nur dann treffend definieren, wenn man im Auge hat, dass sie sich in einem Prozess befindet und nicht eine fertige Gegebenheit ist. Den Autoren des vorliegenden Buches "Neue Werte, neue Wünsche" sind diese Phänomene bewusst. Die Zukunftsforscher aus den Bereichen der Soziologie, der Sozialpsychologie, des Marketing und der Konsumforschung greifen die Problematik der Veränderungen in der Grundorientierung der Menschen. Deshalb ist die Analyse treffender und interessanter. Aus dieser Perspektive wird ein Blick in die Zukunft geworfen. Was wird aus der heutigen Gesellschaft in zwanzig, vierzig, sechzig Jahren sein? Die Frage ist spannend. Die Antworten auch! Natürlich ist das Risiko solcher Prophezeiungen groß. Die Realität kann in zwanzig Jahren ganz anders aussehen, als man heute vermutet. Es ist unmöglich, die Zukunft haargenau vorauszusagen. Die Rede von Zukunft kann entweder eine Apokalypse ankündigen oder eine Phantasie werden. Beide, Phantasie und apokalyptische Szenarios, dienen mysteriösen Zwecken und können sehr schnell eigene gefährlichen Anhänger finden. Aber man kann auch über die ferne Zukunft realistisch sprechen, was jedoch selten gelingt. Die Griechen, wenn sie etwas von Kommenden erfahren wollten, mussten zum Orakel von Delphie reisen. Die Anliegen, die der Stellvertreterin Pythia - die heilige Priesterin des Orakels - dargestellt wurden, umfassten alle Lebens- und Entscheidungsbereiche. Man fragte nach Ernten im nächsten Jahr, nach der Wahl eines Lebenspartners oder Partnerin, aber auch nach Frieden und Krieg im Polis. Bei Anfragen, die zukünftige politische Ereignisse betrafen, nahm Delphi Zuflucht zu gewollt dunklen oder zweideutigen Formulierungen. Deshalb ist es auch ungewiss, ob die Antworten auf das Leben einen Einfluss hatten. Hier können wir uns eher zu Vermutungen beschränken. Heute wird die sogenannte Delphi-Methode in der Wissenschaft eingesetzt. Der Begriff Delphi-Methode" bezeichnet eine Form der Expertenprognose, die basierend auf gegenwärtigen Daten, Statistiken und Analysen versucht, ein Bild vom Morgen zu geben. Es geht nicht darum, die Trends vorauszusagen und eine Richtung z. B. in der Autobranche zu bestimmen, sondern eine komplexe und mehrsichtige Studie über die Zukunft und die künftige Lebens- und Orientierungsform zu erstatten. Sie soll uns bei der Wandlung der Gesellschaft behilflich sein, die Konsequenzen und Gefahren von Morgen wahrzunehmen und entsprechend schon heute zu handeln. Zentrale Dimensionen der Zukunftsforschung befassen sich mit der Struktur der Gesellschaft und Kultur. Der gesellschaftliche Wandel betrifft vor allem die traditionellen Werte. In der Zeit der Globalisierung, die eine Universalisierung bedeutet, ändern sich Lebens-, Konsum-, Bildungs- und Denkgewohnheiten. Die postindustrielle Gesellschaft oder besser Wissens- und Informationsgesellschaft (sage mir, welche Informationen du abrufst, und ich sage dir, wer du bist") befindet sich in der kontinuierlichen Transformation und Spannung. Der Umbruch hat Konsequenzen nicht nur in der Welt der großen Politik, sondern ist für jeden spürbar. Die alten Prinzipien scheinen keinen Wert mehr an sich zu haben. Aber das bedeutet nicht, dass ein Prinzip der Prinzipienlosigkeit herrscht. Die Gesellschaft erfindet neue Werte oder, was auch ein Fall ist, die alten Werte werden neu entdeckt. Deshalb hat der Wandel einen kontinuierlichen Charakter und ein gewisses Novum. Heute nach der Phase entweder-oder" gilt als eine Norm, sowohl-als-auch". Es scheint, dass die Gegenstände zu vereinbaren sind, deshalb versucht man vor allem aus zwei verschiedenen Polen einen gemeinsamen Nutzen gewinnen". Traditionelle Werte treten in den Vordergrund. Menschen wird angeboten, ihre eigene Werte zu entwickeln, die alten neu zu definieren oder das ganze Wertesystem zu etablieren. Geschlechterrollen, Familienkonstellationen, Konsummuster, Karrierenverläufe sind unbestimmt. Patchwork-Identitäten", Patchwork-Familien und Patchwork-Lebensläufe sind selbstverständliche Gegebenheiten. Das Buch wurde in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil wird die wissenschaftliche Methode beleuchtet und die Grundprobleme besprochen. Dieser Teil ist vor allem als eine Einführung gedacht, die das Bild der gegenwärtigen Gesellschaft widerspiegelt. Der zweite Teil behandelt die Problematik der einzelnen Bereiche: Mensch und seine Wahlmöglichkeiten, Kultur, Medien, Konsum, Religion, Bildung, Arbeit, Politik und Funktion der Parteien, Freizeit, Touristik und Sport. Dadurch gewinnt die Studie einen ausführlichen Charakter und bietet einen Blick in die Ferne an, wobei man vor allem die heutige Gesellschaft und ihre

Trends zu Sprengungen bekommt. Darüber hinaus ist hier zu erwähnen, dass das Buch sehr gut mit graphischer Übersicht illustriert ist. Sie ermöglicht sehr schnell eine Einsicht zu den wichtigsten Ergebnissen der vorliegenden Studien.

Über den Autor und weitere Mitwirkende: Dr. Heiner Barz ist Privatdozent an der Universität Freiburg i. Br. Theorie und Empirie des Wertewandels gehören zu seinen zentralen Arbeitsgebieten. Wilhelm Kampik studierte Wirtschaftspsychologie, klinische Psychologie und Betriebswirtschaftslehre. Er ist Geschäftsführer der GIM - Gesellschaft für Innovative Marktforschung. Thomas Singer studierte Soziologie und Erziehungswissenschaften. Als Studienleiter bei der GIM beschäftigte er sich mit den marktrelevanten Implikationen des gesellschaftlichen Wandels. Stephan Teuber studierte Soziologie, Psychologie und Politikwissenschaften. Er ist Geschäftsführer der GIM - Gesellschaft für Innovative Marktforschung.