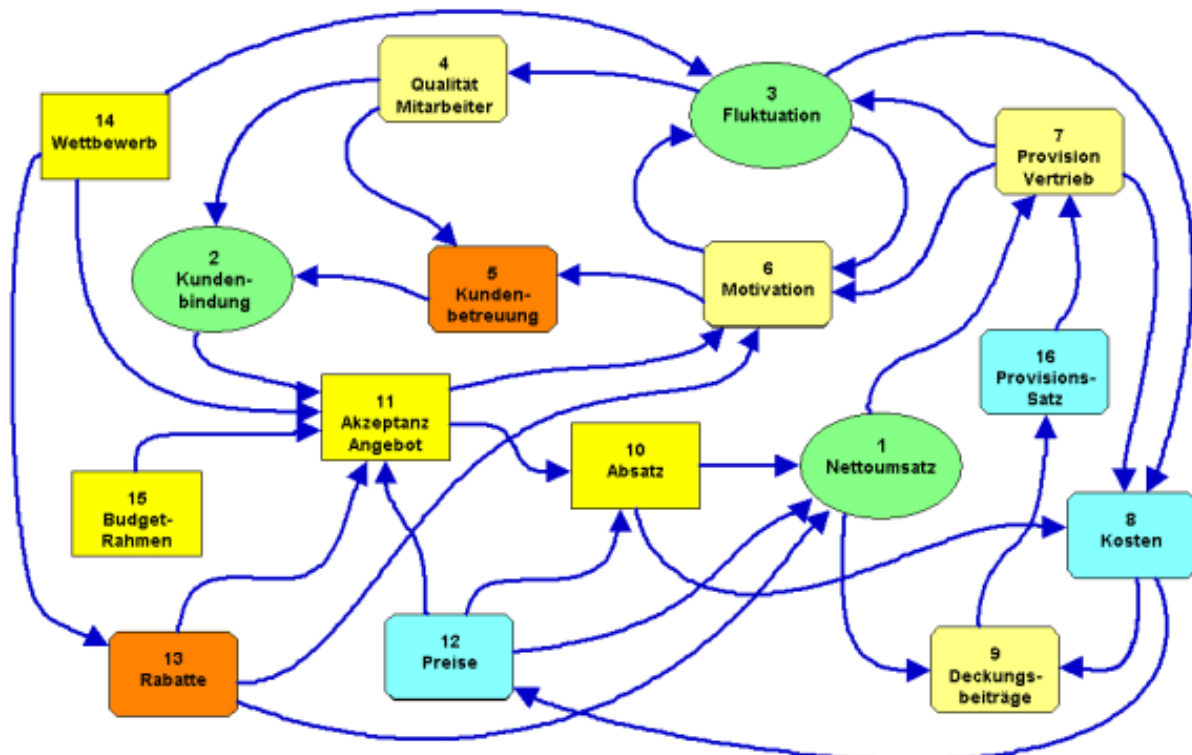


Kontext-Analyse & "Future Studies"

Im Buch „Kontextanalyse“ von Hannes Alpheis heißt es: „Kontextanalyse ist nichts Neues. Der Begriff wurde zwar erst in den fünfziger Jahren geprägt, Kontextanalysen wurden aber schon durchgeführt, als man noch nicht wusste, dass sie eines Tages so heißen würden.“ 1

In der Tat ist der in der Zukunftsforschung weit verbreitete Begriff „Kontextanalyse“ problematisch – denn was kann eine Analyse anderes sein als die Einbettung eines Sachverhaltes (Einer Statistik / Beobachtung / Tatsache / Trendreihe) in ihren „Kontext“?

Der weiter führende Begriff „Kontextualisierung“ macht die qualitativen Dimensionen vielleicht etwas deutlicher. Es geht darum, eine Thematik aus möglichst vielen verschiedenen Blickwinkeln heraus zu betrachten, um mehrere Perspektiven zu gewinnen.



Beispiel: Beim Thema Handy kann einerseits die technische Entwicklungsdimension herausgestellt werden, andererseits sollte überlegt werden, wie Menschen es in Zukunft in verschiedenen Familien- und Berufssituationen benutzen, ob es Unterschiede zwischen Frauen und Männern bei der Nutzung geben wird, welche Komplexitäts-Entwicklungen auftreten können, und welche Funktionen Handys sonst noch haben werden. 2

Bei einer guten Kontextanalyse werden Hypothesen untersucht und gleichzeitig die Auswirkungen bestimmter Umwelt-, Situations- oder Kontextmerkmale auf Einstellungen oder Verhaltensweisen hinterfragt. 3

Die Kontextanalyse untersucht somit auch die Zusammenhänge bestimmter Trendentwicklungen und versucht, daraus ein Modell zu bauen.

Beispiel: Von welchen Faktoren hängt die Geburtenrate eines Landes ab? Welche Erfahrungen gibt es in anderen Ländern? 4

Die Kontextmerkmale sind dabei auf den Menschen bezogene Gruppenmerkmale; sie kennzeichnen ihn mit bestimmten Merkmalen durch seine Gruppenzugehörigkeit (z.B. einen Schüler nach der Schulart, die er besucht oder einen Professor nach der Qualität der Hochschule, an der er lehrt). 5

Man benennt, analysiert, dokumentiert und kontextualisiert Phänomene in der Gesellschaft, Politik oder Technologie. Sie werden durch Statistiken bzw. Studien belegt und dokumentiert. 6

Das Schwierige dabei ist, dass Trends zwar beobachtbar, im soziologischen Kontext aber schwer messbar sind. 7

Es ist Aufgabe der Trendforschung, sich nicht an kurzfristigen und unbeständigen Trends zu orientieren, sondern ein gründliches „Kontexting“ zu betreiben. Die in Märkten erkennbaren Phänomene werden in einen allgemeinen soziokulturellen Kontext eingeordnet. Wichtig ist auch der Blick auf die Auswirkungen des Gegentrends. Entwickelt sich ein wichtiger Trend, sollte man auch hinterfragen, welche Mängel er erzeugt und welche Gegenreaktionen er auslösen kann. Beispielsweise erzeugt der Trend zu Fastfood auch einen Trend zu Bioprodukten und zu „Slow Food“. 8

Zukunfts-Studien („Future Studies“) sind Letztendes das Resultat von Kontextanalysen, in denen bestimmte angenommene Datenreihen länger in die Zukunft gespielt werden. Das Problem der klassischen Zukunfts-Studie ist ihre **Inflationierung**. Während die klassische Studie, wie sie akademisch, halbakademisch oder empirisch verfertigt wurde, sich **in der Vergangenheit immer auf die Vergangenheit** bezog, sind heutige Studien, egal in welchem Fachbereich und unter welcher Adresse sie stattfinden, faktisch immer Zukunfts-Studien. Das kommerzielle und mediale Interesse zielt zunehmend auf Kommendes, so dass die Zukunftsforschung bald kein Privileg mehr auf Zukunftsdeutung behaupten kann.

Damit vermehrt sich aber auch die Anzahl der unseriösen oder „verkürzten“ Zukunftsstudien (siehe Future Bias).

Obwohl „Kontextanalyse“ einen gewissen Abnutzungseffekt erlitten hat, ist KONTEXTUALISIERUNG dennoch eine der „Königsaufgaben“ der Neuen Prognostik. Ihre (auch kommunikative) Hauptaufgabe besteht im Finden neuer und überraschender Kontexte, in deren Licht (scheinbar) alltägliche Phänomene (des Wandels) neu beleuchtet werden (siehe auch "Das Delphische Ethos").

Schlüsselliteratur

Alpheis, Hannes: **Kontextanalyse**
Deutscher Universitätsverlag, 1997

Langer, Wolfgang: **Mehrebenenanalyse**
Eine Einführung für Forschung und Praxis
Vs Verlag; 2. Aufl., 2008

Journal of Future Studies: <http://www.jfs.tku.edu.tw/>

-
- 1 ... Alpheis, Hannes. Kontextanalyse, S 15
 - 2 ... Wopp, Christian. Handbuch zur Trendforschung im Sport, S 42
 - 3 ... Mayntz, Holm, Hübner. „Einführung in die Methoden der empirischen Soziologie“, S 211
 - 4 ... Magazin: abi 1/2004. Leben und lernen in der Zukunft, Interview mit Matthias Horx, S 18
 - 5 ... Mayntz, Holm, Hübner. „Einführung in die Methoden der empirischen Soziologie, S 211
 - 6 ... Publikation von Industrie und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen zusammen mit dem Bergischen Institut für Produktentwicklung und Innovationsmanagement GmbH. Trendforschung - die Märkte von morgen entdecken, 2006; Text: Das kleine Wörterbuch der Trendforschung von Matthias Horx, S 94
 - 7 ... [http://de.wikipedia.org/wiki/Trend_\(Soziologie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Trend_(Soziologie))
 - 8 ... <http://www.horx.com/Einfuehrung.aspx>