

# Tipping-Points

*A trend is a trend is a trend  
But the question is – will it bend?  
Will it alter its course  
through some unforeseen force  
and come to a premature end?  
Alexander Cairncross*

„Tipping Points“ sind jene Punkte, an denen Prozesse (Trends) entweder brechen oder sich beschleunigen. Erstmals angewendet wurde der Begriff im Jahre 1957 von Morton Grodzins bei einer Untersuchung zur Rassentrennung. Der Spieltheoretiker Thomas Schelling nutzte ihn ebenfalls für jene kaskadenhaften Prozesse des „Umkippens“. Derzeit wird dieser Begriff häufig im Zusammenhang mit Klimamodellen verwendet. Die *Tipping-Point-Theorie* hat heute mehrere Ansatzpunkte, um solche Prozesse der beschleunigten Varianz vorherzusagen. Der Essayist Malcolm Gladwell macht drei Indikatoren/Parameter für einen bevorstehenden Tipping Point aus:

- Das Auftauchen neuer Deutungs-Eliten („Law of the Few“),
- Das „Stickiness“-Prinzip: Wenn schlüssige, im Gedächtnis haftende „Erzählungen“ (Narrationen) auftauchen,
- „The Power of Context“ – das Setzen neuer Rahmen für das menschliche Verhalten.

Der Grazer System-Psychologe Thomas Brudermann entwickelte in seiner Studie „Massenpsychologie“ einen epidemiologisch-spieltheoretischen Ansatz zur Analyse von Tipping Points. Es machte mit den Mitteln der Computersimulation bestimmte Reizschwellen ausfindig, in (an) denen sich simulierte Meinungen, Übereinkünfte, Zustände plötzlich rapide „vermehren“. In diesen Simulationen spielte der Wert 38 eine zentrale Rolle: wenn 38 Prozent einer Bevölkerung/ einer Gruppe für ein bestimmtes Thema „empänglich“ sind, beschleunigt sich die Verbreitungsrate um ein Vielfaches. Dieser Befund lässt sich mit vielen empirischen Befunden korrelieren, etwa mit dem spontanen Rückgang der Raucherquote in den westlichen Ländern, der Einführung der Frauenquote und der Durchsetzung von Eherechten für Homosexuelle.

Thomas Brudermann: Massenpsychologie: Psychologischen Ansteckung, kollektive Dynamiken, Simulationsmodelle, Springer Vienna, 2010.

Malcolm Gladwell, Tipping Point, Wie kleine Dinge Großes bewirken können, Goldmann, München 2002