

# ÖSTERREICHISCHE textilzeitung

03-04/24

Österreichische Post Ag, MZ 02Z032321 M, Manstein ZeitschriftenverlagsgesmbH,  
Euro Plaza 5, Gebäude J, Kranichberggasse 4, 1120 Wien; Retouren an Postfach 100, 1350 Wien



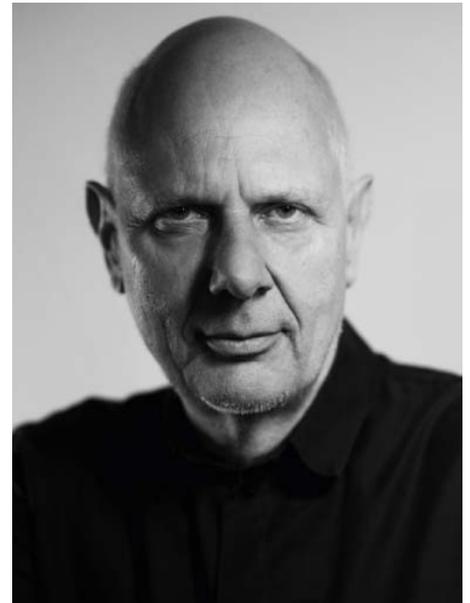
LE DÉBUT  
MODEWOCHE  
HERBST/WINTER 2024

# „KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IST EIN IRRTUM“

**„Mit den Megatrends, die 30 Jahre lang unsere Zukunft scheinbar verlässlich beschrieben haben, kommen wir nicht mehr weiter“, weiß Matthias Horx. The Future:Project hebt die Auseinandersetzung mit der Zukunft nun auf ein neues Level.**

VON LISA HOLLOGSCHWANDTNER

Matthias Horx ist seit über 30 Jahren als Trend- und Zukunftsforscher tätig ([www.horx.com](http://www.horx.com)).



© Klaus Vyhňalek ([www.vyhňalek.com](http://www.vyhňalek.com))

**The Future:Project ist ein frisch gegründeter Think-Tank, der Zukunftsforschung neu denken will – kreativ, visionär und beyond trends. Was bewog Sie ganz konkret dazu, dieses Projekt ins Leben zu rufen?**

Die Trend- und Zukunftsforschung ist eine Disziplin, die schon einige Jahre auf dem Buckel hat – ich selbst bin bereits seit über 30 Jahren ein Teil davon. 1993 habe ich gemeinsam mit Peter Wippermann das Hamburger „Trendbüro“ gegründet, da ging es sehr stark um Trends, durchaus auch um Modetrends. Bereits damals habe ich festgestellt, dass die Denkmodelle und Konstrukte, mit denen wir als Gesellschaft versuchen, die Welt in ihrem Wandel zu verstehen und beschreiben, an vielen Stellen an ihre Grenzen kommen. Die Trend- und Zukunftsforschung der Vergangenheit war hauptsächlich auf Megatrends fokussiert – heute ist zunehmend klar, dass sich diese in einer Krise befinden. Das lineare Konstruieren einer Zukunft, also das bloße Verlängern eines Trends von A nach B nach C führt letztlich immer zu kognitiven Fehlleistungen. Die Komplexität unserer Welt kann nicht linear erfasst werden. Aus diesem Grund habe ich beschlossen, The Future:Project zu gründen. Ziel ist es dabei, Vordenker, die sich mit komplexem Denken und der Frage, wie man Wandel darstellen kann, beschäftigen, zusammenzubringen. Wir versuchen dabei nicht gegen das, was bis jetzt erdacht wurde, zu arbeiten, sondern unsere Schlüsse aus der Vergangenheit zu ziehen und so eine noch ganzheitlichere, dem konstanten Wandel unserer Welt gerecht werdende Version der Trend- und

Zukunftsforschung zu erschaffen. Diese neue Ausrichtung geht über das bekannte Konzept der Megatrends hinaus: Im Fokus stehen die Transformationsprozesse in der Gesellschaft, in denen Zukunft heute konkret verhandelt wird.

**Im Video zu Ihrer Publikation „Beyond 2024“ zitieren Sie eingangs Arthur C. Clarke mit seiner Prognose: „The only thing we can be sure of about the future is that it will be absolutely fantastic.“ Die Zukunft wird also fantastisch?**

Jedenfalls, allerdings in aller Doppeldeutigkeit. Wir verstehen unter einer „fantastischen Zukunft“ nämlich auch eine, über die wir uns noch wundern werden. Grundsätzlich wurde und wird ja nach wie vor häufig ein ganz bestimmtes Bild der Zukunft gezeichnet: diverser, offener ... Schauen wir in die Welt, merken wir schnell, dass dieses Bild nicht der Realität entspricht. Und für diese Realität, und in der Folge auch eine andersartige Prognose der Zukunft, haben wir noch keine richtige Sprache entwickelt. Entsprechend verwirrt sind wir im Kollektiv – auch wir Zukunftsforscher und -forscherinnen. Für mich ist es ein produktiver Prozess, sich verwirren zu lassen. Die Zukunft lässt sich nicht in unsere kindliche Vorstellung von fliegenden Autos und metallenen Häusern, die in den Himmel ragen, pressen. Die Welt ist ein hochkomplexes Gebilde und die Wechselwirkungen aus Trend und Gegen-trend führen dazu, dass die Komplexität nur zunimmt.

**Jeder Trend erzeugt einen Gegen-trend – das ist auch ein wichtiges**

**Prinzip der Mode ...**

Natürlich, das ist ja gewissermaßen das alltägliche Geschäft. Gerade in der Mode ist zu beobachten, mit wie vielen Trendströmungen wir es heute zu tun haben. Wer immer noch denkt, es gibt einen großen Trend, der dann zur Masse wird, täuscht sich. Die Beispiele sind zahlreich: Globalisierung befeuert Nationalismus, das ständige Verbundensein unserer Zeit lässt den Wunsch nach Individualismus wachsen.

**Für „Beyond 2024“ ließen Sie KI Bilder der Zukunft zeichnen – die unterm Strich wenig Neuigkeitswert aufwiesen. Wie viel wahren Fortschritt bringt KI?**

Für mich steckt schon im Begriff der „Künstlichen Intelligenz“ ein Irrtum, denn wir begreifen Intelligenz viel zu oft auch als Kreativität. Unterm Strich ist KI nicht mehr als ein digitaler Allesfresser, der Massen an Texten und Bildern verarbeitet und aus dem Algorithmus der Wahrscheinlichkeit ein Klischee ermittelt. Fragt man KI also beispielsweise nach der Mode der Zukunft, dann bekommt man einen Brei aus unterschiedlichsten Aspekten der Mode der Vergangenheit – meist mit Science-Fiction-Anleihen. KI wurde nicht dafür erdacht, kreativ zu sein, und somit auch nicht dafür, kreative Lösungen für die Zukunft zu finden. Ich bin überzeugter Humanist und glaube an die Spontaneität und Kreativität des Menschen. Immer dann, wenn wir uns in die komplexe Wirklichkeit begeben und uns von ihr inspirieren lassen, gelangen wir zum wahren Kern des Kreativen. Und das kann keine Maschine ersetzen.

# „THE FUTURE:PROJECT“: TRENDS? MEGATRENDS? GEGENTRENDS!

**Mit „15 Gegentrends – Wie die Zukunft ihre Richtung ändert“ möchte der Thinktank The Future:Project die Komplexität und Vielschichtigkeit der Trendwelt aufzeigen – eine Anleitung zum Perspektivenwechsel.**

© Laura Brichto



Die Masterminds hinter The Future:Project (v. l. n. r.): Lena Papasabbas, Verena Muntschick, Daniela Holona, Olaf Schönberger, Tristan Horx, Christian Schuldt, Jonas Höhn, Nina Pfuderer, Judith Block

Die Forschung von The Future:Project beleuchtet die komplexen Wandlungsdynamiken unserer Zeit, indem sie transformative Prozesse systemisch analysiert, gegenwärtige Narrative kritisch reflektiert und sich bewusst auf die Verbreitung konstruktiver Zukunftsbilder fokussiert. Die Erkenntnisse dieses Prozesses publiziert der Thinktank regelmäßig in verschiedenen Formaten. So auch in dem neuen Buch „15 Gegentrends – Wie die Zukunft ihre Richtung ändert“, das nicht zuletzt die „faszinierende Komplexität und Vielschichtigkeit der Trendlandschaft“ aufzeigen soll. Die Publikation der Autoren Matthias und Tristan Horx, Lena Papasabbas und Nina Pfuderer dient als Leitfaden und Anleitung für einen Perspektivenwechsel.

## **Zwei Pole der Trendforschung**

„Jeder Trend hat einen Gegentrend“, so Co-Autorin Lena Papasabbas: „Nach vielen Jahren in der Branche habe ich gelernt, dass häufig genau diese Gegentrends die spannendere Perspektive auf Veränderungsdynamiken in der Gesellschaft bieten.“ Weiter erläutert wird der Ansatz in der Einleitung der Publikation: „Gegentrends sind Widerstände, Aufstände, Rebellionen gegen den Schrecken, der aus einem trendhaften ‚Immer-weiter‘ entsteht. Sie öffnen wieder einen Möglichkeitsraum, in dem sich die Dinge ausbalancieren oder neu ausrichten können.“

Konkret stellen die Autoren auf über 120 Seiten folgende 15 Gegentrends vor: 1. Stopping – Der Gegentrend zum „Immer-weiter“; 2. Re-Tribalisierung – Der Gegentrend zur Hyper-Individualisierung; 3. Back to the Office – Der Gegentrend zu Remote Work; 4. Mut zum Mittelmaß – Der Gegentrend zum Besonders-Sein um jeden Preis; 5. Slownovation – Der Gegentrend zum digitalen Hyper-Innovationsismus; 6. Soul Boom – Der Gegentrend zum Zerfall der Religionen; 7. Deep Talking – Der Gegentrend zum Siegeszug der Sprach-KI; 8. Comeback des Dorfes – Der Gegentrend zum Metropolen-Boom; 9. Long-termismus – Der Gegentrend zur rasenden Gegenwart; 10. De-fluencing – Der Gegentrend zu Personality as Ware; 11. Neo-Machos – Der Gegentrend zum Feminismus; 12. Rache des Analogem – Der Gegentrend zur Hyperkonnektivität; 13. Liebenswerte Hässlichkeit – Der Gegentrend zum Schönheitswahn; 14. Eco Euphoria – Der Gegentrend zur Weltuntergangshysterie; 15. Neue Freundlichkeit – Der Gegentrend zur Bösartigkeit der Gegenwart. Den Autoren ist wichtig zu betonen, dass es beim Aufzeigen von Gegentrends nicht darum gehe, „Trends entgegenzutreten oder gegen Trends zu sein“. Matthias Horx: „Es geht nicht um eine Ablehnung, sondern um eine Ergänzung. Denn wenn wir ständig Trends hinterherlaufen, fehlt uns zumindest die Hälfte des Gesamtbildes.“ LH

© The Future:Project

