



Auf der Spur von morgen: MATTHIAS HORX, Trend- und Zukunftsforscher, gründete zur Jahrtausendwende mit seinem Zukunftsinstitut einen Think Tank, der sich der Früherkennung langfristiger Trendwellen und Mega-Trends verschrieben hat. In **BERUFSZIEL** erläutert er zwei bedeutende Trends der nächsten Jahrzehnte: flexible Arbeitsformen und den Aufstieg der Kreativen Klasse.

DIE FRAGEN STELLTE SABINE OLSCHNER.

die noch echte Aufstiege produziert. Man kann als Kreativer sehr, sehr viel Geld verdienen, aber man kann – und das ist das Neue – auch mit wenig Geld eine hohe Lebensqualität haben. Die Kreative Klasse sprengt die Ketten des alten, geldlichen Wohlstandsbegriffs.

Welche Arbeitsformen wird es also geben?

Wir werden einen deutlich höheren Selbstständigen-Anteil haben: Ich gehe von 20 Prozent aller Erwerbstätigen aus – heute sind es erst zehn Prozent. Weitere 40 Prozent der Erwerbstätigen werden Werk-, Zeit- oder Projektverträge haben, sind **Feste Freie oder Freelancer** mit einer soliden Bindung an ein Unternehmen. Nur noch 40 Prozent haben langfristige, klassische Arbeitsverträge – und selbst die müssen deutlich selbstständiger denken und handeln als früher. Drei, vier Berufe im Leben, fünf bis sechs verschiedene Arbeitskontrakte, viele Arbeitgeber – das wird die Realität sein.

Welche Rolle spielt hier wiederum die Kreative Klasse?

Sie ist in gewisser Weise der Prototyp, aus dem diese neue Art zu leben und zu arbeiten geformt wird. Die Devise lautet in Zukunft: Stolz auf die Arbeit, Lust auf Lernen, Neugier auf Komplexität. Das ist genau das, was sich bislang nur Künstler leisten konnten, was aber ganz langsam eine Parole für die Mehrheit der Menschen wird. Damit legen wir endlich das Joch ab, in das uns die alte, die industrielle Arbeit geschraubt hat. Das ist fast so etwas wie eine Utopie. Und wie alle Utopien erfordert sie harte Arbeit – an uns selbst!

Welche Qualifikationen sind in der Arbeitswelt von morgen gefragt?

Zugespißt ausgedrückt wurden wir in der alten, der industriellen Arbeitswelt dafür bezahlt, den Mund zu halten und das zu tun, was uns gesagt wurde. In der globalen Wissensökonomie ist es genau das Gegenteil: Wir werden dann gut bezahlt, wenn wir einen wachen Geist haben, die Dinge kritisch verändern, wenn wir ständig lernen und Verantwortung übernehmen. Wir werden nicht mehr für „Abschlüsse“ einen Job bekommen, sondern für Aufbrüche. Das zentrale Stichwort heißt „mentale Mobilität“. Diese Kernqualifikation des 21. Jahrhunderts ist völlig unabhängig von Sektoren oder Berufsgruppen. Auch ein Handwerker oder Schuhputzer kann diese Qualifikationen haben. Der amerikanische Publizist Richard Florida hat in diesem Zusammenhang den Begriff der Kreativen Klasse geprägt.

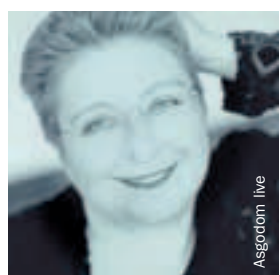
Was ist die Kreative Klasse?

In seinem Werk „The Rise of the Creative Class“ belegt Richard Florida, dass sich in den postindustriellen Nationen seit einigen Jahren eine neue, durchaus zur Dominanz fähige Klasse entwickelt.

Ihr Produktionsmittel ist Kreativität in allen Formen. Den „superkreativen Kern“ dieser Klasse bilden die Künstlerprofis: Autoren, Publizisten, Schauspieler, Regisseure, Modemacher, Maler, Architekten, Fotografen, Kabarettisten, Comiczeichner, Musiker, DJs, Starköche, Werber, Designer. Dazu kommen die immer schneller wachsenden Kommunikationsbranchen: PR-Leute, Berater, Coaches, Therapeuten, Wellness-, Gesundheits- und Motivationstrainer. In einem noch weiteren Umkreis befinden sich die Kreativen aus tradierten Berufen: kreative Rechtsanwälte, Wissenschaftler mit Medienwirkung, Manager mit Ambitionen. Bislang neigte man dazu, diese Berufsgruppen als Künstlertypen abzutun. Aber wenn man alle zusammenzählt, wird aus dem Flickenteppich plötzlich eine kulturdominante Macht.

Gibt es hierzu konkrete Zahlen?

Richard Florida hat herausgefunden, dass in Amerika fast 30 Prozent aller Erwerbstätigen zur Kreativen Klasse gehören, die damit größer ist als die Arbeiterklasse. In Deutschland liegt der Anteil der Kreativen mit 18 Prozent noch relativ niedrig, aber sie sind die einzige Schicht,



Asgodom live

COACHING ZONE ► **MITARBEITER**, die unternehmerisch denken, unterscheiden sich gar nicht so sehr von Selbstständigen. Es stimmt für beide: Was ich mit Leidenschaft tue, zahlt sich aus. Deshalb rate ich allen, die mit dem Gedanken spielen, **▲ sich selbstständig zu machen**: Entwickeln Sie eine Vision Ihres Unternehmens. Stellen Sie eine Liste auf: Was können Sie anbieten? Was wird was kosten? Gibt es schon ähnliche Angebote auf dem Markt? Schauen Sie sich diese an, lassen Sie sich Unterlagen schicken. Denken Sie über Ihre Zielgruppen nach, wer braucht Ihr Angebot? Wie nennt sich das, was Sie anbieten? Finden Sie einen guten Namen dafür, sorgen Sie für Einzigartigkeit in der Beschreibung. Wenn das Konzept einigermaßen steht, hören Sie auf Ihren Bauch. Wie fühlt es sich an? Kribbelt es ein bisschen? Dann trauen Sie sich! ◀