



„Das Auto verliert an Ansehen“

Montagsgespräch: Trendbeobachter Mathias Haas über Wandel, teures Hundefutter, Vegetarier und Leihwagen

Was bringt das neue Jahr? Der Beruf von Mathias Haas ist es, darüber zu sinnieren. Als Trendbeobachter denkt er gar in größeren Zeiträumen, das Jahrzehnt hat er im Blick. In der Zukunft sind perfekte Körper gefragt, Autos verlieren an Ansehen, Fleisch mag keiner mehr essen.

VON FRANK ROTHFUSS

Herr Haas, steigt der VfB ab?

Ich bin kein Hellseher. Als Trendbeobachter nutzt man keine Glaskugel, sondern versucht Entwicklungen in der Zukunft zu beschreiben, die belegbar und beweisbar sind. Wobei sieben Trainer in sieben Jahren schon einen Trend nach unten belegen. Aber wenn ich Fußballergebnisse voraussagen könnte, wäre ich schon längst mit meinen Millionen in der Karibik.

Was erwartet uns im neuen Jahr?

Der Megatrend schlechthin ist Veränderung. Nicht nur für 2011, sondern für das ganze Jahrzehnt.

Das ist aber nicht neu und sehr allgemein.

Das zeichnet sich seit Jahren ab, das stimmt. Spannend ist aber doch, dass wir in Deutschland das ignorieren. Der Mensch ist eher operativ veranlagt, er macht lieber Kehrwoche, als sich Gedanken über die Zukunft zu machen.

Gut für Sie, sonst bräuhete es keine Trendforscher.

Da ist was dran. Für uns als Gesellschaft ist es indes nicht gut. Wenn ich mich mal fünf, sechs Tage nicht mit dem Alltagsquatsch befasse, kann ich als Firma, aber auch als Mensch innehalten und nachdenken, mich fragen: Was kommt auf uns zu?

Und was bringt mir das?

Ich bin wesentlich entspannter, weil ich weiß, was auf mich zukommt. Wandel ist nicht einfach, die Menschen fühlen sich getrieben und überfordert. Vor allem, wenn die Zukunft ungewiss scheint. Aber Sie können

„Bitte nicht in meinem Garten: Windräder sind toll, vor meinem Fenster aber doof“

nen die Welt nicht anhalten. Auch wenn Sie gerne möchten. Und das stresst. Wir als alternde Gesellschaft sind denkbar ungerüstet für diese Herausforderungen.

Inwiefern?

Wir wagen nichts mehr. Wir glauben, mehr zu verlieren, als zu gewinnen. „Nimby“ nennt man das im Englischen – „not in my backyard“. Bitte nicht in meinem Garten. Windräder sind toll, vor meinem Fenster aber doof. Und wir bräuheten dringend eine andere Streit- und Fehlerkultur. Wer bei uns etwas ausprobieren und es klappt nicht, der gilt als gescheitert. Dabei ist doch klar: Wer was Neues wagt, wird Fehler machen.

Was bedeutet das konkret für eine Stadt wie Stuttgart?

Da kommen mehrere Trends zusammen. Der Mensch will perfekt sein. Er schneidert

sich im sozialen Netzwerk eine neue Identität, erfindet sich als Marke, formt den Körper mit Botox und Skalpell, betreibt Hirndoping und hat die passende Einstellung.

Wir modellieren uns neu.

Und zwar so, wie die Gesellschaft einen gern hätte. Ein Model aus München verkauft Hundefutter für sechs Euro. Da ist unter anderem Heilwasser, Dill und Oregano

„Ich bin mir sicher, dass in zehn Jahren die Hälfte aller Restaurants in Stuttgart vegetarisch sind“

drin, das ist natürlich nicht für den Hund, sondern fürs Frauchen. Oder schauen Sie sich meine Kopfhörer an! Eingeweihte erkennen, dass ein Teil des Kaufpreises für Afrika gespendet wird. Und Vegetarier ist man nicht nur, weil man kein Tier essen will, sondern damit man erzählen kann, dass man Tiere schützt. Ich bin sicher, dass in zehn Jahren die Hälfte aller Restaurants in Stuttgart vegetarisch sind. Was aber viel wichtiger ist: Das Auto verliert an Ansehen.

Die Händler verkaufen doch aber gerade Autos wie die Wilden?

Ich war kürzlich in Kopenhagen. Dort fahren die coolen Typen, die Trendsetter nicht Auto, sondern Fahrrad. Die Ressourcen werden knapp, Umweltschutz ist nicht mehr Lebensstil, sondern Lebensaufgabe. So wie das Ansehen des Vegetariers steigt, verliert das Auto an sozialem Status. Premium-Autos werden immer verkauft werden, wenn sie Premium sind. Aber die Zulieferer arbeiten nicht nur für Porsche und Mercedes. Und unser Wohlstand hängt am Auto.

Diese Kassandrurufe gibt es doch schon ewig?

Ja. Und man hat zu lange nicht zugehört. Das Elektroauto hat man schlicht verschlafen. In Berlin bietet Peugeot ein Programm namens MU an. Da können sie Punkte kaufen. Und diese Punkte eintauschen gegen Mobilität. Etwa ein Cabrio an einem sonnigen Tag, einen LKW für einen Umzug oder ein Fahrrad. Was immer Sie wollen.

Was also tun?

Ich bin sicher, in naher Zukunft gibt es Mobilitätszentren. Da kann ich ein Auto kaufen, es leasen, aber auch ein E-Bike mieten oder Tickets für Zug und Flugzeug kaufen. Die Dienstleistung rund um Produkte wird zunehmen. Ein exklusives Möbelhaus kann ein teures Sideboard mit einem Blumenabo kombinieren. In diese Richtung müssen wir uns entwickeln und dazu Unternehmen anlocken. Und wir müssen Querdenker fördern.

Im Querdenken sind doch Schwaben gut.

Ja. Aber von 17 Innovationen floppen 16. Und wir müssen Leute ausbilden, die das aushalten, die nicht aufgeben, auch wenn man ihnen sagt, das bringe alles nichts. Was glauben Sie, wie oft seine Kumpels dem Biode-Gründer gesagt haben, er solle seine Zeit nicht mehr mit Getränkemixen im Keller verbringen.

Und der persönliche Wandel? Was ist mit meinen guten Vorsätzen fürs neue Jahr?



Sinniert darüber, was das neue Jahr bringt: Trendbeobachter Mathias Haas

Foto: Krauffmann

Da muss ich Sie enttäuschen. Offenbar ist es sehr schwer, seinen Lebensstil zu ändern. In Fitnesszentren kommen zwei Drittel der neuen Mitglieder nach drei Monaten nicht mehr. 90 Prozent der Herzinfarktpatienten ändern ihr Leben nicht, wenn es ihnen wieder besser geht. Und nur 25 Prozent aller Frauen, die schwanger sind, hören endgültig auf zu rauchen.

Das ist ernüchternd. Also besser keine Vorsätze.

Doch. Aber kleine Ziele setzen, die erreichbar und konkret sind. Also nicht sagen: Ich treibe jetzt Sport. Sondern: Ich laufe einmal in der Woche und steigere mich allmählich. Spitzensportler visualisieren zudem das Ziel. Also ein Bild oder meine Ziele an den Kühlschrank hängen. Was ich mir vorstellen kann, fällt mir leichter.

Zur Person

Mathias Haas

- Mathias Haas wird 1972 in Waiblingen geboren.
- Er lernt Bankkaufmann, studiert anschließend Betriebswirtschaft, arbeitet als Projektleiter, Einkäufer und schließlich Vertriebs- und Marketingleiter bei der George P. Johnson GmbH.
- 2005 macht er sich als Berater, Trainer, Moderator und Trendbeobachter mit seiner Firma „Haas.Kommuniziert“ in Stuttgart selbstständig.
- 2007 beginnt er, mit Lego-Bausteinen Manager zu schulen, genannt Lego Serious Play Professional.