

2 Kurzfassung

2.1 Kurzfassung

Ist „Hoffnung“ in der modernen Schweiz überhaupt ein Thema? Wirkt das Image des US-amerikanischen Präsidenten Barack Obama als globaler Hoffnungsträger und Friedensnobelpreisträger auch in der Schweiz? Von wem erhoffen wir uns Lösungen für die anstehenden Wirtschaftsprobleme? Hoffen Männer und Frauen, Junioren und Senioren, Angestellte und Manager verschieden? Diesen und ähnlichen Fragen ist swissfuture in einer Internet-Umfrage zur Jahreswende 2009/10 nachgegangen, an der über 2'700 Personen teilgenommen haben.

2.1.1 Was ist Hoffnung?

„Hoffnung“ ist eigentlich ein mehrdeutiger Begriff, er wird in Umgangssprache und Medien häufig und in sehr allgemeiner Form verwendet. Das Duden Bedeutungswörterbuch definiert Hoffnung als Vertrauen in die Zukunft, als Erwartung, dass etwas Gewünschtes geschehen wird. In der deutschen und englischen Fachliteratur existiert eine Vielfalt an Definitionen:

Hoffnung

- ist ein positiv besetzter Begriff,
- ist auf eine bessere Zukunft ausgerichtet,
- und die Zielvorstellung der Hoffnung ist in der Vorstellung des Hoffenden realistisch – auch wenn die Eintreffenswahrscheinlichkeit gering ist, grosse Anstrengungen oder externe Hilfe erfordert.

2.1.2 Forschungsteam und Ansatz

Ein fünfköpfiges, transdisziplinäres Forschungsteam, bestehend aus einem Zukunftsforscher, einem Religionssoziologen, einer Psychoanalytikerin, einem Medienfachmann und einem Ökonomen analysierte im Herbst 2009 das Thema, entwickelte eine Internet-gestützte Umfrage und führte diese im November 2009 durch. Im Winter 2010 wertete das Team die Daten im Detail aus. Um der Komplexität des Phänomens Hoffnung gerecht zu werden, wurde auf der Grundlage soziologischer Differenzierungstheorien ein Gedankenmodell entwickelt, das auf acht Hoffnungsfeldern aufbaut. Hoffnungsbedürfnisse und -kompetenzen werden innerhalb dieser acht Hoffnungsfelder positioniert:



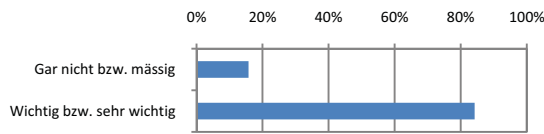
Die Umfrage besteht aus zwölf Fragen:

1. Wie wichtig ist Hoffnung für Ihr Leben?
2. Wer sind Ihre grössten Hoffnungsträger für das Jahr 2010?
3. Welches sind Ihre grössten Hoffnungen für 2010?
4. Wessen Aufgabe ist es, in schwierigen Zeiten Hoffnung zu verbreiten?
5. Was machen Sie selbst, damit sich Ihre Hoffnungen erfüllen?
6. Wie häufig gehen Ihre Hoffnungen in Erfüllung?
7. Was tun Sie, wenn sich Ihre Hoffnungen nicht erfüllen?
8. Welche Zitate entsprechen am ehesten Ihrem Verständnis von Hoffnung?
9. An welchen Orten empfinden Sie am ehesten ein Gefühl der Hoffnung?
10. Welche Erfahrungen stärken Sie in Ihrer Hoffnung am meisten?
11. Welche historischen Persönlichkeiten vermitteln Ihnen am meisten Hoffnung?
12. Auf welche Zeithorizonte erstrecken sich Ihre Hoffnungen meistens?

Das Ziel einer Umfrage besteht darin, repräsentative Aussagen machen zu können. Aber nur eine obligatorische Vollerhebung kann wirklich in umfassendem Sinne repräsentativ sein. Die vorläufig letzte Vollerhebung in der Schweiz war die Eidgenössische Volkszählung 2000, diese Zahlen sind nun zehn Jahre alt, ab 2010 werden in der Schweiz statt der bisherigen Vollerhebungen die Volkszählungen neu im Einjahresrhythmus als Registererhebung mit ergänzenden Stichprobenerhebungen durchgeführt¹. Bei jeder Umfrage ist es deshalb wichtig, das Sample zu kennen und zu wissen, ob und welche Quotenvorgaben für die Verteilung welcher soziodemografischer Parameter bestehen. Für die Hoffnungsstudie kann das Sample wie folgt beschrieben werden: 2'735 Personen haben im November 2009 an der Internet-Umfrage teilgenommen, 2'654 Fragebogen waren korrekt und von schweizerischen Teilnehmenden ausgefüllt worden. Dies ist für eine Internet-Umfrage ein grosses Sample. Individuelle Abweichungen werden so geglättet. Um einer einseitigen Auswahl der freiwilligen Teilnehmenden vorzubeugen, konnte www.20minuten.ch, das meist frequentierte Schweizer Nachrichtenportal, als Online-Medienpartner gewonnen werden. www.seniorweb.ch agierte als Medienpartner, um über 65-Jährige erreichen zu können. „Geschlecht“, „Altersstruktur“, „Haushaltstyp“ und „Religionszugehörigkeit“ wurden als soziodemografische Parameter für eine korrigierende Modellrechnung ausgewählt. Mit Hilfe dieses Modells wurde die Differenz zwischen dem tatsächlichen Anteil der Teilnehmenden und dem Bevölkerungsanteil gemäss Grundlagen des Bundesamtes für Statistik korrigiert. Aufgrund der deutschen Sprache fokussiert die Studie auf die Deutschschweiz.

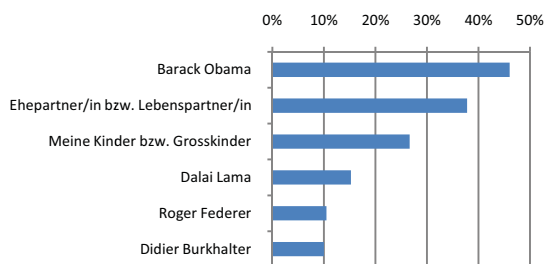
¹ <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/news/00/03.html>

2.1.3 Frage 1: Wie wichtig ist Hoffnung für Ihr Leben?



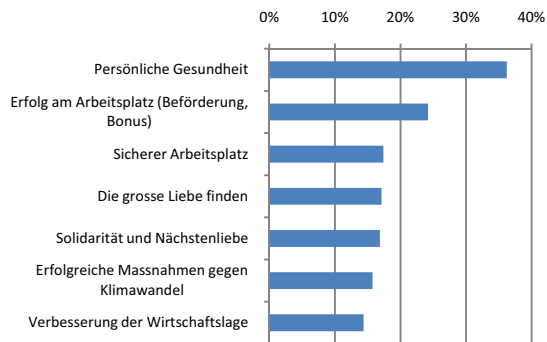
Am Anfang dieser Studie stand die Frage, ob ein altertümlicher, nur vage definierter Begriff wie „Hoffnung“ in der heutigen Zeit, in der Wissenschaften, Ökonomie und Rationalität einen wichtigen Platz einnehmen, , überhaupt noch eine Relevanz habe. Die hohe Anzahl an Teilnehmenden sowie die Beantwortung der ersten Frage „Wie wichtig ist Hoffnung für Ihr Leben?“ zeigen in deutlicher Weise, dass „Hoffnung“ aktuell und wichtig ist.

2.1.4 Frage 2: Wer sind Ihre drei grössten Hoffnungsträger für das Jahr 2010?

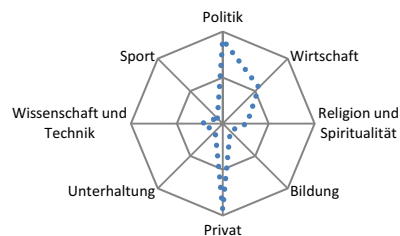


Die Frage „Wer sind Ihre drei grössten Hoffnungsträger für das Jahr 2010?“ wurde überraschend deutlich beantwortet: Beinahe die Hälfte der Teilnehmenden wählten Barack Obama aus den vorgegebenen Namen. Die zweit- und dritthäufigsten Hoffnungsträger sind die Lebenspartner und die eigenen Kinder, diese wurden von mindestens 25% genannt. Erstaunlicherweise wurden das tibetanische Oberhaupt Dalai Lama und der Spitzensportler Roger Federer auf den folgenden Rangierungen häufiger genannt als die Schweizer Bundesräte oder als die christlichen religiösen Führungspersonen.

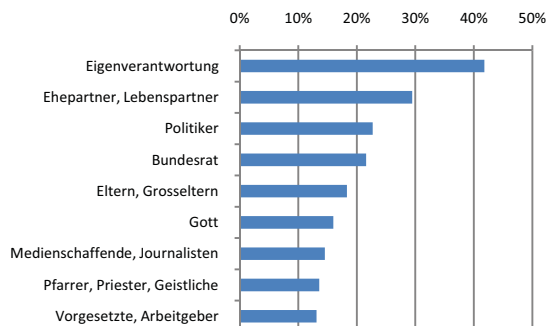
2.1.5 Frage 3: Welches sind Ihre drei grössten Hoffnungen für 2010?



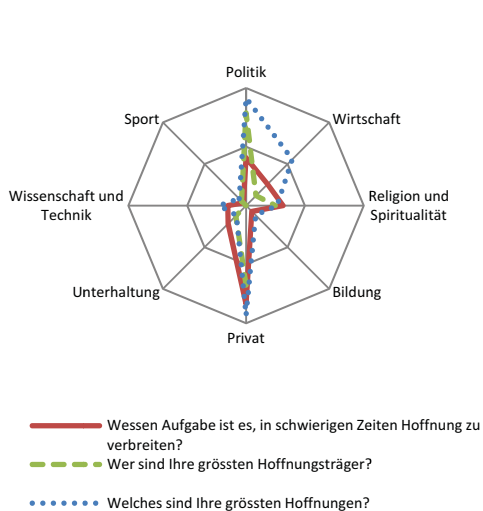
Für 36% der Befragten ist die persönliche Gesundheit die grösste Hoffnung für 2010. Dies deckt sich mit der Wertestudie 2010 des Magazins „Beobachter“, bei der Gesundheit der wichtigste Wert der Schweizer ist. Mit Erfolg (27% Nennungen) und Sicherheit (17% Nennungen) am Arbeitsplatz sowie Verbesserung der Wirtschaftslage (14%) folgen ökonomische Hoffnungen auf den Plätzen zwei, drei und sieben. Für immerhin 17% ist „die grosse Liebe finden“ eine der grössten Hoffnungen. Bei einer konsolidierenden Zuordnung der konkreten Hoffnungen zu den acht Hoffnungsfeldern fällt auf, dass primär Hoffnungen aus den Bereichen „Privates“ und „Politik“ genannt wurden. Wirtschaftliche Hoffnungen wurden häufig genannt, andere Bereiche nur marginal erwähnt:



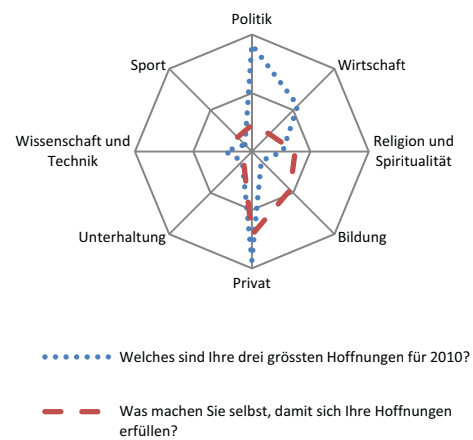
2.1.6 Frage 4: Wessen Aufgabe ist es, in schwierigen Zeiten Hoffnung zu verbreiten?



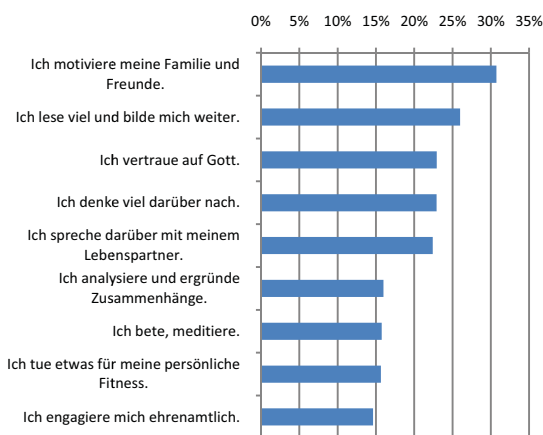
Mit einem grossen Vorsprung von 42% bekennen sich die meisten der Teilnehmenden punkto Hoffnung zur „Eigenverantwortung“. 29% sehen die Aufgabe beim Ehe- bzw. Lebenspartner und 18% bei den Eltern. Mehr als 20% wollen Politiker bzw. den Bundesrat in die Verantwortung nehmen. Nur 9% sehen diese Aufgabe bei Unternehmern, 3% bei Managern und Bankern – immerhin 13% sehen diese Aufgabe beim Vorgesetzten. Ein stimmiges Bild ergibt sich für den privaten Bereich: hier werden zahlreiche grosse Hoffnungen genannt, zugleich sehen viele konkrete Hoffnungsträger und prinzipielle Verantwortung im privaten Umfeld. Diskrepanzen ergeben sich in den Bereichen Politik und Wirtschaft. Zwar werden häufig politische und wirtschaftliche Hoffnungen genannt, aber konkrete (inländische) Politiker und Führungskräfte der Wirtschaft werden nur von wenigen als Hoffnungsträger gesehen:



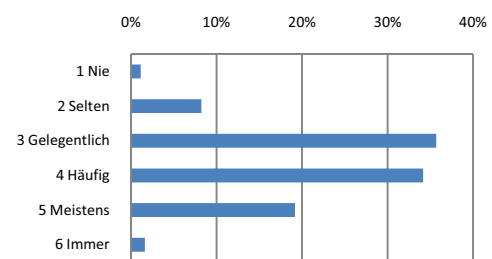
Die wichtigsten Aktivitäten, damit Hoffnungen sich erfüllen, fokussieren das private Umfeld: 31% motivieren Familie und Freunde, 22% sprechen mit dem Lebenspartner. Die zweitwichtigste Gruppe betrifft Investition in Bildung und Vernunft: 26% lesen und bilden sich spezifisch, 23% denken viel darüber nach, 16% analysieren und ergründen die Zusammenhänge. Als dritte Gruppe folgen Aktivitäten aus dem religiösen Bereich: 23% vertrauen Gott und 16% beten. Auffällig ist die Diskrepanz zu den grössten Hoffnungen – denn hier werden bei Frage 2 zahlreiche politische und wirtschaftliche Anliegen und Hoffnungen genannt. Doch offensichtlich besteht keine Strategie, diese Hoffnungen auch mit politischen und wirtschaftlichen Aktivitäten zu realisieren. Dafür wird neben den Hoffnungen in den privaten Bereich in „Bildung“ investiert:



2.1.7 Frage 5: Was machen Sie selbst, damit sich Ihre Hoffnungen erfüllen?

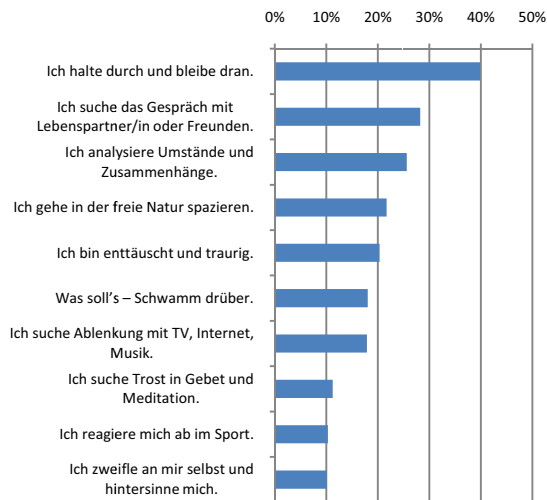


2.1.8 Frage 6: Wie häufig gehen Ihre Hoffnungen in Erfüllung?



Für 70% der Antwortenden gehen Hoffnungen gelegentlich oder häufig in Erfüllung. Für eine Mehrheit von 55% erfüllen sich Hoffnungen häufiger oder mehr, für 21% sogar meistens oder immer.

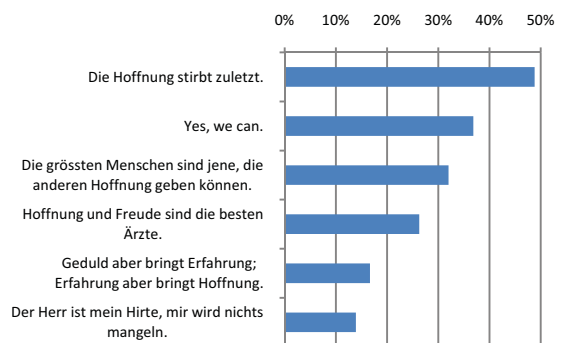
2.1.9 Frage 7: Was tun Sie, wenn sich Ihre Hoffnungen nicht erfüllen?



Die wichtigste Strategie im Umgang mit enttäuschten Hoffnungen ist der eigene Durchhaltewille, was stimmig mit der grossen Bedeutung der Eigenverantwortung ist. Die zweitwichtigste Strategie ist das Gespräch im unmittelbaren sozialen Umfeld. Die rationale Analyse der Umstände und Zusammenhänge folgt an dritter Stelle. Im Vergleich der „pro-agierenden“ und „re-agieren“ Aktivitäten fallen in der konsolidierten Analyse deutliche Unterschiede auf: Zwar sind vorher und nachher Aktivitäten aus dem privaten Bereich am häufigsten. Vorher finden sich aber in mittlerem Masse auch Aktivitäten aus dem Bereich Bildung und Religion sowie in geringem Masse aus Politik und Wirtschaft. Erfüllt sich die Hoffnung aber nicht, finden die Reaktionen primär im privaten und körperlichen Bereich statt; Aktivitäten aus Bildung, Religion, Wirtschaft und Politik scheinen bei Nicht-Erfüllung kaum relevant.

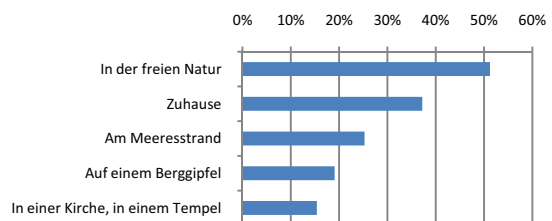


2.1.10 Frage 8: Welche Zitate entsprechen am ehesten Ihrem Verständnis von Hoffnung?



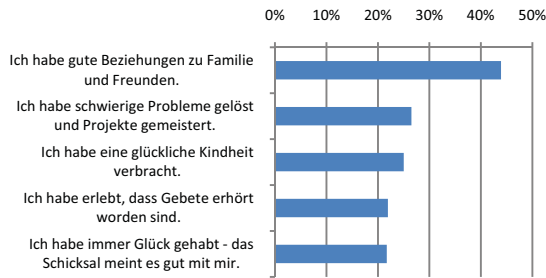
Gemessen an der Beliebtheit der Redensarten besteht zu 50% ein positiv individualistisches Hoffnungsverständnis als Teil der Selbstkompetenz. Für über 10% sind Bibelzitate eine wichtige Grundlage ihrer Hoffnung. Weniger als 8% haben ein skeptizistisches und zynisches Hoffnungsverständnis.

2.1.11 Frage 9: An welchen Orten empfinden Sie am ehesten ein Gefühl der Hoffnung?



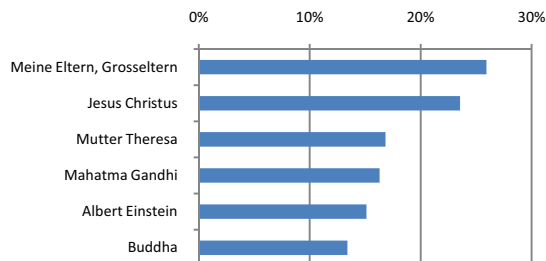
Für die Ergründung der emotionalen Aspekte der Hoffnung wurde die Frage nach Hoffnungs-Orten als Indikator gewählt – die Resultate fielen deutlich aus: Für über 50% sind dies Orte draussen in der Natur, zudem für 37% das private Zuhause und für 15% sakrale Orte. Die Dominanz der ruralen Orte als Hoffnungsquellen dürfte für eine zunehmend urbanisierte Gesellschaft eine Herausforderung werden, denn die urbanen Orte der Bildung, Wirtschaft, Politik oder des Fortschrittes wurden nur marginal als Orte der Hoffnung gewählt.

2.1.12 Frage 10: Welche Erfahrungen stärken Sie in Ihrer Hoffnung am meisten?



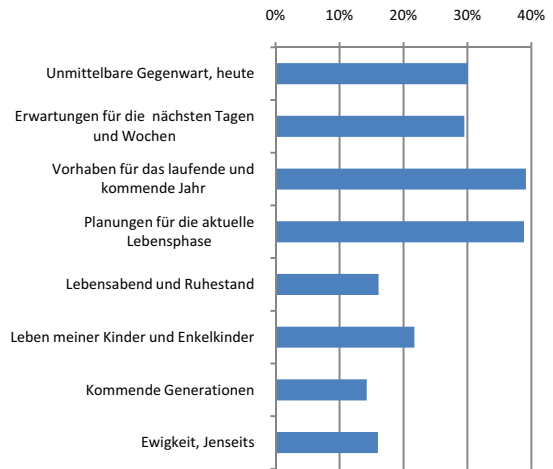
Für 44% der Teilnehmenden bilden funktionierende Beziehungen zu Familie und Freunden die Grundlage ihrer Hoffnungskompetenz; für 25% ist die Erinnerung an eine eigene glückliche Kindheit relevant. Erst nach den sozialen Beziehungen folgen die Erinnerungen an eigene erfolgreiche Leistungen: 26% gründen ihre Hoffnung darauf, dass sie schwierige Probleme gemeistert haben, 15% berufen sich auf ihre erfolgreiche Ausbildung und 12% auf berufliche Erfolge. Der dritte Bereich sind religiöse Erfahrungen: 22% haben bereits Gebetserhöhungen erlebt.

2.1.13 Frage 11: Welche drei historischen Persönlichkeiten vermitteln Ihnen am meisten Hoffnung?



Für ein Viertel der Teilnehmenden der Umfrage zählen die eigenen Eltern bzw. Grosseltern und der Religionsstifter Jesus Christus zu den wichtigsten historischen Hoffungsstiftern. Auch auf den Plätzen drei bis sechs, die von mehr als 10% gewählt wurden, folgen drei Persönlichkeiten mit religiösem Bezug: Mutter Teresa, Mahatma Gandhi und Buddha. Nur der Physiker Albert Einstein, der 18 Jahre in der Schweiz lebte, stiess noch in diese Spitzengruppe vor.

2.1.14 Frage 12: Auf welche Zeithorizonte erstrecken sich Ihre Hoffnungen meistens?



Spielt es eine Rolle, für welchen Zeitraum wir uns Hoffnungen machen? Hofft der Schweizer eher kurz-, mittel- oder langfristig? Das Resultat der Frage nach den zeitlichen Horizonten der Hoffnung ist eindeutig: Die Teilnehmenden der Umfrage hoffen primär im kurz- und mittelfristigen Zeithorizont: etwa 30% der Hoffnungen beziehen sich auf den heutigen Tag oder die nächsten Tage oder Wochen. Knapp 40% hoffen für den Jahreshorizont bzw. den aktuellen Lebensabschnitt. Nur zwischen 10 bis 20% hoffen langfristig – sei dies der eigene Lebensabend oder sogar das Leben der eigenen Kinder oder der kommenden Generationen. Dabei ist der Zeithorizont der eigenen Kinder und Grosskinder der wichtigste. Transzendente Zukunftshoffnungen, also die Sehnsucht nach einer Ewigkeit oder einem Jenseits, sind für 16% wichtig.

2.1.15 Medienanalyse

2.1.15.1 Massenmedien und Wirklichkeit

Hoffnungen verweisen auf gegenwärtig Nichtgegebenes. Sie richten sich in eine unbestimmte Zukunft, die sie so bestimmbar machen. Man kann nicht einfach so, sondern muss irgendetwas hoffen. In dieser Medienanalyse wird dieses Etwas untersucht – und nicht das, was in einem hoffenden Individuum vor sich geht. In einer Mediengesellschaft führt dies zu den Massenmedien. „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“, sagt LUHMANN (2004: 9). Viele Menschen in der Schweiz hoffen auf Weltfrieden – obwohl nur ganz wenige Kriege erlebt haben. Viele hofften vor den letzten Wahlen in den USA auf Barack Obama – obwohl nur ganz wenige Barack Obama persönlich getroffen haben dürften. Ob sich unsere Hoffnungen aufs Klima, auf Ökonomie, Politik oder Sport beziehen, liegt also nicht zuletzt daran, wie die entsprechenden Felder medial thematisiert werden.

2.1.15.2 Methodik

Aus diesen Gründen führen wir eine quantitative Inhaltsanalyse durch, in der wir die inhaltlichen Kontexte des Begriffs „Hoffnung“ in ausgewählten Medien untersuchen. Wir beschränken uns strikt auf den Begriff „Hoffnung“. Zugleich beschränken wir uns auch in der Auswahl auf die folgenden zehn Zeitungen und Magazine (Basler Zeitung, Bilanz, Blick, Handelszeitung, Neue Zürcher Zeitung, Schweizer Illustrierte, Tagesanzeiger, Weltwoche, Wochenzeitung und 20 Minuten). Darin wird die Anzahl der Artikel, in denen zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2009 einzelne Begriffe (zum Beispiel: „Hoffnung“) und Begriffskombinationen (zum Beispiel: „Hoffnung“ und „Barack Obama“) erwähnt werden, gezählt. Wir operieren immer mit der totalen Summe der Artikel in allen zehn Titeln.

2.1.15.3 Ergebnisse

Abb. 1: Anzahl der Artikel

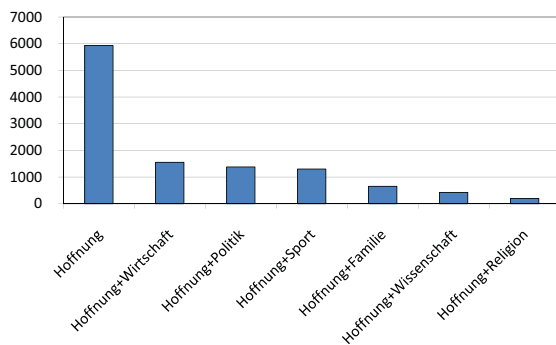


Abbildung 1 zeigt die Anzahl der Artikel, in denen „Hoffnung“ total und in Kombination mit anderen Begriffen vorkommt.

Abb. 2: Nennungen Name+Hoffnung:
01.01.-31.12.2009

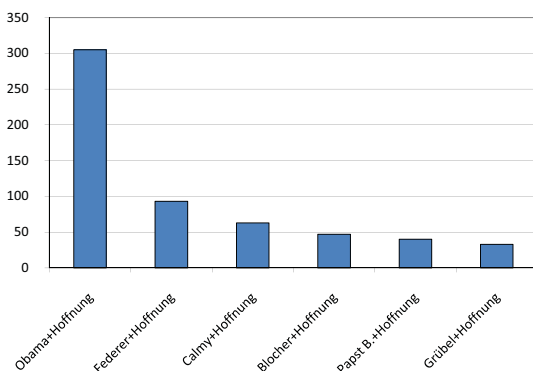


Abbildung 2 zeigt die Anzahl der Artikel, in denen „Hoffnung“ total und in Kombination mit Namen vorkommt.

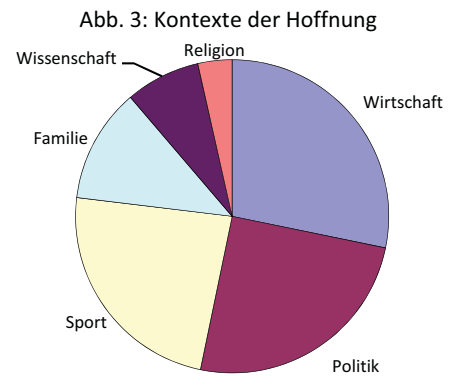


Abbildung 3 zeigt prozentual verschiedene Begriffe (und damit: Kontexte), mit denen „Hoffnung“ in Verbindung gebracht wird.

Das Wort „Hoffnung“ wird vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 in allen untersuchten Titeln in 5'935 Artikeln verwendet. In 26,6% dieser 5'935 Artikeln taucht neben „Hoffnung“ auch „Wirtschaft“ auf, in 23,2% „Politik“, in 21,9% „Sport“, in 11,6% „Kultur“, in 11,0% „Familie“, in 3,7% „Religion“ und in 3,5% „Wissenschaft“. Die Medien tendieren zur Personalisierung. Die Hoffnung braucht ein Gesicht – und im Jahr 2009 ist es das des neuen amerikanischen Präsidenten: „Barack Obama“ wird in den untersuchten Massenmedien und im erwähnten Zeitraum in 2'752 Artikeln genannt, „Hoffnung“ – wie oben erwähnt – 5'935 mal. Beide Begriffe tauchen gemeinsam in 305 journalistischen Texten auf. Darauf basierend berechnen wir zwei Hoffnungsindexe:

1. Der erste Hoffnungsindex (HI1) beschreibt den prozentualen Anteil eines bestimmten Namens bei totalen Nennungen von „Hoffnung“: Bei 5,1% aller 5'935 Nennungen von „Hoffnung“ wird die Verbindung mit „Barack Obama“ vollzogen.
2. Der zweite Hoffnungsindex (HI2) beschreibt den prozentualen Anteil, in dem ein Name eines Prominenten mit „Hoffnung“ in Verbindung gebracht wird. In 11,1% der 2'752 Artikel, in denen „Barack Obama“ erwähnt wird, wird auch „Hoffnung“ genannt.

Abb. 4: Hoffnungsindex 1:
01.01.-31.12.2009

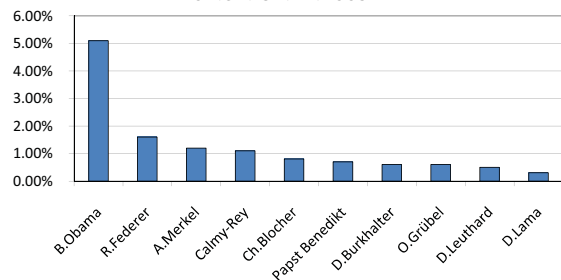


Abbildung 4: Hoffnungsindex 1: Zeigt, in wie viel Prozenten der Artikel mit „Hoffnung“ auch einzelne Namen vorkommen.

Abb. 5: Hoffnungsindex 2:
01.01.-31.12.2009

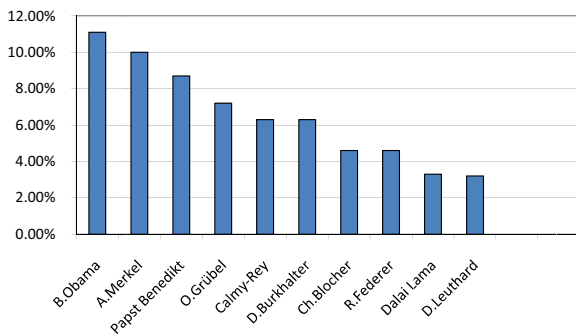


Abb. 5: Hoffnungsindex 2: Zeigt, in wie viel Prozent der Artikeln mit den erwähnten Namen auch der Begriff „Hoffnung“ vorkommt.

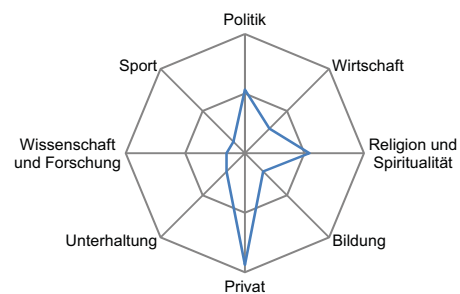
Die quantitative Medienuntersuchung zeigt, dass Hoffnung stark in Verbindung mit Politik, Wirtschaft und Sport gebracht wird. Man könnte dies darauf zurückführen, dass dies Felder mit relativ hoher Personalisierung sind. Den höchsten Hoffnungsindex hat Barack Obama, der in 11,1% (HI2) Artikel mit „Hoffnung“ in Verbindung gebracht wird. Dieser Wert (HI2) beträgt bei Didier Burkhalter und Micheline Calmy-Rey identische 6,3%, bei Christoph Blocher 4,6%, bei Ueli Maurer 4,2% und bei Doris Leuthard 3,2%. Bei Oswald Grübel ist dieser Wert 7,2%, bei Nicolas Hayek 2,5%, bei Roger Federer 4,6% und bei Rapper Stress 2,7%.

2.1.15.4 Erkenntnisse für Folgestudien

Medien konstituieren Wirklichkeiten und Welt. Sie konstruieren Ängste und Erwartungen, sie konstruieren Hoffnungen – und Zukunft. Letztlich können medialisierte Hoffnungen zur sich selbst erfüllenden Prophezie werden – oder zur Messgrösse, an der das Scheitern eines Politikers abgearbeitet wird. Noch nie zuvor in der Geschichte wurde ein beträchtlicher Teil der Menschheit mit so viel Information konfrontiert wie heute. Diese Informationsflut nimmt im Zuge neuer Kommunikationsmedien und -tools weiter zu. Die Flut an Information wird nicht abnehmen. Die Medien stiften durch ihre Informationsflut einerseits eine hohe Komplexität, ermöglichen andererseits durch ihr Agenda Setting eine temporalisierte Reduktion derselben Komplexität – zum Beispiel, indem Barack Obama zum personalisierten Hoffnungsträger wird. Aus den Themenfeldern, die heute problematisiert werden, entstehen die entsprechenden Hoffnungen.

2.1.16 Fazit

Mit einer breit abgestützten empirischen Studie auf der Grundlage einer Internetumfrage konnte ein interdisziplinäres Team nachweisen, dass „Hoffnung“ für die moderne Schweiz ein wichtiges Thema zum Umgang mit Veränderungen und Herausforderungen ist. Hoffnung bewegt sich in der Schweiz primär zwischen den Feldern Privatleben, Politik, Religion, Wirtschaft und Bildung:



Prägend für die Schweiz sind dabei die weit verbreitete Bereitschaft zur Eigenverantwortung und ein grundlegendes Verständnis, dass Hoffnung eine notwendige personale Selbstkompetenz zur erfolgreichen Meisterrung des Lebens ist. Dabei wurde eine Reihe spezifischer Muster und Abhängigkeiten entdeckt; etwa punkto Geschlecht, Alter, Einkommen und sozioökonomischer Position. Das unmittelbare soziokulturelle Umfeld, persönliche Erfahrungen aus Beziehungen und Kindheit und eigene Erfolgserlebnisse sind prägend für die eigene Hoffnungscompetenz. Das Phänomen „Hoffnung“ ist somit ein wichtiger Bestandteil bei der Konstituierung von gesellschaftlichen Werten. Auffällig sind verschiedene Diskrepanzen: Die Hoffnungen politischer und wirtschaftlicher Natur sind gross und weitverbreitet, doch konkrete Führungspersonen aus der Schweizer Politik und aus der Wirtschaft werden kaum als Hoffnungsträger angesehen, insbesondere Wirtschaftsvertreter gelten gegenwärtig kaum als Hoffnungsträger. Nach wie vor sollen Autoritäts- und Führungsfunktionen wie Eltern oder Vorgesetzte in grundsätzlicher Weise Hoffnungsstifter für ihre Kinder oder Mitarbeitenden sein, diese anerkennen ihre eigene Zuständigkeit selber aber relativ wenig. Die Art der Aktivitäten, die man investiert, um pro-aktiv Hoffnungen zu realisieren und die Aktivitäten, mit denen man auf nicht erfüllte Hoffnungen reagiert, unterscheiden sich grundsätzlich. Weitere Studien sollen helfen, eine transdisziplinäre Hoffnungsfor schung ergänzend zur Zukunftsforschung, zur Innovationsforschung, zur Glücksforschung, zur Sinnforschung und zur Risikoforschung zu begründen. Insbesondere soll mit einer mehrjährigen Fortsetzung der Internet-Umfrage nachgewiesen werden, inwiefern Symbolfiguren wie Barack Obama oder die Enttäuschung über Führungskräfte der Wirtschaft nur kurzfristige Phänomene sind und welche Hoffnungen eine höhere Kontinuität aufweisen.