GDI IMPULS

ISSN 1422-0482 · CHF 35 · EUR 27
GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Nummer 1 . 2014

Frische Kluft

Wie die zunehmende Polarisierung Märkte und Gesellschaft verändert. Und wie Sie davon profitieren.

Douglas Rushkoff
Unendliche Spiele

Matthias Sutter
Zukunftslose Sprachen

Peter Glaser
Leben in der Drohnosphäre

Thema: Polarisierung

4 AUTOREN
64 SUMMARIES THEMA
114 SUMMARIES IDEEN, WORKSHOP
115 ZUSATZIMPULS
116 GDI-STUDIEN
117 GDI-ANGEBOTE
118 GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE
120 GDI-AGENDA 2014
120 IMPRESSUM

> Polarisierung
David Bosshart
10 NACH DER GELDSCHWEMME
Wir provozieren immer mehr Extreme. Aber das kann nicht immer so weitergehen. Auf dem Weg zu einer neuen Nüchternheit.

> Gesellschaft
Detlef Gürtler
12 ZUGZWANG
Politische und soziale Unruhen nehmen rapide zu. Die Probleme drohen den gesellschaftlichen Kitt zu zerstören. Was dagegen helfen kann.

> Politik
Gespräch mit Markus Löning
20 DIE TÜCKEN DER MEHRHEITSGESELLSCHAFT
Wie Menschen und Völker aus unterschiedlichen Kulturen zusammenkommen können – und welche Rolle Unternehmen dabei spielen.

> Einkommen
Detlef Gürtler
26 POLARISIERUNG ODER NICHT-POLARISIERUNG?
Die Reichen werden immer reicher, die Armen werden immer ärmer. Oder doch nicht? Ein statistischer Überblick über reale und gefühlte Polarisierung.

> Konflikt
Rico Grimm im Gespräch mit Tone Allers
28 PEACETALKING
Wie die norwegische Peace and Reconciliation Unit von Kolumbien bis Myanmar zwischen Konfliktparteien vermittelt und Friedensgespräche ermöglicht.

> Marketing
Anja Dilk . Heike Littger
34 KRASS, EY!
Auffallen um jeden Preis? Extrem-Marketing von Dark Tourism bis Al-Kaida-Chic.

> Die grosse Grafik
42 KLUFTSPRÜNGE
Von Underground bis Fuzzying: sechs Methoden, sich dem Unbekannten und der Kluft zu stellen.

> Rebellion
Michael Böhm
44 THE LOSER TAKES IT ALL
Eine Kulturgeschichte des Rebellen. Und ein Plädoyer für ein neues, nicht marktabsorbierbares Rebellentum.

> Foto-Essay
Stefanie Kiwitt
50 GLEICH. ABER ANDERS.
«Eins von den Dingen passt nicht zu den anderen hier.» Krümelmonster spielte das gerne. Sie auch?

Ideen

> Medien
Douglas Rushkoff
68 UNENDLICHE SPIELE
Die erste befriedigende Antwort der Populärkultur auf den fernbedienungsbedingten Kollaps des Erzählens.

> Verhaltensökonomie
Matthias Sutter
76 DIE ZUKUNFTSLOSEN SPRACHEN
Kann es wirklich sein, dass unser Verhalten bezüglich der Zukunft davon abhängt, ob unsere Sprache es zulässt, über Zukunft ohne die Futur-Form zu sprechen?

> Familienunternehmen
Gespräch mit Ramia El Agamy
84 «ALLES HAT SEINE SCHÖNHEIT»
Globale und regionale Familienunternehmenskulturen und -perspektiven.

> Entrepreneurship
Christoph Giesa . Lena Schiller Clausen
90 INDIE-CAPITALISM
Wie die moderne Dynamik urbaner Bewegungen mit der klassischen Vorstellung des schumpeterschen Unternehmens zusammenkommen kann.

> Zwischenruf
Peter Glaser
96 LEBEN IN DER DROHNOSPHÄRE
Im Jemen fing es an. Bei Amazon soll es weitergehen. Und am Ende summen grosse und kleine Drohnen überall um uns herum – oder gar in uns.

Workshop

> Thought-Leader
Karin Frick
104 DIE 50 EINFLUSSREICHSTEN (SCHWEIZER) IDEENGEBER
Ein nationales Ranking der wichtigsten Denker und Entscheider – im Spiegel von Wikipedia und Blogs.

> Ideen
Christoph Kappes
108 FROM THOUGHT LEADERS TO LEADER'S THOUGHTS
Digitale Techniken können die binäre Idee vom «Vordenker» durch Messung der Interaktion mit Inhalten ablösen.

> Kolumne
Peter Felixberger
112 SCHWEIZER SEZIERMESSER
Gute neue Bücher von Wolfgang Koydl, Ernst Mohr, Fredmund Malik und Christian Felber.

PETER FELIXBERGER

Schweizer Seziermesser

Peter Felixberger
Schreibt, produziert, entwickelt, verkauft und rezensiert Wirtschaftsbücher.

Selbstbestimmt

Wolfgang Koydl
Die Besserkönner.
Was die Schweiz so besonders macht.
224 Seiten. Orell Füssli Verlag, Zürich 2014.
19.90 Franken, 14,95 Euro

Keine schlechte Idee, einen weitgereisten Publizisten über die Schweiz schreiben zu lassen. Wolfgang Koydl berichtet für die «Süddeutsche Zeitung» seit knapp einem Vierteljahrhundert aus allen Teilen der Welt: England, Ägypten, USA oder Russland. Seit drei Jahren ist er Schweiz-Korrespondent. Sein Buch ist wie eine Operation an der offenen Schweiz. Mit dem Seziermesser legt er frei, was sonst wenig sicht- und spürbar ist. «Aufsässig brav und selbstbewusst bescheiden» nennt Koydl die Schweizer, «wunderbar und manchmal wunderlich» ihr politisches System. Das Schweizer Modell fasst er jenseits allen ideologischen Ballasts wie folgt zusammen: «Dass freie Individuen frei darüber entscheiden können, was das Beste für ihre Gemeinschaft ist.» In diesem Sinne ist und bleibt die Schweiz demokratisches Vorbild für ein Europa selbstbewusster und selbstbestimmter Citoyens. Das Menschenbild dahinter ist erfreulich bürgerlich im besten Sinne: Die Menschen «wollen ernst genommen werden, wollen mitreden, wollen selbst entscheiden können, über ihr Leben, ihre Ausgaben, die Erziehung ihrer Kinder, ihr Schicksal.» Und wie erfreulich gelassen ist es erst, am Ende des Buches den obersten Schweizer Moralapostel Jean Ziegler zu einer Nachrede mit dem Titel «Widerspruch» aufzufordern. Ihm fehle die «Auseinandersetzung mit der pathologischen, nachtdunklen Seite der Schweiz». Seit 200 Jahren hocke die Herrschaftsklasse auf dem Gotthard und erteile der ganzen Welt – in bodenloser Arroganz und biederer Selbstzufriedenheit – Lektionen in Demokratie. Dennoch: Kein so faszinierendes Buch über die Schweiz habe er seit Victor Hugos «Reise in die Schweiz» gelesen. Und damit wird die Debatte über die Schweiz fortgesetzt. Dieses Buch gehört absolut in die Mitte medialer Erregungen und Aufschreie. Es ist klug erzählt, pointiert in seinen Charakterstudien und intellektuell aufs Feinste geschliffen.

Interdisziplinär

Ernst Mohr
Ökonomie mit Geschmack.
Die postmoderne Macht des Konsums.
536 Seiten. Murmann Verlag, Hamburg 2014.
59.90 Franken, 39,99 Euro

In St. Gallen sitzt ein Schweizer Wissenschaftler, der seit vielen Jahren an einer interdisziplinären Konsumtheorie arbeitet. Geduldig hat Ernst Mohr sich Trends, Marken und Lebensstile angeschaut. Und ebenso gelassen nach dem grossen Leitbegriff gesucht, der die postmoderne Wirtschaft und die Konsumentscheidungen der Menschen steuert. Irgendwann war ihm klar, dass der Geschmack zur eigentlichen Leitgrösse des

Konsums geworden ist. Zu Papier gebracht, wurde daraus ein Wirtschaftsbuch, das seinesgleichen sucht: eine kulturökonomische Globalreise durch Marken, Stile, Moden und ihre Alltagskultur, mit dem Geschmack als entscheidender Grösse. Das Buch behandelt Produkte, Design, Werbung, Marken, Moden, Lebensstile, Mainstream, Sub- und Jugendkulturen. Und es legt den Zusammenhang zwischen der Geschmacksindustrie und ihren Konsumenten offen. «Was haben das Tattoo, die Sicherheitsnadel im und den Paloma-Picasso-Duft hinter dem Ohr, Körperpflege und -design, Uhren aus Plastik und Gold, Handgelenke ohne und mit zwei Armbanduhren, Prep, Hip-Hop, Casual, Prêt-à-porter, Haute Couture, unser von Oma gestrickter Lieblingspullover, der Palästinenserschal, Mode made in Italy, gewaschenes Denim, Kunstpelz, Batik, Frühling-, Sommer-, Herbst- und Winterfarben, Bauhaus, Memphis, Landhausstil, unsere Erbstücke sowie womit und worin wir uns fortbewegen miteinander gemeinsam? Und was haben sie gemeinsam mit Ferien auf Balkonien, im Club, Wanderurlaub, Skydiving, Canyoning, Fussball schauen, Snooker spielen, mit dem, was wir lesen, der Musik, die wir hören und wie und wo wir sie hören, mit dem was, wo und wie wir essen, wie wir uns bewegen, ob und wann wir Mundart sprechen, was uns interessiert, zu wem wir Nähe und von wem wir Abstand suchen und wie wir unsere Zeit verbringen?» Die grosse, interdisziplinäre Antwort will Ernst Mohr geben. Danach wird man sich neu orientieren.

Grenzüberschreitend

Fredmund Malik
Wenn Grenzen keine sind. Management und Bergsteigen.
256 Seiten. Campus Verlag, Frankfurt am Main 2014.
39.90 Franken, 27 Euro

Noch ein Schweizer, so hätte ich beinahe begonnen. Doch Malik ist Österreicher, der indes seit vielen Jahren in St. Gallen lebt und arbeitet. Warum aber schreibt der wichtigste Managementdenker im deutschsprachigen Raum ein Buch übers Bergsteigen? Die Antwort liegt auf der Hand: Beim Bergsteigen können gewöhnliche Menschen Aussergewöhnliches leisten. «Die Geschichte ist ein einziger Beweis dafür, dass Menschen viel mehr leisten können, als zu jeder Zeit vermutet wurde», schreibt Malik. Und widmet dieses Buch allen, die anspruchsvolle Führungsaufgaben und Herausforderungen meistern müssen, die zunächst komplex und schwer vorhersehbar sind. Den idealen Bergsteiger oder die ideale Führungskraft gebe es diesbezüglich nicht, so Malik. Jeder müsse sein persönliches Set aus Wirksamkeit, Sorgfalt und Handwerk finden. «Herausfinden, wie der Einzelne ist», das ist eine der zentralen Aufgabenstellungen für Manager. Und es ist der Ausgangspunkt für jede Grenzüberschreitung in den Bereich der Überforderung. Dorthin, wo man nachhaltig lernen kann. Chapeau, ein lehrreiches Buch, fein bebildert, unprätentiös und ohne viel Selbstüberhöhung.

Revitalisierend

Christian Felber
Geld. Die neuen Spielregeln.
304 Seiten. Deuticke Verlag, Wien 2014.
29.90 Franken, 18,90 Euro

Und zu guter Letzt ein Buch, das man im übertragenen Sinne als Angriff auf die Schweiz lesen könnte. Der Autor, ein österreichischer Globalisierungskritiker, fordert die Auflösung der bisherigen Geldordnung mit ihren bekannten Verwerfungen: Staatsschuldenkrise, Systembanken, Währungsspekulationen und Steueroasen. Ein System, so Felber, das wenige begünstige und das Gemeinwohl völlig ausser Acht lasse. «Die Vision des Buches ist: Geld darf weder das Ziel des Wirtschaftens noch ein privates Gut sein, sondern ein Mittel des Wirtschaftens und ein öffentliches Gut. Geld soll von einer Waffe zum Werkzeug werden.» Im Zentrum dieser neuen Welt stehen Konvente auf lokaler bis nationaler Ebene, bei denen die Bürger selbst entscheiden, wohin beispielsweise Kredite gehen und ob Zinsen aus Kapitaleinkommen zulässig sind. Felber will die «res publica» radikal revitalisieren und betrachtet seine Konventsidee als «Inspirations- und Kräftigungsübung für den demokratischen Souverän». Womit wir wieder bei der Schweiz und ihrer Demokratie angelangt sind. Die Menschen wollen mitreden und mitentscheiden. Aber das hatten wir ja schon.

GDI Impuls

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel

IHR ABONNEMENT AUF DAS RELEVANTE NEUE

Sichern Sie sich den Zugriff auf ein einzigartiges Informationsnetz für innovative Ideen. In GDI Impuls präsentieren Ihnen renommierte Autoren alle drei Monate die wichtigsten Trends und Entwicklungen in Wirtschaft, Gesellschaft, Marketing, Konsum und Management – unverdünnte Informationen zum Wandel der Märkte.

Unser Wissensmagazin richtet sich an Vordenker und Entscheider in Unternehmen, an Menschen die sich beruflich mit der Entwicklung der Konsumgesellschaft beschäftigen. Sie erhalten ein kompetentes Update über das relevante Neue sowie Denkanstösse am Puls der Zeit.

Das Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon / Zurich ist ein unabhängiger, weltweit vernetzter Thinktank und eine wichtige Plattform für zukunftsorientiertes Denken.

AUTORENLISTE (AUSZUG)

Kofi Annan: Die afrikanische Herausforderung . Norbert Bolz: Religion ist der Antitrend zu allen Trends – Und deshalb Trend . Dieter Brandes: Die Kunst des Weglassens . Thomas Davenport und Jeanne Harris: Das Handbuch der Prognose-Techniken . Dagmar Deckstein: Klasse-Bewusstsein für Manager . Daniel Goleman: Emotionales Management . Tim Renner: «Warum Bauen Autobauer keine Fahrräder?» . Phil Rosenzweig: «Manager lassen sich über das Geheimnis des Erfolgs systematisch täuschen» . Douglas Rushkoff: «Der interaktive Raum ist heute ebenso verschmutzt wie die Shopping-Mall» . Edgar Schein: Vier Gesichter der Führung . Burkhard Spinnen: Kapitalismus, Sozialismus, Fraternismus . Peter Wippermann: Sozialer Reichtum . Klaus Woltron: Wie man Engelskreise konstruiert . Muhammad Yunus: Soziales Business

INFORMATION UND BESTELLUNG

Infos und Bestellung: www.gdi-impuls.ch
Summaries aller Artikel: www.gdi-impuls.ch
Auch als App erhältlich: itunes.apple.com

GDI Impuls Leserservice
Postfach
6002 Luzern
Schweiz
Tel +41 41 329 22 34
Fax +41 41 329 22 04
E-Mail: gdi-impuls@leserservice.ch

JAHRES-ABONNEMENT

☐ Ich bestelle GDI Impuls (4 Ausgaben pro Jahr) zum Preis von: CHF 120.–/ EUR 90.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

SCHNUPPER-ABONNEMENT

☐ ein Schnupper-Abonnement (2 Ausgaben) CHF 45.–/EUR 34.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

EINZELNUMMER

☐ Einzelausgabe Nr. ..... CHF 35.–/Euro 27.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

NAME/VORNAME

FIRMA

STRASSE/NR.

PLZ/ORT/LAND

E-MAIL TELEFON

DATUM/UNTERSCHRIFT