GDI IMPULS

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

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Nummer 4 . 2011

Die Zukunft der Megatrends

Freiheit – Sicherheit. Science – Romance. Vernetzung – Leadership. Konflikte sind die neuen Perspektiven. Wer sie zu nutzen weiss, wird erfolgreich sein.

Norbert Bolz
Die Kraft der Hybride

Lionel Tiger
Zurück zum Schimpansen

Christian Ankowitsch
Das Vorbild der Abschreckung

Thema: Die Zukunft der Megatrends

4 AUTOREN
64 SUMMARIES THEMA
114 SUMMARIES IDEEN, WORKSHOP
116 GDI-STUDIEN
117 GDI-KONFERENZEN
118 GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE
120 GDI-AGENDA 2012
120 IMPRESSUM

> Megatrends
Norbert Bolz
10 GEGENSÄTZE MISCHEN SICH AUF
Wie Trends entstehen und warum sie Gegentrends hervorrufen. Und wie in den Konfliktzonen dazwischen die Hybride immer wieder neue Chancen bieten.

> Trendgeschichte
Detlef Gürtler
20 30 JAHRE MEGATRENDS
Die (Zwischen-)Bilanz nach den ersten drei Jahrzehnten zu John Naisbitts legendären Megatrends-Prognosen.

> Konsum
Gespräch mit Christophe Laudamiel
22 «DIE ZUKUNFT DUFTET NACH PATSCHULI UND SANDELHOLZ»
Einer der bedeutendsten Parfümeure der Welt über die Macht und die Entwicklung von Düften.

> Demografie
Alexander Ross
28 BLASE, KNALL UND ECHO
Kein Megatrend ist so alt und so berechenbar wie die Alterung der Gesellschaft. Und trotzdem, oder gerade deswegen, scheitern viele darauf zielende Strategien.

> Googloskopie
Mikael Krogerus
34 X IST DAS NEUE Y
Wie Sie selbst herausgoogeln können, was als Nächstes hot oder cool wird.

> Trends
Anja Dilk
36 VOM COCOONING ZUR KOCHSHOW
Das Gewusel der TV-Küchensendungen demonstriert dutzendfach, wie es aussieht, wenn ein Megatrend zum Mainstream wird.

> Die grosse Grafik
44 HYBRIDISIERUNG
Sprache bevorzugt Extreme – gut und schlecht, Freund und Feind, Arbeit und Freizeit –, nicht das Dazwischen. Wo es auftaucht, entstehen hybride Wörter.

> Soziologie
Christoph Kucklick
46 DIE NÄCHSTE GESELLSCHAFT
Nach Sprache, Schrift und Druck beschert uns der Computer gerade die vierte Medienkatastrophe der Geschichte. Wie wir uns neu formatieren.

> Foto-Essay
Michael Tewes
52 ZURÜCK ZUM URSPRUNG
Im Hamsterrad des Fortschritts entsteht die Mutter aller Gegentrends – der Traum vom einfachen Leben.

Ideen

> Management
Manfred Berger . Arne Johannsen
68 DIE KUNST DES VERTRAUENS
Vertrauen muss langsam wachsen. Aber wie soll das gehen, wenn Gesellschaft und Märkte sich immer schneller verändern? Nach dem Vorbild der Kunst.

> Währungen
Gespräch mit Olivier Ledoit und Pierre Pâris
76 WENN DAS GELD IN DECKUNG GEHT
Das Vertrauen in die grossen Währungen bröckelt – es wird Zeit, an die Zeit danach zu denken. Ein Gespräch über die Chancen rohstoffgedeckter Währungen.

> Trendforschung
Jan Oliver Schwarz . Franz Liebl
82 QUELLCODE DER ZUKUNFT
Wie die Literatur zum Hilfsmittel für die strategische Frühaufklärung von Unternehmen werden kann.

> Zwischenruf
Christian Ankowitsch
88 GRAUENHAFTE SACHE! GENAU SO MACHEN WIR DAS AUCH!
Was als Mahnung vor Skandalen und menschlichen Abgründen gemeint ist, kann genauso gut als Anleitung verstanden werden, um Ähnliches zu planen.

Workshop

> Kommunikation
Lionel Tiger
96 REPRIMATISIERUNG
Warum wir in den neuen sozialen Medien wie Affen kommunizieren.

> Gastronomie
Detlef Gürtler
100 COFFEE TO STAY
Wie – und warum – Howard Schultz Starbucks davor bewahrte, seine Seele zu verlieren.

> Marketing
Gespräch mit Rui Porto
104 DER WELTMARKTFÜHRER AUS BRASILIEN
Wie es kam, dass ein Flip-Flop-Brand zur weltweit bekanntesten Marke aus Brasilien wurde.

> Philosophie
Diskussion von Richard David Precht und Ernst Fehr
106 KANN ICH FAIR SEIN? UND WENN JA, WARUM?
Ein Philosoph und ein Verhaltensökonom im Diskurs über Ursachen und Grenzen menschlicher Fairness.

> Kolumne
Peter Felixberger
110 «GLOBALGALAKTISCHE FRAGESTELLUNGEN»
Gute neue Bücher von James Gleick, Holm Friebe, Philipp Albers, Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim. Und die 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten.

PETER FELIXBERGER

«Globalgalaktische Fragestellungen»

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

Anders zählen

Holm Friebe, Philipp Albers
Was Sie schon immer über 6 wissen wollten.
Wie Zahlen wirken. 276 Seiten.
Hanser Verlag, München 2011.
27.20 Franken, 17,90 Euro

Wieso sind 2200 Euro ein besserer Preis für ein Kunstwerk als 1800 Euro? Wieso besteht ein ideales Projektteam aus sieben Menschen? Diese und viele Fragen mehr beantworten die Autoren auf interessante und teilweise verblüffende Art und Weise. Mit hemmungsloser Neugier begeben sie sich in die Deutungs- und Eigenwelten von Zahlen. So lernen wir die religions- und kulturübergreifende Hauptrolle der 7 anhand von Buddhas sieben mal sieben Tagen unter dem Baum der Weisheit. Und dass ein zerbrochener Spiegel sieben Jahre Unglück bringt.

Das Buch ist eine undogmatische Reise durch Wissenschaft, Alltag und Mystik, also durch das Rationale genauso wie durch das Irrationale. Es nimmt die Exaktheit mathematischer Wahrheiten genauso ernst, wie es Verschwörungstheorien hofiert. Wer also nicht nur wissen will, warum es 13 schlägt, Hotels kein 13. Stockwerk haben oder in Lufthansa-Flugzeugen die Reihe 13 fehlt, warum in westlichen Gesellschaften die 13 weniger vorkommt als 12 und 14 und warum die 13 in fast allen Kulturen als unglückbringend gesehen wird, der sollte sich an langen Winterabenden mit dem Buch im Sessel vergraben.

Anders informieren

James Gleick
Die Information.
Geschichte, Theorie, Flut.
528 Seiten. Redline Verlag, München 2011.
37.30 Franken, 24,99 Euro

Die menschliche Geschichte ist ein ewiges Freisetzen von Informationen aus verborgenen Wissenskernen. Daraus modellieren wir neue Ordnungen und Systematiken, mit denen wir dann weitere Beschreibungsmodelle der Welt erhalten. Oder anders gesagt: Die Information als Grundeinheit gerinnt über Kommunikation zu Wissen, mit dem wir uns ständig der Welt vergewissern, in der wir leben oder glauben, leben zu wollen.

Dies ist natürlich eine etwas verkürzte Zusammenfassung eines 500-Seiten-Werkes, das so voller Anekdoten, Zitate, Weisheiten und überbordender Erzählungen steckt. Aber es trifft den dramaturgischen Kern des Werks von Bestsellerautor James Gleick, der mit seinen Büchern über die Chaostheorie und Richard Feynman Weltruhm erlangte. Die Leser sitzen mit dem Autor am Lagerfeuer, alle starren gebannt in die Flammen, und Gleick erzählt in endlosen Schleifen, warum es Feuer überhaupt gibt.

Dieser Typ feurig erzählter Wissenschaftsgeschichte ist in den USA äusserst beliebt. Es geht um das Aufspüren des roten Fadens in globalgalaktischen Fragestellungen, die unser Vorstellungsvermögen übertreffen. Teilweise fühlt man

sich wie in einer 24-Stunden-TV-Doku, mit immer neuen Perspektiven, Interviews und biografischen Einzelheiten der Akteure. Am Ende hat man das Gefühl, dass alles mit allem logisch und zwangsläufig zusammenhängt. Aber an diesem Punkt melden sich auch die Paradoxons und Widersprüche, die moderne Gesellschaften ebenfalls diskursiv am Leben halten. Davon erzählt James Gleick leider zu wenig.

Anders lieben

Ulrich Beck, Elisabeth Beck-Gernsheim
Fernliebe. Lebensformen im globalen Zeitalter. 280 Seiten. Suhrkamp Verlag, Berlin 2011. 29.90 Franken, 19,90 Euro

Vor einigen Monaten hat Microsoft den Internettelefonanbieter Skype für knapp sechs Milliarden Euro gekauft. Das Kommunikationsbusiness rund um private und berufliche Fernbeziehungen birgt offenbar rosige Zukunftsaussichten. Jeden Montagmorgen machen sich etwa 9000 Berufspendler alleine von München nach Hamburg auf, um dort die Woche über zu arbeiten. Ehepaare, die so unter der Woche auseinandergerissen sind, versuchen via Skype, Alltag aufrechtzuerhalten. Besorgte Eltern telefonieren abends mit ihren Kindern irgendwo auf dem Globus. Und ein deutscher Soziologieprofessor in London kommuniziert regelmässig mit seiner Frau, ebenfalls Professorin, in Trondheim. Da ist der Weg des Ehepaars Beck zu einem gemeinsamen Buch nicht mehr weit.

Fernbeziehungen sind in der globalisierten Wirtschaftswelt nicht mehr wegzudenken. Das Chaos der Beziehungen geht längst auch über Länder und Kontinente hinweg. Heirats- und Hausarbeitsmigrantinnen, binationale Wahlverwandtschaften, Kinderwunschtouristen und globale Patchwork-Familien sind nur einige der neuen sozialen Phänomene, die in diesem prägnanten Buch zur Sprache kommen. Eines der Hauptprobleme in allen Fällen: In diesen neuen Weltfamilien müssen Nähe und Wertvorstellungen im kulturellen Zusammenprall synchronisiert und verarbeitet werden.

Anders lesen

Jack Covert, Peter Felixberger, Wolfgang Hanfstein, Todd Sattersten
Die 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten. 468 Seiten. Murmann Verlag, Hamburg 2011. 37.30 Franken, 24,90 Euro

Am Ende ein Lektürehinweis in eigener Sache. Ich durfte jüngst an einem interessanten Buchprojekt über zwei Kontinente hinweg mitwirken. Im Einzelnen: Die beiden US-Edelfedern Jack Covert und Todd Sattersten haben vor zwei Jahren bei Portfolio in New York ein Buch mit dem Titel «The 100 Best Business Books of All Time» herausgebracht, das in der weltweiten Szene der Wirtschaftsbuchverlage schnell zum Geheimtipp wurde. Allerdings war es zu sehr auf den US-Markt zugeschnitten, denn fast alle Bücher stammten von amerikanischen Autoren. Schnell wurde klar, dass eine Ergänzung mit europäischen Kollegen notwendig war, um auf dem deutschen Markt Interesse zu wecken. Wolfgang Hanfstein und ich liessen uns nicht zweimal bitten.

Und dann begann die Knochenarbeit. Zunächst fertigten wir eine umfangreiche Best-of-Liste an, die wir danach mit der US-amerikanischen Auswahl verglichen. Interessant war zunächst die hohe Übereinstimmung unter allen vier Autoren. Dennoch fielen über zwanzig US-Titel aus der Wertung, und am Ende schafften es genauso viele Titel aus Deutschland und Europa ins Ranking. An jedes Buch wurden folgende Basisfragen gestellt: Argumentiert der Autor schlüssig? Hat er etwas Neues zu sagen? Decken sich die Ideen im Wesentlichen mit dem, was wir über das Thema wissen? Können wir das Geschriebene einsetzen, um in einem Unternehmen Verbesserungen zu erzielen?

Stolz sind wir auf das Ergebnis. Und ein schönes Buch ist es unserer Meinung nach auch geworden. Durchgehend zweifarbiger Druck, Weiterleseempfehlungen am Ende jedes vorgestellten Buches und zahlreiche Zwischenkapitel mit weiterführenden Informationen zu Klassikern, Filmen oder Romanen. <

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

FAX-ANTWORT

Summaries aller Artikel finden Sie unter www.gdi-impuls.ch. Über das Archiv können einzelne Beiträge online bezogen werden. Unseren Leserservice erreichen Sie unter Tel +41 41 329 22 34 (oder E-Mail: gdi-impuls@leserservice.ch) – oder faxen Sie uns einfach diesen Talon an: Fax +41 41 329 22 04

GDI Impuls Leserservice
Postfach
6002 Luzern
Schweiz

JAHRES-ABONNEMENT

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

KOLLEKTIV-JAHRES-ABONNEMENT

☐ Zu einem Jahres-Abonnement können Sie bis zu zwei vergünstigte Zusatzabonnemente beziehen. Pro Zusatzabonnement (Anzahl ...): CHF 50.–/ EUR 38.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

SENDEN SIE UNS BITTE:

☐ ein Schnupper-Abonnement (2 Ausgaben) CHF 45.–/EUR 34.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
☐ Einzelausgabe Nr. ..... CHF 35.–/Euro 27.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
☐ den GDI_Newsletter*

NAME/VORNAME

FIRMA

STRASSE/NR.

PLZ/ORT/LAND

E-MAIL* TELEFON

DATUM/UNTERSCHRIFT