

Die Matrix des Wandels

Oliver Dziemba | Matthias Horx | Dr. Eike Wenzel

Die Matrix des Wandels

Oliver Dziemba

Matthias Horx

Dr. Eike Wenzel

Neue Arbeitswelt
Seite 64

Neo-Innovation
Seite 28

Female Values
Seite 42

Globalisierung 4.0
Seite 8

INHALT

Glokalisierung
Seite 56

Back-to-Basic
Seite 36

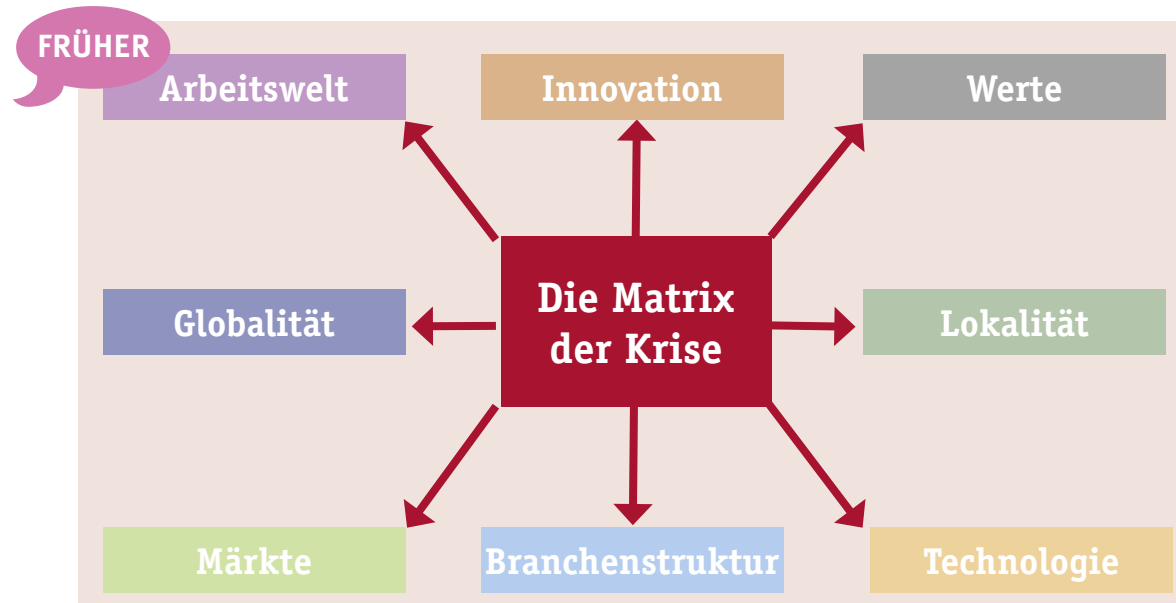
**Neue Querschnitts-
branchen**
Seite 18

Neo-Technologie
Seite 48

Die Matrix des Wandels

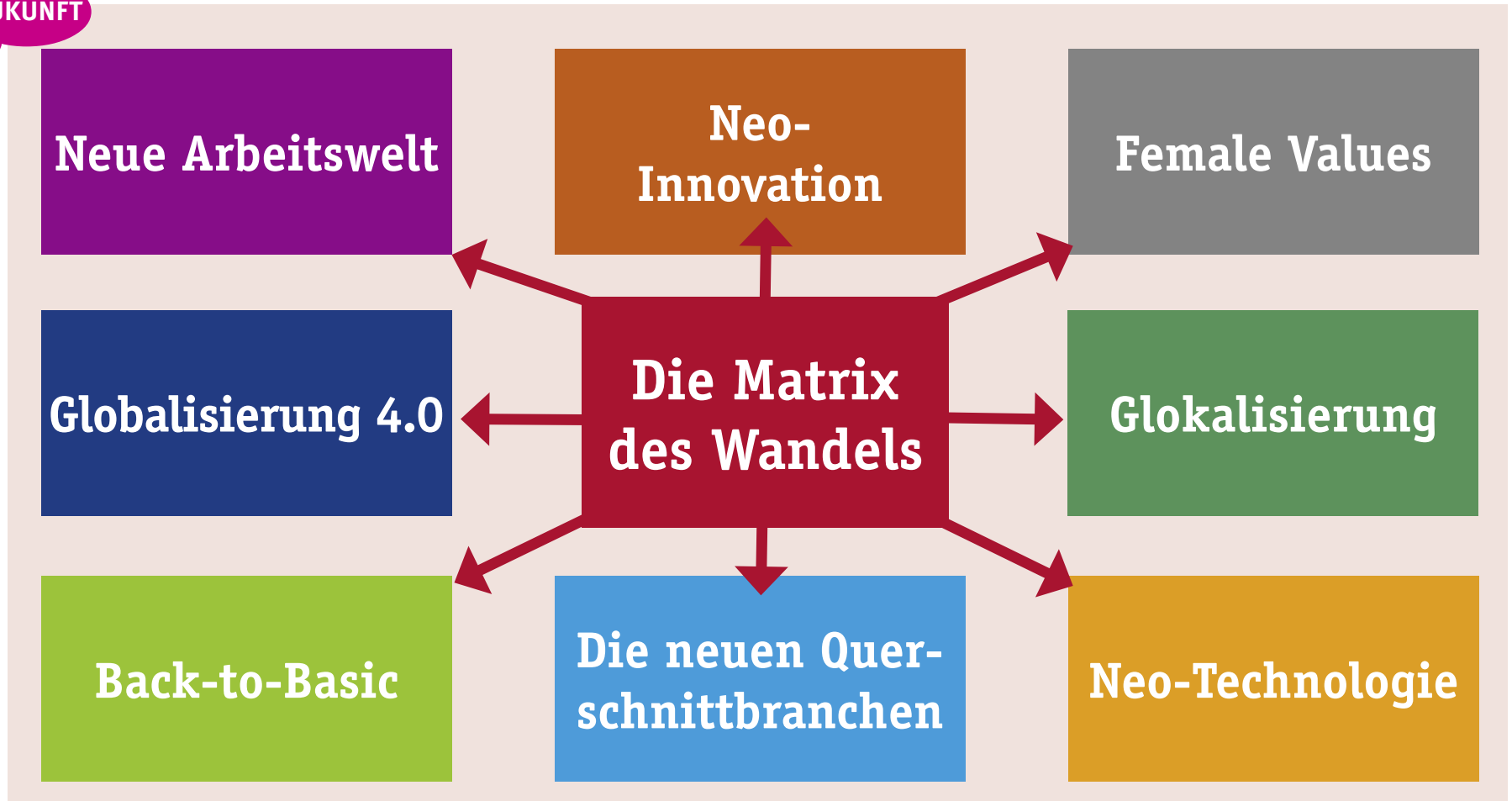
Was aus der Krise folgt

Der Terminus „Die Krise“ ist so etwas wie das Buzzword unserer Gegenwart geworden. Seit nunmehr fast einem Jahr scheinen sich alle Wahrnehmungen, alle politischen und ökonomischen Diskurse, nur um die Idee eines substanziellen Versagens „des Kapitalismus“ zu drehen. Dem ökonomischen Geschehen scheint seitdem etwas Katastrophales, etwas Mystisch-Unheimliches inne zu wohnen. Große Vergleiche werden bemüht: Der Untergang des römischen Reiches, die Weltwirtschaftskrise, der Untergang der Weimarer Republik, das Ende der Globalisierung. Der medialen Sensations-Kultur ist kein Vergleich abenteuerlich genug, um die Angst vor einem Zusammenbruch zu schüren.



In dieser Studie drehen wir die Blickrichtung einmal um: „Die Krise“ ist für uns kein Menetekel, sondern ein sinnvoller Wandlungs-Reiz. Aus Krise wird Wandel: Wie im persönlichen Leben von Zeit zu Zeit Krisen auftreten MÜSSEN, damit individuelle Übergänge stattfinden und Transformationen sich vollziehen können, existieren auch in unseren Finanz-Systemen Sollbruchstellen. Die Immobilienkrise ist eine solche Bruchstelle. Sie ist weder besonders „sensationell“ noch historisch außergewöhnlich. Finanzblasen sind so alt wie das Geldsystem selbst. Ihr Eintreten weist immer darauf hin, dass in der realen Ökonomie ein Sprung in eine höhere Komplexitätsebene stattfindet. Diesen Übergang – der Werte, Marktstrukturen, Technologien und sozioökonomischen Prozesse gleichermaßen betrifft – gilt es, als Matrix hinter der Krise zu verstehen.

ZUKUNFT



Globalisierung 4.0: Die Welt wird wieder rund

- > Welche Auswirkung hat die Krise auf die Globalisierung?
- > Wohin entwickeln sich die globalen Märkte?
- > Wieso Wertschöpfung in Zukunft neuen Regeln unterliegt.

Nach den Produktivitätsschüben aus den ersten beiden Globalisierungsstufen (europäische Kolonialisierung bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts und die Kalte-Kriegs-Zeit mit der ökonomischen Allein-Dominanz Amerikas), folgte ab den 1990er Jahren (nach dem Fall des Eisernen Vorhangs bis zur derzeitigen Krise) mit der dritten Globalisierungsphase der größte weltweite Wirtschaftsboom aller Zeiten. Diese Zeit wird von vielen Ökonomen die Phase der flachen Welt genannt. Nun führt uns die globale Wirtschaftskrise zu einer Restrukturierung der Weltwirtschaft und der globalen Werteordnung. Viele Gesellschaften und Wirtschaftskreisläufe befinden sich in einem tiefgehenden Transformationsprozess – am Beginn der Globalisierung 4.0.

Querschnittbranchen: Von den Schubladen-Branchen zu den philanthropen Märkten und Marken

- > Wie sehen die Branchen der Zukunft aus?
- > Was ist dem Konsumenten von morgen wichtig?
- > Was wird aus den klassischen Branchen?

Zwei gewichtige Zäsuren werden die Konsummärkte der nächsten Jahre beeinflussen: eine neue Verzeitlichung des Kaufens und Genießens und eine Implosion der klassischen Branchen. Wir durchleben gerade einen dramatischen Wandel im Konsumverhalten, der aus dem gewöhnlichen Verbraucher einen Wanderer zwischen den Zeiten, zwischen Gegenwart und Zukunft, zwischen lustgesteuerten Impulsen im Hier-und-Jetzt und der stets mitgedachten Frage, welche Konsequenzen ein lustvoller Konsum in der Gegenwart für die (Klima-)Zukunft hat. Wir entwickeln uns zu zeitlich gespaltenen Konsumenten, Konsum wird zwei-zeitig, weil wir künftig immer auch über die Konsequenzen unseres Tuns nachdenken (müssen). Das heißt aber auch, wir werden als zukünftige Konsumenten zwangsläufig neurotischer, immer plagt uns das Gewissen, die Verantwortungsfrage und das Nachhaltigkeitsgebot.

Innovation: Inventing the Unthinkable

- > Wie das zukünftige Mindset substanzieller Innovationen aussieht.
- > Weswegen „weiche“ Faktoren wie „Empathie“ und „Kontext“ künftig eine entscheidende Bedeutung erhalten?
- > Wieso alle relevanten Innovationen in den nächsten Jahren in der Privatsphäre stattfinden.



Wir müssen die Welt in ihrer hyperkomplexen Form verstehen, bevor wir sie durch substanzielle Innovationen verändern können. Vieles wirkt immer surrealer. Islamischer Fundamentalismus und moderne Düsenflugzeuge – diese harten Kontraste prallen im 21. Jahrhundert aufeinander – und machen Geschichte. Autoritärer Sozialismus plus Highspeed-Kapitalismus führen zu einer Zukunftsmacht wie China. Hohe Ölpreise und Linkspopulismus à la Venezuela gebären eine postmoderne Diktatur wie die von Hugo Chavez (in der Mc Donald's verboten wird). Das ist für den amerikanischen Geostrategen Joshua Ramo das Gestaltungsprinzip, nach dem in den nächsten Jahren das aufregend Neue entstehen wird. Kollisionen, Strategien des Zusammenpralls kennzeichnen die Gesellschaft und werden auch zum tragenden Prinzip für Innovationen in den nächsten Jahren.

Impressum

Herausgeber

Zukunftsinstitut GmbH
Robert-Koch-Str. 116 E
D-65779 Kelkheim
Tel. +49 61 74 96 13-0, Fax: -20
E-Mail: info@zukunftsinstitut.de

Autoren

Oliver Dziemba
Matthias Horx
Dr. Eike Wenzel

Redaktionelle Mitarbeit

Georg Schlenkhoff
Daniela Sturm

Layout

Daniela Credentino

Fotos

www.istockphoto.com
Photocase / Fotograf
Seite 16: Seraph
Seite 18: cw-design
Seite 25: oli-ok
Seite 29: Soulcore
Seite 32: Miiiina
Seite 34: Maren Preuß
Seite 37: Andrea Riedl
Seite 38: Kathys
Seite 42: Jürgen W.
Seite 44: Atomix
Seite 46: Gaby J.
Seite 58: Bernd der Held

© Zukunftsinstitut GmbH
Juni 2009
Alle Rechte vorbehalten
1. Auflage

ISBN: 978-3-938284-47-6

Wie die Welt nach der Krise aussieht



„Die Matrix der Wandels“
von Eike Wenzel, Matthias Horx und
Oliver Dziemba
Juni 2009
CD-ROM, 80 Seiten, 65 Abbildungen
ISBN: 978-3-938284-47-6

... Fax-Antwort +49 (0)6174 9613-20

... Produktbestellung

- Studie: „Die Matrix des Wandels“
+ 50 Charts für Ihre Präsentationen
auf CD-Rom,
160,- Euro

Firma	Abteilung
Vorname	Name
Straße	PLZ / Ort
E-Mail	USt.-ID bei EU-Lieferung
Ort, Datum	Unterschrift

Geschäftsbedingungen: Die Preise verstehen sich inkl. MwSt. zzgl. Versandkostenanteil Inland 3,- Euro, Ausland 5,- Euro. Sie haben ein Rückgaberecht von zwei Wochen nach Erhalt der Ware laut BGB §312. Bei umfangreicheren Bestellungen räumen wir Ihnen gerne Rabatte ein. **Kontakt: Anna Kunz, a.kunz@zukunftsinstitut.de, Tel.: +49 (0) 6174 9613-22**