

: Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

INHALT

G 48593

www.zukunftsletter.de

Techno Edge

Wie innovative Speichermedien die digitale Revolution vorantreiben

SEITE 2

London Report

Haustiere als Lifestyle-Accessoire

SEITE 3

Wachstumsfaktor Design

4 Gründe, warum Produktgestaltung immer wichtiger wird

SEITE 4/5

Future Firms – Gesundheit

TransMIT – neue Geschäftsfelder durch Wissensmarketing

Pharmexx – Außendienst-Leasing als Jobmaschine

SEITE 6

Emerging Markets: Polen

Wie Sie bei unseren östlichen Nachbarn jetzt punkten können

SEITE 7

Kommunikation/Retail

Geo-Marketing: Geschäftspotenzial und Werbewirkung lassen sich immer besser berechnen

SEITE 7/8

Der **Zukunftsletter** des Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG und des Zukunftsinstituts von Matthias Horx
www.zukunftsletter.de
Passwort des Monats Januar:
www.zukunftsinstitut.de
Kostenlose Redaktionssprechstunde zu inhaltlichen Fragen:
Tel.: 0 61 74/9613-0, Fax: -20
E-Mail: info@zukunftsletter.de

Prost Neujahr, die Chinesen kommen!

Warum wir uns vor der „gelben Gefahr“ nicht fürchten sollten

Neulich auf einer Business-Veranstaltung: Vor mir spricht einer der klassisch-deutschen Untergang-des-Abendlandes-Professoren. Seine Botschaft, mit dem üblichen erektilen Zeigefinger vorgebracht, zielt tief in unsere Versagensängste: **die Chinesen!** Wenn die Chinesen so weitermachen, dann werden sie:

- den Planeten endgültig ruinieren,
- uns arm machen, denn wir sind heute faul, gierig, „verwestlicht“, und die Chinesen sind fleißig plus skrupellos. Sie arbeiten rund um die Uhr, während „wir“ unseren Freizeitpark pflegen.

Tosender Beifall. Wir lieben es, wenn uns jemand fertigmacht. Ganz Deutschland braucht die Domina. Die höchsten Honorare haben hierzulande immer die „Düsterdroher“, die vom Krieg faseln: dem Krieg der Generationen, dem Krieg um den Wohlstand, dem Krieg zwischen den Geschlechtern.

Vor Kurzem brachten die Chinesen ihre erste Mittelklasse-Limousine aus eigener Produktion auf den Markt (mit Motoren von BMW, gestaltet von italienischen Designern). Thomas Delekat schrieb in der WELT in einem Testbericht über den „Brilliance BS6“:

„Die schönen Scheinwerfer sind von innen milchig beschlagen. Weil niemand den Chinesen sagt, dass wechselnde Luftfeuchtigkeiten Beschlag ergeben. Die Pumpe für die Klimaanlage hat den rohen Charme eines Kombinat-Schraubstocks aus russischer Fertigung, der Hebel zur Sitzschienen-Verstellung ist vermutlich derselbe, der zu Maos Zeiten im Traktor ‚Morgenröte‘ verbaut wurde. Der Blinkerstock ist vom Lenkrad aus kaum zu erwischen, und das schöne Leder stinkt zum Erbrechen nach Gerb-Chemie – wir sind, leicht grün im Gesicht, mit offenen Fenstern gefahren.“

Nein, dass das erste chinesische Voll-Auto eine Gurke ist, heißt nicht, dass die Chinesen niemals gute Autos bauen könnten – das wäre westliche Arroganz. **Es zeigt sich aber, dass es nicht so leicht ist, Entwicklung und Evolution komplexer Gegenstände in den Griff zu bekommen.** China ist seit 4.000 Jahren eine Kopierkultur. Diese kulturelle Prägung schüttelt man nicht so schnell ab. Und genau hier hat das „alte“ Europa mit seiner **Diversität**, seinem **kooperativen Individualismus**, seiner komplexen Design-Kultur (siehe Seite 4) **einen gewaltigen Standortvorteil.**

Unser **Vorsatz fürs neue Jahr** sollte deshalb sein, uns nicht mehr fürchten (lassen) zu wollen. Nicht vor den Chinesen, nicht vor den Indern, nicht vor Videospiele, Amokläufern, warmem oder kaltem Wetter, Vogelgrippe, Gammelfleisch, Untergangsp Professoren. Habe ich etwas vergessen?

In diesem Sinne alles Gute fürs neue Jahr!

Ihr




„Fürchtet euch nicht vor den Chinesen, nicht vor den Indern, nicht vor Videospiele, Amokläufern, warmem oder kaltem Wetter ... und nicht vor Untergangsp Professoren.“

Matthias Horx