

: Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

INHALT

G 48593

www.zukunftsletter.de

Standorte mit Zukunft

Wie Kopenhagen zum Mekka der Kreativen wurde

SEITE 2

Future Firms

Innovationsmanagement: InnoCentive vernetzt Sie mit der weltweiten Innovation Community

SEITE 3

Future Firms

Handel: Flight 001 versorgt die Businesswelt mit mobilem Komfort

SEITE 3

Moralische Märkte

Warum Sie sich mit diesem neuen Trend auseinandersetzen sollten

SEITE 4

Zukunftsmärkte 2010

4 Schlüsseltrends für die Konsummärkte von morgen

SEITE 4-5

Biometrik 2.0

Wie Google die nächste Marketing-Revolution vorbereitet

SEITE 6

Marketing-Update

Mood-Branding

SEITE 7

Branchen

Dekorative Kosmetik entdeckt den Mann

SEITE 7

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

Der kreative Klassenkampf

Warum die „3 T“ über die Zukunft entscheiden

Neulich sprach Angela Merkel bei einer Rede zum ersten Mal die 3 Zauberworte der Zukunft aus: Toleranz, Technologie und Talente. Diese 3 T, so unsere Kanzlerin, manifestieren die entscheidenden Standortvorteile der Zukunft. Talente, das heißt **Bildungspotenziale, Lernkulturen**, Leute mit offenem „Mind“. Technologie, das bedeutet Offenheit für die **transformatorischen Kräfte der Technik**. Toleranz, das meint jenes Lebensgefühl, das **die ANDEREN nicht als Bedrohung**, sondern als Ergänzung wahrnimmt. Nur in toleranten Milieus kann jene Kraft blühen und gedeihen, die über die wirtschaftliche Zukunft entscheidet: Kreativität.



„In Wirklichkeit entsteht hier die **New Economy 2.0.**“

Matthias Horx

Städte, Länder oder Regionen, die über diese 3 T verfügen, haben im Standortwettbewerb des 21. Jahrhunderts die besseren Chancen. Die 3 T erforscht seit 10 Jahren **Richard Florida**, ein amerikanischer Soziologe, in seinem Buch „Der Aufstieg der kreativen Klasse“. Darin definiert Florida Toleranz, Technologie und Talente, ähnlich wie im PISA-Prozess, als Messfaktor. In den USA, aber auch in Europa identifizierte Florida die „**Creative Cluster**“ – Großstädte und Regionen, die sich als wahre Magneten für das kreative Potenzial erweisen (www.creativeclass.org).

Warum hat es so lange gedauert, bis wir den „kreativen Sektor“ überhaupt wahrnahmen? In Deutschland denken wir eben immer noch **extrem industriell**. Wenn die Kohlekumpel im Ruhrgebiet endgültig den Pickel weglegen sollen, dann bricht Panik aus. Die Zukunft unserer Wirtschaft scheint allein von **Exportquoten und Industrieförderungen** abhängig, und unsere größte Angst ist es, dass die KFZ-Industrie **weniger „Stückzahlen“** absetzt. In diesem „Mindset“ gilt die Kreativ-Wirtschaft als eine eher lächerliche Randerscheinung, in der sich ein paar Künstler und Bohemiens herumtreiben.

Nichts könnte falscher sein. Die Sektoren Bildung/Kultur/Wissenschaft bilden längst die **dynamischsten und innovativsten Sektoren unserer Wirtschaft**. Allein die Kulturwirtschaft – Galerien, Agenturen, Verlage – erzielen in Deutschland jährlich eine Wertschöpfung von **35 Milliarden Euro**, noch vor der Software-Industrie, knapp hinter der Energiewirtschaft. In den Großstädten wie Berlin, Hamburg oder Kopenhagen (siehe Seite 2) bildet die „kreative Klasse“ längst das tonangebende Milieu. Das „**positive Prekariat**“, also diejenigen, deren Karrieren und Biografien JENSEITS der alten Ausbildungen und Berufswege stattfindet, erzeugt eine **Aufwärtsdynamik**, die mit den Standards des Bruttosozialproduktes und der Sozialversicherungsverordnung nicht mehr zu erfassen ist. Längst greift der kreative Geist auf andere Branchen über, auf den **Gesundheitssektor** (siehe **Wellness-Boom**), auf die **Services und Dienstleistungen**, auf die **Gastronomie**, den **Reisesektor** (siehe Seite 4-5). In der deutschen Jammerkultur ist jedoch nur vom „armen Prekariat“ die Rede, das sich mit Hospitantenverträgen abmüht. In Wirklichkeit entsteht hier die **New Economy 2.0**. Hoffen wir, dass nicht nur Angela Merkel das in Zukunft versteht.

Herzlich Ihr