

# : Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

## INHALT

G 48593

www.zukunftsletter.de

### Aufschwung Ost 2.0

Was Sie vom Wirtschaftswunder im Osten lernen können

SEITE 2

### Hotspot Almeria

Neo-Ökologie heißt hier Neo-Ökonomie

SEITE 3

### Wachstumsmarkt Erotik

Wie die Neuentdeckung der Lust zum Wirtschaftsfaktor der Zukunft wird

SEITE 4-5

### Techno Edge

Concrete Style: Wie aus ödem Beton derzeit ein neuer Lifestyle-Markt wird

SEITE 6

### Die Zukunft der Arbeit

Wie Freiberufler von Netzwerken und Kooperationen profitieren

SEITE 7

### Branchen

Gesundheit/Tourismus: Ob Jung oder Alt – Prävention im Urlaub ist aktueller denn je

SEITE 7-8

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

## Das Renaissance-Prinzip

### Wie das Neue immer wieder aus dem vermeintlich Alten entsteht

Was haben die Themen dieser frühlinghaften Ausgabe unseres Zukunftsletter gemein? Man könnte sie unter das Motto „Totgeglaubte leben länger“ stellen:

**DER OSTEN DEUTSCHLANDS ZUM BEISPIEL.** Wie oft wurde er totgesagt, verloren gegeben, als hinterletzter Ort definiert. Aber gerade WEIL im Osten Deutschlands die alten Sattheiten des Westens nie entstanden, blühen dort heute interessante, ja **brillante Firmen und Marken wie seltene Blumen**. Klar: Wer in satten Umständen lebt, muss sich nicht anstrengen, er schwimmt mit dem Strom. Kreativität ist letzten Endes immer ein Ausnahmezustand (Seite 2).



„Renaissancen sind keine simplen ‚Retros‘ oder Comebacks.“  
Matthias Horx

**DIE REGION ALMERIA IN SPANIEN.** Ein heißer, karger, ziemlich unwirklicher Ort. Lesen Sie auf Seite 3, wie daraus plötzlich eine „Power-Region“ mit Chancen in Energiewirtschaft und Tourismus wird. Der Wind hat sich gedreht, und plötzlich bietet das, was entlegen und langweilig schien, eine große Chance.

**DIE SEX-BRANCHE.** Viele Jahrzehnte galt das, was in den Regalen von Sex-Shops zu finden war, als Prothese für diejenigen, die „es“ nicht mehr konnten oder die nicht genug Fantasie für guten Sex haben. Billigware aus Gummi-Noppistan regierte das Geschäft. Jetzt erlebt die Sex-Branche eine **Renaissance als erotisches Gourmet-Geschäft** (Seite 4).

**BETON.** Es ist noch nicht allzu lange her, da wurde dieser Werkstoff von Architekten nicht mal mit der Kneifzange angefasst – jedenfalls stets hinter „schönen“ Fassaden versteckt. Heute und vor allem morgen kommt modernes Design ohne den **rauen, authentischen Look von „echtem Beton“** nicht mehr aus (Seite 6).

**ARBEIT.** Erinnern wir uns noch an die hysterischen STERNSPIEGELSABINECHRISTIANSEN-Veranstaltungen zum garantiert radikal endgültigen „Ende der Arbeit“? Wie war das mit „Massenarbeitslosigkeit“ (die „immer mehr zunimmt“), „Hartz-Gesellschaft“ und „Prekariat“ (das sich unaufhörlich ausbreitet)?! Nun sinkt die Arbeitslosigkeit rapide, und immer mehr Menschen entwickeln einen anderen Arbeitsbegriff jenseits der alten Lohnarbeit. **„Die kreative Klasse“ ist auf dem Vormarsch** (Seite 7).

**Renaissancen** sind keine simplen „Retros“ oder Comebacks. Es **sind Evolutionen NACH VORWÄRTS**, in denen etwas Klassisches neu interpretiert und auf diesem Weg verändert wird. Renaissancen sind immer utopische Zeitalter (man denke an Leonardo da Vinci und seine Zukunfts-Visionen), aber auch Nahtstellen zwischen Vergangenheit UND Zukunft. Momentan leben wir wieder in einer solchen Phase. Wie wunderbar!

Herzlich, Ihr