

# : Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

## INHALT

G 48593

www.zukunftsletter.de

### Wie Sie Ihre Marke fit für die Zukunft machen

Future Branding bewegt sich zwischen Bewahrung und Innovation

SEITE 2

### London Report

Der neue Hype um Selbstgemachtes und Gewöhnliches

SEITE 3

### Werte im 21. Jahrhundert

Erfolgreiches Werte-Monitoring wird in Zukunft über Ihren Businesserfolg entscheiden

SEITE 4-5

### Techno Edge

Wie wir künftig um die Ecke schauen und hören

SEITE 6

### Future Markets

Wie sich Mecklenburg-Vorpommern neu erfindet

SEITE 7

### Branchen

- Kostenlos Filme schauen: Werbefinanziertes Videostreaming
- Influenza-Map von Google: Warnsystem in Echtzeit

SEITE 7-8

Der **Zukunftsletter** des VNR 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 74/96 13-0, Fax: -20  
 E-Mail: info@zukunftsletter.de

## Eine neue Ära der Innovation

### Eine gute Botschaft wider alle Panik: Die Zukunft wird spannend

Ab und zu trifft man Menschen, die noch nie eine Krise hatten. Die in einer harmonischen Familie aufwuchsen, in der es nie Konflikte gab. Die von Anfang an Wohlstand genießen konnten. Die früh heirateten, nette Kinder haben und denen eine ewig sichere Karriere bevorsteht.

Mal ehrlich: Finden wir diese Leute wirklich interessant? Mögen wir uns gerne mit ihnen zu einem längeren Gespräch treffen?

In diesem zu Ende gehenden Jahr haben wir gelernt, dass nicht immer alles so weitergeht wie erwartet. Wir sind enttäuscht. Enttäuscht, dass unsere Bankkonten nicht immer dicker, unsere Autos nicht immer schneller, unsere Außenhandelsbilanzen nicht immer besser wurden. **Wohlstand, so dachten wir, schreitet einfach immer weiter voran.** Und die apokalyptischen Visionen der Jahrtausendwende – vom Millennium-Bug über den Rinderwahn bis zum „Krieg der Kulturen“ – hatten sich als übertrieben herausgestellt. Das Einzige, worüber wir uns noch wirklich ängstigen konnten, waren steigende Ölpreise.

Aber lassen wir das Wort Ent-Täuschung noch einmal auf der Zunge zergehen. Könnte es sein, dass wir die ganze Zeit einer Täuschung aufgefressen sind? Die Finanzkrise war ein Auslöser. Aber sie ist eigentlich Schnee von gestern. Es sind viel tiefer liegenden Fragestellungen, die jetzt ans Tageslicht kommen. Ent-Täuschung heißt auch: klare Sicht. **Die Wirklichkeit sieht so aus: Mindestens 4 Milliarden Menschen auf diesem Planeten drängen in denselben Wohlstand, den wir im letzten halben Jahrhundert genießen durften.** Damit das möglich wird, brauchen wir radikale neue Technologien, neue Städte, intelligentere Informationssysteme, neue globale Gesellschaftsverträge, neue Finanzierungsmöglichkeiten für die Armen. Die Liste ist lang. Die Wahrheit ist: Alle unsere Kernbranchen – die Banken, die Automobilbranche, die Energiebranche, die Pharmaindustrie, die Medien – tun seit vielen Jahren immer nur das Gleiche. Sie verbessern ihr Marketing. Sie erfinden teurere und kompliziertere Produkte. Sie steigern den Absatz, weil die Märkte global geworden sind. **Wirkliche Innovationen im Sinne von klugen, smarten, intelligenten Lösungen: Mangelware.** Vor 50 Jahren war die Montanindustrie DIE Kernbranche des Wirtschaftswunders. Damals sagte man: Wenn diese Industrie in die Krise gerät, ist der Wohlstand am Ende. 2 Millionen Arbeitsplätze gingen in diesen Branchen verloren – innerhalb eines einzigen Jahrzehnts. Der Wohlstand erfand sich derweil neu.

Die Banken- und die Autobranche sind die Stahlbranchen der kommenden Jahre. Riesige Organisationen werden zusammenbrechen oder sich umstrukturieren. Ist das wirklich so schrecklich? Eines Tages werden wir aufwachen, uns umschauen und sagen: Gut so! **Am Ende könnten flexiblere, erfindersichere, mobilere Unternehmen stehen, die auf neue Weise profitabel sind.** Und riesige Märkte entstehen: Energienetze, Care-Systeme, Humanressourcen, neue Bildung, Gesundheit Plus ...

Ein erfinderisches neues Jahr wünscht Ihnen Ihr




„Wirkliche Innovationen im Sinne von klugen, smarten, intelligenten Lösungen: Mangelware.“

(Matthias Horx)