

:Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

www.zukunftsletter.de

Aufschwung-Cluster Schwaben

Wie sich Stuttgart auf die post-fossile Gesellschaft einstellt

SEITE 2

Zukunft der Zeitung

Die 5 wichtigsten Trends einer Branche im Umbruch

SEITE 3

Zukunft des Büros

Worauf Sie bei dem Entwurf Ihres Zukunftsbüros achten müssen

SEITE 4-5

Future Tech

Wie Sie Energieeffizienz zum Computerprogramm und zu einem Zukunftsmarkt machen

SEITE 6

Branchen

- Website Morphing
- Alte Medien reloaded
- Caravanning goes Kult

SEITE 7

Märkte von morgen

Auf ein Wort mit Jürgen Stolze/Toyota: Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette, einschließlich der Abfallverwertung

SEITE 8

Der **Zukunftsletter** des VNR Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG und des Zukunftsinstituts von Matthias Horx
www.zukunftsletter.de
(mit umfangreichem Download-Bereich für Abonnenten)
Passwort des Monats September:

www.zukunftsinstitut.de
Kostenlose Redaktionsprechstunde zu inhaltlichen Fragen
Tel.: 0 61 74/9613-0, Fax: -20
E-Mail: info@zukunftsletter.de

4 Wahrheiten für die neue Wirtschaft (statt des ewigen Krisen-Talks)

Nachdem uns die Krisenticker von „Spiegel Online“ und „Manager Magazin“ wochenlang die Netzlektüre verdorben haben, schwenkt der **Medienopportunist** allmählich auf eine neue Formel um: „War doch alles nicht so schlimm!“ Investmentbanker verdienen wieder satte Millionen, die **Abwrackprämie** hat einigen Autohändlern bereits im Juli 2009 das Umsatzniveau des vergangenen Jahres eingebracht. Porsche ist zwar zum Volkswagen geschrumpft, aber Zuffenhausen muss sich wenigstens nicht mehr hämisch als „**Muffensausenhausen**“ bezeichnen lassen. Der Dax schießt hyperpotent nach oben, als hätte es das Lehman-Brothers-Desaster nie gegeben. (Experten fürchten derweil eine platzende Blase bei US-Staatsanleihen, China hat sich aus diesem Geschäft zurückgezogen und hortet Rohstoffe für den Aufschwung.) Wenn wir etwas aus der Krise gelernt haben sollten, dann vor allem, dass die Realität immer komplexer ist, als es Kalkulationsprogramme den **testosteron-überstimulierten Brokern** weismachen wollten. Komplexer, als es uns die Mehrzahl der Medien weismachen möchte, die längst nicht mehr **im Dienste der Wirklichkeit** berichtet, sondern nur noch auf Klickraten und die Gemütsverfassung der Werbekunden schießt.

Und da uns niemand so richtig erklären kann, ob wir uns jetzt **in der Krise, vor der Krise oder nach der Krise** befinden, sollten wir uns vielleicht auf 4 Grundsätze besinnen, die uns helfen, mit künftigen Krisen besser umzugehen:

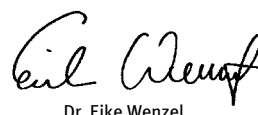
1. Wir haben zu lange an einem **Ausbleiben von Innovationen in Schlüsseltechnologien** gelitten. Die vergangenen 10 Jahre waren keine guten Jahre für Innovationen. In Kernbereichen wie **Automobil, Biotech, personalisierte Medizin** sind wir kaum weitergekommen. Künftig sollten wir unsere Konjunkturbefindlichkeiten daran messen, wie innovativ wir sind. Vielleicht werden die „**Generation Facebook**“ (siehe Seite 6) oder schlicht die schwäbischen Tüftler (siehe Seite 2) die nächsten Durchbrüche schaffen.
2. Mit dem Internet halten wir eine **epochale Erfindung** in Händen, die wir vielleicht erst zur Hälfte verstehen. Nichts Geringeres als die **Individualisierung der Kommunikation** verheißt die Technologie. Auf Seite 7 berichten wir von einem neuen Durchbruch auf diesem Gebiet.
3. **Mobilität muss neu gedacht werden.** Auch wenn wir in Zukunft noch stärker mobil leben, wirtschaften und genießen werden: Wir alle kaufen künftig eher **Mobilitäts-Optionen als tonnenschwere Automobilität** (siehe hierzu die beiliegende Sonderausgabe „Unterwegsmärkte 2009“).
4. **Greenomics** sind nicht mehr nur Märkte für Freaks und Ewiggestrige. Künftig werden wir jedes Produkt nicht nur auf seinen Nutzwert und Warenwert überprüfen, sondern auch auf seine **ökologische Sinnhaftigkeit**. Der „New Green Deal“ wird der Konjunkturmotor der nächsten Jahre sein.

Krise hin, Krise her: Wir möchten Sie inspirieren, mit uns die **Märkte von morgen** zu entdecken – und zu verändern.

Herzlich,



Matthias Horx



Dr. Eike Wenzel



Dr. Eike Wenzel



„Wenn wir etwas aus der Krise gelernt haben sollten, dann vor allem, dass die Realität immer komplexer ist.“ Matthias Horx