

GDI IMPULS

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Nummer 1 . 2011

4 197594 925003 87 >
ISSN 1422-0482 . CHF 35 . EUR 27
GDI GOTTLIEB DUTTWELER
INSTITUTE

Wir erklären den Krieg...

... um Märkte, Daten, Staaten.

Wie die globalen und medialen Umwälzungen
unser Leben verändern. Eine Machtbegreifung.

Douglas Rushkoff

Verkaufe deine Freunde nicht

Paco Underhill

Was Frauen wollen

Jimmy Wales

Die Zukunft von Wikipedia

Thema: Zukunft der Macht

4 AUTOREN

110 SUMMARIES

112 GDI-STUDIEN

113 GDI-KONFERENZEN

114 GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

116 GDI-AGENDA 2011

116 IMPRESSUM

> Globalisierung

David Bosshart

8 DIE RÜCKKEHR DER MACHT

Das Soft-Power-Zeitalter von Ökonomie und Lifestyle geht zu Ende, die harten Machtfragen kehren zurück. Konfliktlinien einer neuen Weltordnung.

> Geschichte

Michael Böhm

10 WÄHRUNGEN DER MACHT

Eine kleine Geschichte der Macht, von der Urzeit über die Antike und die Aufklärung bis zur Wissensgesellschaft – und was wir daraus lernen können.

> Grafik

Detlef Gürtler

18 DIE SUPERMÄCHTE DER WELTGESCHICHTE

3600 Jahre Weltreichgeschichte auf einen Blick – inklusive der 600 Jahre, in denen es gar kein Weltreich gab.

> Selbsttest

Mikael Krogerus

20 MACHTFRAGEN

Ein Fragebogen, um herauszufinden, in welchem System Sie leben: wen Sie brauchen und wen Sie fürchten. Und ob Sie handeln oder zusehen.

> Politik

24 SOCIAL-MEDIA-REVOLUTIONEN

«The next revolution will not be tweeted», behauptete der US-Autor Malcolm Gladwell im Oktober 2010. Hat die Geschichte ihn schon widerlegt? Eine Umfrage.

> Lobbyismus

Alexander Ross

28 DER UNSICHTBARE DRITTE

Wikileaks und Whistleblower sorgen für Transparenz in Wirtschaft und Politik – oder doch eher dafür, dass sich kommunikative Grauzonen nun anderswo auftun.

> Soziale Netzwerke

Douglas Rushkoff

32 VERKAUFE DEINE FREUNDE NICHT

Warum alle Netzwerk-Anbieter gescheitert sind, und scheitern werden, die versuchen, aus unseren Kontakten für sich Profit zu generieren.

> Die grosse Grafik

38 KAMPFZONEN

Ungleichgewichte erzeugen Spannungen, Spannungen erzeugen Konflikte, Konflikte erzeugen Machtkämpfe. Ein Blick auf die wichtigsten Gleichgewichtsstörungen.

> Schönheit

Anja Dilk . Heike Littger

40 EROTISCHES KAPITAL

Der Weg nach oben führt übers Aussehen. Was der Zwang zu Schönheit und ewiger Jugend über Machtstrukturen unserer Gesellschaft verrät.

> Foto-Essay

Michael Tewes

48 YOU IS WATCHING BIG BROTHER

«1984» konnte man jederzeit von den Mächtigen beobachtet werden. 2011 geht das – auch – umgekehrt.

Ideen

> Marketing

Paco Underhill

62 WAS FRAUEN WOLLEN

Frauen gewinnen an kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Macht – und das weltweit. Was Einzelhändler tun müssen, um ihnen gerecht zu werden.

> Management

Gespräch mit Lars Burmeister

70 DIE KUNST DES SCHEITERNS

Alle wollen immer Erfolg haben – das kann nur schiefgehen. Ein gelassener Umgang mit dem Scheitern kann Menschen und Firmen zu neuen Erfolgen verhelfen.

> Wissensmanagement

Hind Benbya . Marshall Van Alstyne

76 WIE MAN INTERNE WISSENSMÄRKTE DESIGNT

Für die meisten Fragen, die in einem Unternehmen auftauchen, gibt es auch Antworten im Unternehmen. Interne Wissensmärkte können helfen, sie zu finden.

> Zwischenruf

Christian Kalkbrenner

84 VON CLAPTON LERNEN

Das Crossroads Guitar Festival ist ein Musterbeispiel für die Kooperation von Konkurrenten. Wie sich dieses Konzept auf die Wirtschaft übertragen lässt.

Workshop

> Wohnen

Frerk Froböse

92 WOHNEN MIT UN-STIL

Wie wohnen die Schweizer wirklich? Und was bedeutet für sie wohnen? Eine Studie des GDI hat das untersucht.

> Gottlieb-Duttweiler-Preis

Jimmy Wales

96 DER WEG VON WIKIPEDIA

Die ersten zehn Jahre der Online-Enzyklopädie und ihre grössten Herausforderungen der kommenden Jahre.

> Arbeit

David Bosshart . Didier Sangiorgio . Peter Waser

100 WERTSCHÖPFUNG OHNE GRENZEN

Aus einer Diskussion anlässlich der Präsentation der Studie «Zukunft des Arbeitens» von Microsoft Schweiz.

> Konsum

Stephan Berthoud

104 SOZIALBENZIN UND TAGESTAKTGETRÄNK

Wer trinkt was, wann und warum? Und wie helfen uns Online-Kommentare, das herauszufinden?

> Kolumne

Peter Felixberger

108 «BESSER SEIN UND MACHEN»

Gute neue Bücher von Paul Greenberg, Ines Pohl, Tim und Kai-Hinrich Renner sowie Wolfgang Schmidbauer.



«Besser sein und machen»

Peter Felixberger

Schreibt, produziert, entwickelt, verkauft und rezensiert Wirtschaftsbücher.

Aus dem Meer



Paul Greenberg

Vier Fische. Wie das Meer auf unseren Teller kommt. Berlin Verlag, Berlin 2011. 40.40 Franken, 24 Euro

Wirtschaft ist im besten Fall eine globale Gesamtveranstaltung zur Förderung von Produktvielfalt für die unterschiedlichsten Kundenbedürfnisse. Nicht immer, würde der amerikanische Journalist Paul Greenberg einwenden, denn bisweilen schrumpft die Produktpalette erstaunlicherweise auf wenige Erzeugnisse, die weltweit die Regale und Kühltruhen der Supermärkte kapern. Aus Vielfalt wird Einfalt!

Ein wunderbares Beispiel ist die globale Fischindustrie. Man glaubt es kaum, aber der weltweit steigende Bedarf wird überwiegend nur noch mit vier Fischarten befriedigt, nämlich Lachs, Barsch, Kabeljau und Thunfisch.

Egal, ob an der US-amerikanischen Ostküste oder am Hamburger Fischmarkt. Paul Greenberg erzählt detektivisch genau, wie es dazu kam und warum wir uns ausgerechnet auf diese vier Fische kapriziert haben, die, wie im Falle des Wolfsbarsches, nur wenig widerstandsfähig sowie äusserst schwer aufzuziehen und zu züchten sind.

Aquakultur nennt man diesen Kraftaufwand, den Meeresbiologen und Manager betreiben, um die leer gefischten Meere zu schonen. Die Fischzuchten bergen zwar ökologische Risiken und böse Gesundheitsgefahren, sind aber gleichzeitig Hoffnungsträger. Mit der Zielsetzung, ihren bisherigen Output schnellstmöglich zu verdoppeln, um mit der Nachfragesteigerung der kommenden zehn Jahre Schritt zu halten. Der echte Wirtschaftskrimi steht uns also noch bevor!

Gesellschaft anpacken



Ines Pohl (Hg.)

50 einfache Dinge, die Sie tun können, um die Gesellschaft zu verändern. Westend Verlag, Frankfurt am Main 2011. 21.50 Franken, 12,95 Euro

Die Gesellschaft zu verändern, gehört traditionell nicht gerade zu den vornehmsten Bürgerpflichten in unseren Breitengraden. Aber das Blatt hat sich gewendet. Viele Menschen wollen nicht mehr länger als tumbe Bürgerschaften politischen Entscheidungen hinterhertröten. In der Schweiz genauso wie in Deutschland und Frankreich. Die Lösung lautet: die Dinge wieder selbst in die Hand nehmen, sich einmischen und Verantwortung übernehmen.

Ines Pohl, Chefredaktorin der Berliner «taz», hat deshalb ganz geschickt publizistische Mitstreiter gefragt, wie man denn im Kleinen damit anfangen könnte, etwas zu bewirken. Ganz prak-

tisch und ohne grosses Revolutionsgetöse. Zum Beispiel zu einer Bank wechseln, die ökologische Betriebe finanziert. Oder soziale Begegnungsreisen unternehmen, um vor Ort soziale Projekte zu unterstützen. Oder aktiver Unterstützer seiner «Hundert-Prozent-erneuerbare-Energie-Region» werden. Oder sich per Mausclick den zahlreichen Online-Protestportalen anschliessen.

Nicht alle fünfzig in dem Buch versammelten Vorschläge sind pragmatisch einfach (etwa das nicht ganz leicht umzusetzende Vorhaben, männliche Gewalt in der Öffentlichkeit anzuprangern), und manches fällt auch in die pseudolinke Romantikecke. Trotzdem: Lesen statt dösen!

Keine Angst vorm Internet



**Kai-Hinrich Renner,
Tim Renner**

Digital ist besser. Warum das Abendland auch durch das Internet nicht untergehen wird. Campus Verlag, Frankfurt am Main 2011. 35.20 Franken, 22 Euro

Das Internet boomt – trotz bildungsbürgerlicher Bedenken und Alarmismus in den Printmedien. Doch so lange die Riege der alten Männer in den Feuilletons vom kulturellen Untergang schwadroniert und die Schirmachers mit Kulturpessimismus Auflage machen, ist es nötiger denn je, auf konstruktive Stimmen

des Wandels zu hören. Wie die der Gebrüder Renner – der eine, Tim, erst Musikmanager und Chef von Universal Deutschland, dann in Berlin Medienunternehmer auf eigene Rechnung; der andere, Kai-Hinrich, Medienjournalist in Hamburg. «Wir finden es spannend – wenn auch manchmal anstrengend –, mitzerleben, wie wir Bestandteil einer gigantischen Veränderung werden», schreiben sie. In ihren Augen ist diese Veränderung eine Fortsetzung der Popkultur mit anderen Mitteln.

Die beiden Autoren fühlen sich bis heute inmitten eines grossen Emanzipationsstroms, der sie gegen Macht, Autorität und Kulturhegemonie aufbegehren lässt. Selbstbestimmung statt Fremdbestimmung. Selbst etwas bewegen, statt nur darauf zu warten, bewegt zu werden. Selbst Medien machen statt Massenmedien konsumieren. Alles, was sie in «Digital ist besser» zu Papier bringen, ist gespiegelt an den eigenen biografischen Werdegängen. Mit etwas Selbstironie, dennoch klar, strukturiert und souverän, immer schwungvoll erzählt. Davon könnten sich Schirmmacher und Co. eine Scheibe abschneiden.

Dieses Buch ist ein weiteres kleines Mosaiksteinchen, um den alten und den sich alt gebärdenden Männern die kulturelle Deutungshoheit zu entreissen. Mehr davon!

Keine Angst vorm schnöden Mammon



Wolfgang Schmidbauer

Das kalte Herz. Von der Macht des Geldes und dem Verlust der Gefühle. Murmann Verlag, Hamburg 2011. 32 Franken, 19,90 Euro

Immer mehr reiche und wohlhabende Menschen jammern über ihr Dilemma, zwar viel und immer mehr Geld zu besitzen, aber unglücklich zu sein und immer unglücklicher zu werden. Depressionen sind verbreiteter denn je, viele Experten sprechen bereits von einer Volkskrankheit.

Der Münchner Psychoanalytiker und Paartherapeut Wolfgang Schmidbauer hat jetzt ein sehr überraschendes Buch vorgelegt. Mit einem Kunstgriff, denn er spiegelt unsere kapitalistische Leistungsgesellschaft mit ihrem gnadenlosen Streben nach Selbstverwirklichung und Glück an dem weltberühmten Märchen «Das kalte Herz» von Wilhelm Hauff.

Wie aktuell dieses inzwischen 184 Jahre alte Märchen heute wieder ist, merkt man an den luziden Fallgeschichten, die Schmidbauer erzählt, alles verwoben mit neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen und gesellschaftlichen Trends, die den Verlust von Empathie schmerzfrei in Kauf nehmen. Ein Buch, das einen ins Mark trifft. <

GDI Impuls

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel

IHR ABONNEMENT AUF DAS RELEVANTE NEUE

Sichern Sie sich den Zugriff auf ein einzigartiges Informationsnetz für innovative Ideen. In GDI Impuls präsentieren Ihnen renommierte Autoren alle drei Monate die wichtigsten Trends und Entwicklungen in Wirtschaft, Gesellschaft, Marketing, Konsum und Management – unverdünnte Informationen zum Wandel der Märkte.

Unser Wissensmagazin richtet sich an Vordenker und Entscheider in Unternehmen, an Menschen die sich beruflich mit der Entwicklung der Konsumgesellschaft beschäftigen. Sie erhalten ein kompetentes Update über das relevante Neue sowie Denkanstösse am Puls der Zeit.

Das Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon/Zürich ist ein unabhängiger, weltweit vernetzter Thinktank und eine wichtige Plattform für zukunftsorientiertes Denken.

AUTORENLISTE (AUSZUG)

Kofi Annan: Die afrikanische Herausforderung . Norbert Bolz: Religion ist der Antitrend zu allen Trends – Und deshalb Trend . Dieter Brandes: Die Kunst des Weglassens . Thomas Davenport und Jeanne Harris: Das Handbuch der Prognose-Techniken . Dagmar Deckstein: Klasse-Bewusstsein für Manager . Daniel Goleman: Emotionales Management . Tim Renner: «Warum Bauen Autobauer keine Fahrräder?» . Phil Rosenzweig: «Manager lassen sich über das Geheimnis des Erfolgs systematisch täuschen» . Douglas Rushkoff: «Der interaktive Raum ist heute ebenso verschmutzt wie die Shopping-Mall» . Edgar Schein: Vier Gesichter der Führung . Burkhard Spinnen: Kapitalismus, Sozialismus, Fraternismus . Peter Wippermann: Sozialer Reichtum . Klaus Woltron: Wie man Engelskreise konstruiert . Muhammad Yunus: Soziales Business



FAX-ANTWORT

Summaries aller Artikel finden Sie unter www.gdi-impuls.ch. Über das Archiv können einzelne Beiträge online bezogen werden. Unseren Leserservice erreichen Sie unter Tel +41 41 329 22 34 (oder E-Mail: gdi-impuls@leserservice.ch) – oder faxen Sie uns einfach diesen Talon an: Fax +41 41 329 22 04

GDI Impuls Leserservice
Postfach
CH-6002 Luzern

JAHRES-ABONNEMENT

- Ich bestelle GDI Impuls (4 Ausgaben pro Jahr) zum Preis von: CHF 120.–/EUR 90.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

KOLLEKTIV-JAHRES-ABONNEMENT

- Zu einem Jahres-Abonnement können Sie bis zu zwei vergünstigte Zusatzabonnemente beziehen. Pro Zusatzabonnement (Anzahl...): CHF 50.–/EUR 38.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

SENDEN SIE UNS BITTE:

- ein Schnupper-Abonnement (2 Ausgaben) CHF 45.–/EUR 34.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
 Einzelausgabe Nr. CHF 35.–/Euro 27.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
 den GDI_Newsletter*

NAME/VORNAME

FIRMA

STRASSE/NR.

PLZ/ORT/LAND

E-MAIL*

TELEFON

DATUM/UNTERSCHRIFT