GDI IMPULS

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Nummer 2 . 2010

ISSN 1422-0482 . CHF 35 . EUR 25
GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

Die Transparenz-Revolution

Wir legen und hinterlassen Datenspuren in gigantischer Menge. Ihre Verknüpfung eröffnet ungeahnte Möglichkeiten.

Nouriel Roubini
Einführung in die Krisenökonomie

Karin Frick
Der Sommer wird der neue Winter

Marion Marxer
Das Lebensgefühl der Generation App

Thema: Die Transparenz-Revolution

4 AUTOREN
110 SUMMARIES
112 GDI-STUDIEN
113 GDI-VERANSTALTUNGEN
114 GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE
116 GDI-AGENDA 2010
116 IMPRESSUM

> Beziehungsökonomie
Andreas Weigend . Adrian Chan
8 SOCIAL DATA REVOLUTION
Die rasant wachsende Quantität an Datenspuren, die wir überall hinterlassen, führt zu einer neuen Qualität von Beziehungen.

> Marketing
Marion Marxer
16 GENERATION APP
Eine Generation, die mit dem Bewusstsein aufwächst, dass es für alles eine «App» gibt, entwickelt ein neues Lebensgefühl. Zentrales Element ist die Unverbindlichkeit.

> Soziale Netzwerke
Anja Dilk . Heike Littger
20 SECHS MILLIARDEN GLOBAL VILLAGES
In sozialen Netzwerken erschafft sich jeder sein eigenes Dorf. Meist nicht sehr global, aber offener und durchmischter als die Beziehungen in der physischen Welt.

> Software
Gespräch mit Oliver Christ
28 STRUKTUREN FÜR DAS DATENCHAOS
Unstrukturierte Informationen, etwa aus Twitter und YouTube, nehmen auch in Unternehmen drastisch zu. Wie man darin Muster erkennt und Chancen nutzt.

> Technologie
Anja Dilk . Heike Littger
32 DATEN FÜR ALLE SINNE
Erst alle drei Dimensionen, dann alle fünf Sinne – Daten erschliessen sich immer mehr Wahrnehmungskanäle, um in unser Bewusstsein vorzudringen.

> Die grosse Grafik
40 SCHÖNE NEUE DATENWELT
Von Daten-Brokern und höflicher Software: Trends aus dem Workshop «Social Data Revolution».

> Ökonomie
Detlef Gürtler
42 DIE NEUE WÄHRUNGSVIELFALT
Die monetäre Monostruktur staatlicher Währungen wird durch finanzielle Ökosysteme abgelöst. Aus One-size-fits-all-Geld wird ein Persönlichkeitsmerkmal.

> Foto-Essay
Julia Stübner
48 PUBLIC SHARING

WORKSHOP «SOCIAL DATA REVOLUTION»
Das GDI dankt allen Partnern und Sponsoren, die diese Veranstaltung möglich gemacht haben.

Partner

Sponsor

Co-Initiator

Ideen

> Weltwirtschaft
Nouriel Roubini
64 EINFÜHRUNG IN DIE KRISENÖKONOMIE
Finanz- und Wirtschaftskrisen können nicht für immer abgeschafft werden. Stattdessen sollten Politik und Wirtschaft Dämme bauen, um ihre Schäden zu begrenzen.

> Innovation
Gespräch mit Stefan Michel
72 WIE MAN KUNDEN INNOVIERT
Um innovativ zu sein, müssen sich Dienstleistungsanbieter von der industriellen Logik befreien und anfangen, in Kunden-Nutzen zu denken.

> Branding
Jörn Klare
78 MEIN MARKENWERT
Nicht nur bei Roger Federer und David Beckham hat die Persönlichkeit einen Markenwert, sondern potenziell bei jedem. Die Berechnung ist allerdings komplex.

> Branding
Markus Weisbeck
82 DIE MARKE IM ZEITALTER IHRER TECHNISCHEN DEPRODUZIERBARKEIT
Jeder kann heute ohne grossen Aufwand Marken verfremden; und viele tun es. Marken mit einer starken Aura können davon sogar profitieren.

> Zwischenruf
Alexandra Hildebrandt
88 BESSER SCHEITERN
Die Zumutung, ein Grenzgänger zu sein, und die Chancen, die darin stecken – für die Unternehmen und für die Menschen.

Workshop

> Handel
Alain Egli
96 SIMPLY THE BEST
Je komplexer die Welt wird, desto mehr ersehnen wir Einfachheit. Und immer öfter bekommen wir sie auch.

> Globalisierung
Gespräch mit Eberhard Sandschneider
100 GOING DOWN IN STYLE
Europa ist global gesehen im Abstieg begriffen. Jetzt geht es darum, diesen Abstieg erfolgreich zu managen.

> Tourismus
Karin Frick
104 DER SOMMER WIRD DER NEUE WINTER
Der Klimawandel bedroht den Wintertourismus – und bietet neue Chancen für kühlende Sommerfrischen.

> Kolumne
Peter Felixberger
108 «WAS TUN, WENN ALLE JAMMERN? AUFBRECHEN!»
Gute neue Bücher von Armin Nassehi, Nicholas Christakis, James Fowler, Gunter Dueck und Kathrin Röggla.

PETER FELIXBERGER

«Was tun, wenn alle jammern? Aufbrechen!»

Peter Felixberger
Schreibt, produziert, entwickelt, verkauft und rezensiert Wirtschaftsbücher.

Mehr ist nicht

Armin Nassehi
Mit dem Taxi durch die Gesellschaft. Soziologische Storys. 220 Seiten. Murmann Verlag, Hamburg 2010. 35.20 CHF, 19,90 Euro

Armin Nassehi hat sich imaginär in ein Taxi gesetzt und auf eine Reise begeben. Mitten hinein in die zahlreichen Krisen, welche die moderne Gesellschaft in den Bann ziehen. Dabei stellt der Soziologieprofessor an der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität fest, dass die meisten Probleme keine Lösung haben, weil die meisten Lösungen eigentlich schon wieder das Problem sind. So entlarvt er auf brillante Weise die Kurzatmigkeit der Strategen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, die uns ihre Strategien und Verheissungen täglich unter die Nase reiben. Seine These: Die Welt ist Krise, und das permanent, Widerstand zwecklos!

Willkommen also in den Verstrickungen paradoxer Erkenntnisse und rhetorischer Sackgassen. Alles ist unkalkulierbar, uneindeutig und orientierungslos. Das aber ist die Voraussetzung für ein selbstbestimmtes und freies Leben, in dem jeder seinen persönlichen Blick auf die Welt pflegen darf. Kurz gesagt: Es lebe die Vielfalt der Perspektiven und Erörterungslagen – und das ganz ohne Schlusssatz, Zeigefinger und Ausrufezeichen! Intellektuelle Offenheit statt Fachidiotie. Wie sagt Nassehi so schön: Um entscheiden zu können, müssen wir manchmal einfach weniger wissen.

Mehr ist nicht genug

Nicholas A. Christakis, James H. Fowler
Connected! Die Macht sozialer Netzwerke und warum Glück ansteckend ist. 416 Seiten. S. Fischer Verlag, Frankfurt am Main 2010. 41.90 CHF, 22,95 Euro,

Otto Normalverbraucher jammert in unseren Breitengraden gerne darüber, dass der Einzelne nichts bewirken kann und er hilflos im Netz staatlicher und wirtschaftlicher Obrigkeiten zappelt. Was aber immer weniger zutrifft, wenn man neueste amerikanische Studien liest, wie die der Sozialwissenschaftler Nicholas Christakis und James Fowler. Jeder Mensch verfüge demnach im Durchschnitt nur über vier enge Sozialkontakte, aber die haben es in sich. Denn die kleine Welt der Vier-Personen-Netze ist ihrerseits eingebettet in grössere soziale Netzwerke.

Die in diesen Netzwerken lebenden Freunde und Verwandten beeinflussen uns wiederum mehr, als uns lieb ist. Wir ahmen sie unbewusst nach. Und das hat Folgen: «Studenten mit fleissigen Zimmergenossen werden fleissiger. Esser, die neben Fressern sitzen, essen mehr. Hausbesitzer, deren Nachbarn ihren Garten pflegen, mähen regelmässig ihren Rasen.» Aber es kommt noch dicker. Denn wir ahmen auch die Freunde unserer Freunde nach und die Freunde der Freunde unserer Freunde

auch. In Erfindernetzwerken beispielsweise verbreiten sich neue Ideen über drei Stationen, «das heisst, dass die Kreativität eines Erfinders auf seine Kollegen, die Kollegen seiner Kollegen und die Kollegen der Kollegen seiner Kollegen abfärbt». Auch die Mundpropaganda für alltägliche Dinge funktioniert über drei Schritte. Die Macht sozialer Ansteckung ist offenbar grösser als die Selbstbestimmung.

Mehr ist nie genug

Gunter Dueck
Aufbrechen! Warum wir eine Exzellenzgesellschaft werden müssen. 224 Seiten. Eichborn Verlag, Frankfurt am Main 2010. 35.20 CHF, 19,90 Euro

Was tun, wenn alle jammern? «Aufbrechen!» – und mit vereinter Anstrengung etwas ganz anderes versuchen als die bisherigen Gewohnheiten beizubehalten oder sterbende Länder, Branchen und Unternehmen künstlich am Leben zu erhalten. «Nach der Krise geht es woanders hin, nicht zurück», sagt Gunter Dueck, in Heidelberg ansässiger Cheftechnologe und Vorausdenker des IBM-Konzerns. Volle Kraft voraus in die Exzellenzgesellschaft.

Exzellent klingt immer gut, aber eine der Voraussetzungen hört sich für viele Ohren etwas ungewohnt an: «Fast alle müssen studieren.» Der Autor hat die Sache sorgsam durchdacht. Selten hat einer die viel zitierte Wissensgesellschaft, auf die wir zusteuern, gründlicher durchdekliniert als der Mathematiker und Ökonom Dueck – in Anspielung an sein erstes Buch, «Wild Duck», nicht von ungefähr «Wild Dueck» genannt.

Dueck fordert: Menschen sollten von innen motiviert und leistungsbereit sein, sie sollten Eifer und Willen zeigen und gerne die Verantwortung übernehmen. Kein Wunder, dass er die Kultur des selbstverantwortlichen, integren Menschen mit einem starken Sinn für die Gemeinschaft und für Ethik sogar in der Verfassung verankern will.

Mehr ist zu viel

Kathrin Röggla
Die Alarmbereiten. 188 Seiten. Fischer Verlag. Frankfurt am Main 2010. 35.60 CHF, 18,95 Euro

Skandal, Unfall, Krise, Amok, Elend, Katastrophe – Begriffsgeröll einer stets alarmbereiten Alltagsinszenierung. Die in Berlin lebende österreichische Schriftstellerin Kathrin Röggla hat sich die Welt in Panik genau angesehen.

Sozialsöldner, die in Entwicklungsländern den Menschen «zu Tode helfen»; Eltern, die ihre Kinder bereits in der Grundschule «zu Tode fördern»; Pseudopsychologen, die missbrauchte Jugendliche «zu Tode therapieren»; Manager, die besinnungslos ihre Geschäfte trotz massakrierter Umwelt «zu Ende führen». Sie alle entwerfen bizarre Mono- und Dialoge über die Belanglosigkeiten ihrer dramatisierten Lebenswelten.

Wie sehr wir uns an sie gewöhnt haben, zeigen diese wunderbaren Einzeltexte aufs Vortrefflichste. Sie sezieren messerscharf die Dauerschwafeleien und das Oberflächengekratze einer dauernervösen Öffentlichkeit. Egal, ob noch jemand zuhört oder zusieht. Am Ende sitzen sie als einsame, isolierte Wesen inmitten eines Gesamtausnahmezustands. Oder wie Kathrin Röggla so zutreffend schreibt: «… wenn sie ihr haus brennen sehe, laufe sie nicht mehr raus. Sie bleibe drinnen, sie warte ab, ob es wirklich brenne.» Der Grund: Die Alarmdosis, die auf die Menschen einwirkt, ist längst zu hoch. Die Reaktionsbereitschaft sinkt, der Alarmismus zeigt keine Wirkung mehr.

Es hat sich ausalarmiert. Aber wir stochern weiter gedankenversunken im Begriffsgeröll herum. Grosse Prosa für moderne Krisenzeiten! <

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 / Zurich 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 80.– (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 33.50 (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

SENDEN SIE UNS BITTE:

☐ ein Schnupper-Abonnement (2 Ausgaben) CHF 45.–/EUR 30.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
☐ Einzelausgabe Nr. ..... CHF 35.–/Euro 25.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
☐ den GDI_Newsletter*

NAME/VORNAME

FIRMA

STRASSE/NR.

PLZ/ORT/LAND

E-MAIL* TELEFON

DATUM/UNTERSCHRIFT