

GDI IMPULS



Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Nummer 4 . 2015

Die 400 einflussreichsten Ideengeber der Welt



Neu: Jetzt auch mit Rankings für Deutsch,
Spanisch und Chinesisch

Karin Frick
Die Macht der Meme

Björn Bartling
Markt macht unfair

Anja Dilk
Anleitung zum Babelischen

Thema: Global-Thought-Leader 2015

4 AUTOREN

68 SUMMARIES THEMA

116 SUMMARIES IDEEN, WORKSHOP

117 ZUSATZIMPULS

118 GDI-STUDIEN

120 GDI-KONFERENZEN

122 GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

124 GDI-AGENDA 2016

124 IMPRESSUM

> Infografik

10 DIE KÖPFE DES GLOBALEN DISKURSES

Die Landkarte der einflussreichsten Ideengeber der Welt.

> Ideengeber

14 GLOBAL-THOUGHT-LEADER 2015

Namen, Daten und Ideen für 203 Taktgeber des globalen Gesprächs.

> Global-Thought-Leader

Karin Frick . Nathan Gardels . Peter Gloor . Detlef Gürtler

22 DIE MACHT DER MEME

Die Konsumierbarkeit von Ideen trägt dazu bei, ob grosse Gedanken auch tatsächlich weitverbreitet werden.

> Thought-Leader Deutschland/Spanien

Detlef Gürtler

30 DEUTSCHER SONDERWEG

Die einflussreichsten Ideengeber im deutschen und im spanischen Sprachraum.

> Thought-Leader China

Detlef Gürtler . Yuchen Zhang

36 JENSEITS DES ABENDLANDS

Zwei erste Versuche, den Einfluss von Intellektuellen im chinesischen Sprachraum zu messen.

> Arabischer Diskurs

Gespräch mit Dieter Haller und Steffen Wippel

44 GLOBAL? ODER WESTLICH?

Woran es liegt, dass kaum Araber unter den Global-Thought-Leadern vertreten sind.

> Technologie

Anja Dilk

46 ANLEITUNG ZUM BABELFISCHEN

Wie durch den Boom bei den Maschinenübersetzungen die Sprachbarrieren fallen werden.

> Märchen: «Babelfisch»

54 DER ALLESÜBERSETZER

> Foto-Essay

Mara Ploscaru

56 OHNE WORTE

Man muss ja nicht immer nur reden, wenn man sich miteinander verbinden will.

Ideen

> Verhaltensökonomie
Gespräch mit Björn Bartling

72 MARKT MACHT UNFAIR

Erkenntnisse aus verhaltensökonomischen Experimenten in China und der Schweiz zur Fairness in Märkten.

> Philosophie
Dominic Veken

80 AUF SINNSUCHE

Wieso Leitbilder immer gleich blass klingen, und was sie von echten Unternehmensphilosophien unterscheidet.

> Literatur
Gespräch mit Philipp Theisohn

88 FUTURE-TELLING

Wie die Zukunft von Wirtschaft und Technik davon abhängt, welche Bilder von ihr gezeichnet werden.

> Zwischenruf
Andreas Zeuch

92 PLATZHIRSCHE IM MACHTVAKUUM

Wie Demokratisierung im Unternehmen gelingen kann. Und wie eben nicht.

Workshop

> Immobilien
Karin Frick . Daniela Tenger

100 SMART HOME 2030

GDI-Studie: die Digitalisierung der Bauwirtschaft und des Wohnens.

> Technologie
Urban Tech Manifesto

106 SMART CITY 2030

Zehn Thesen zur Entwicklung von Städten und Urbanität bis zum Ende des nächsten Jahrzehnts.

> Robotik
Manfred Hild

110 BABY STATT SKLAVE

Der Schöpfer des Roboters Myon über seinen Ansatz, die Maschine wie ein Kleinkind lernen zu lassen.

> Demografie
Karin Frick, Martina Kühne, Jakub Samochowiec

112 DIE SECHZIGER-SCHWELLE

Was junge Schweizer glauben, was im Alter zufrieden macht – und was die Alten dazu sagen.

> Empfehlungen

114 DAS RELEVANTE NEUE

Von und über Entry-preneurship, Reinhart Koselleck, einen Test zum Erkennen unterbewusster Vorurteile und die UN-«Millennium Development Goals».

Autoren

BJÖRN BARTLING > S. 72 ist Assistenzprofessor für Volkswirtschaftslehre an der Universität Zürich. Er nutzt die Methoden der experimentellen Wirtschaftsforschung, um verhaltensökonomische Fragestellungen zu analysieren. Aktuell beschäftigt er sich mit sozialem Verhalten in Märkten. www.econ.uzh.ch/faculty/bartling.html

KARIN FRICK > S. 22, 100, 112 ist Leiterin Research und Mitglied der Geschäftsleitung des GDI Gottlieb Duttweiler Institute. Als Ökonomin erforscht sie seit zwei Jahrzehnten Trends und Gegentrends in Wirtschaft, Gesellschaft und Konsum. Seit ihrem Studium an der Universität St. Gallen befasst sie sich in verschiedenen Funktionen mit Zukunftsthemen, Innovation und Veränderung von Menschen und Märkten. www.gdi.ch

NATHAN GARDELS > S. 22 ist Senior Adviser des Berggruen Institute, Chefredaktor von «The World Post» sowie Chefredaktor der Zeitschrift «New Perspectives Quarterly» seit deren Gründung im Jahr 1985. Jüngste Veröffentlichung: «Intelligent Governance for the 21st Century. A Middle Way Between West and East», mit Nicolas Berggruen (Polity 2012). www.berggruen.org

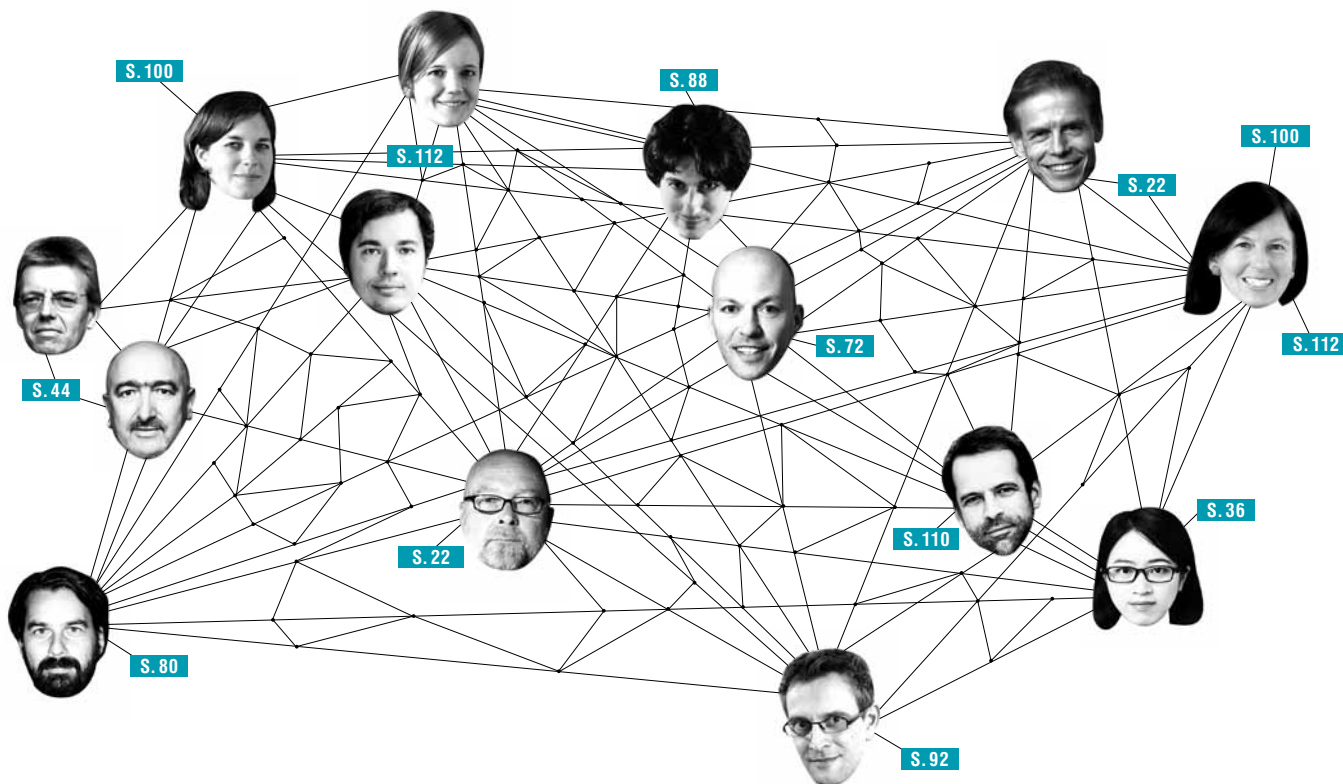
PETER GLOOR > S. 22 forscht am Center for Collective Intelligence des MIT (Boston) über kollaborative Innovationsnetzwerke und ist Dozent an der Universität Köln sowie an der Universidad Católica de Chile in Santiago und der Aalto University Helsinki. Vor 2002 war er in leitenden Positionen bei Deloitte Consulting, PricewaterhouseCoopers und der UBS tätig. Im Jahr 2012 publizierte Gloor in Kooperation mit dem GDI Gottlieb Duttweiler Institute die erste «Global-Thought-Leader-Map». <http://cci.mit.edu>

DIETER HALLER > S. 44 (r.) ist Professor für Sozialanthropologie an der Ruhr-Universität Bochum. Seit Mitte der 1980er-Jahre führte er mehrere Feldforschungen im Mittelmeerraum (Sevilla, Gibraltar, Tanger) und in Texas zu den Themen Trance und Besessenheit, Fachgeschichte, Grenzregime, Diasporen und Nationalismus durch. Jüngste Publikation: «Tanger. Der Hafen, die Geister, die Lust» (Transcript 2016). www.sowi.rub.de/sozanth

MANFRED HILD > S. 110 ist Professor für Digitale Systeme an der Beuth Hochschule für Technik in Berlin und leitet dort das Labor für Neurorobotik. Sein wissenschaftliches Interesse gilt der Dynamik rekurrenter neuronaler Netze, der humanoiden Robotik mit den Schwerpunkten Sensorik und audiovisuelle Wahrnehmung, unüberwachten Lernverfahren zur Selbstexploration sowie verteilten vernetzten Systemen. Er ist einer der Schöpfer des lernfähigen Roboters Myon. www.neurorobotik.de

MARTINA KÜHNE > S. 112 ist Senior Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und analysiert wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen sowie deren Folgen für den Einzelhandel und die Konsumgüterindustrie. Sie ist Autorin diverser Studien rund ums Thema Shopping, zuletzt «The Story of Unstoring». Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften in Zürich und Barcelona hat sie in Zürich zum Thema «Die Stadt als Marke» promoviert. www.gdi.ch

JAKUB SAMOCHOWIEC > S. 112 ist Senior Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und analysiert gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Veränderungen mit den Schwerpunkten Entscheidungen, Alter, interkulturelle Kontakte, politische Psychologie, Konsum. www.gdi.ch



DANIELA TENGER > S. 100 ist Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und analysiert Gesellschafts- und Konsumtrends in Feldern wie Kultur, Tourismus oder Wohnen. Sie studierte Geschichte und Politikwissenschaft in Zürich und Groningen, Niederlande. www.gdi.ch

PHILIPP THEISOHN > S. 88 ist Professor für Neuere deutsche Literaturwissenschaft am Deutschen Seminar der Universität Zürich und Leiter des Forschungsprojekts «Conditio extraterrestris». Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählt unter anderem das Gebiet Futurologie und Science-Fiction. www.ds.uzh.ch/conditioextraterrestris.html

DOMINIC VEKEN > S. 80 lehrt Unternehmensphilosophie an der Universität der Künste in Berlin und hält Vorträge über Sinn und Begeisterung für Führungskräfte. Vor seiner Selbstständigkeit war er als Geschäftsführer und Chefstrategie einer grossen deutschen Kreativagentur tätig und beriet unter anderem die CDU und Angela Merkel im Bundestagswahlkampf. Jüngste Veröffentlichung: «Der Sinn des Unternehmens. Wofür arbeiten wir eigentlich?» (Murmans 2015). www.udk-berlin.de

STEFFEN WIPPEL > S. 44 (I) ist Mitarbeiter im Forschungsnetzwerk Re-Konfigurationen am Centrum für Nah- und Mittelost-Studien (CNMS) der Philipps-Universität Marburg und Privatdozent an der Universität Erlangen. Seine Forschungsinteressen konzentrieren sich auf (trans-)regionale Verflechtungen und Stadtentwicklung in der arabischen Welt. Jüngste Buchveröffentlichung: «Under Construction: Logics of Urbanism in the Gulf Region», mit K. Bromber, C. Steiner und B. Krawietz (Ashgate 2014). www.uni-marburg.de/cnms/forschung/re-konfigurationen

ANDREAS ZEUCH > S. 92 begleitet seit 2003 als Berater, Trainer, Coach und Redner Unternehmen auf ihrem Weg zur Entwicklung einer effektiven Entscheidungskultur und Demokratisierung. 2003 promovierte er zum Training professioneller Intuition. Jüngste Veröffentlichung: «Alle Macht für niemand. Aufbruch der Unternehmensdemokraten» (Murmans 2015). www.unternehmensdemokraten.de

YUCHEN ZHANG > S. 36 studiert Wirtschaftsinformatik mit dem Schwerpunkt Information Systems an der Universität Köln. Ihr Interesse liegt in den Bereichen Social Network Analysis und Geschäftsmodell-Innovation. Sie verfügt über Erfahrungen in IT-Beratung für Handel und Industrie.

Summaries

THEMA: THOUGHT-LEADER 2015

Karin Frick . Nathan Gardels . Peter Gloor . Detlef Gürtler > Seite 22

DIE MACHT DER MEME Grosse Ideen können die Welt verändern. Aber dafür müssen sie auch geteilt und muss über sie gesprochen werden. Für die Verbreitung allerdings eignen sich kleinere Informationseinheiten, die Meme, besser als grosse Gedanken. Beide Ideen-Arten, die schnellen Meme und die tiefen Erkenntnisse, konkurrieren in der globalen Konversation um Aufmerksamkeit. Um etwas dauerhaft in der Welt oder der Gesellschaft zu verändern, bedingen sie sich gegenseitig: Eine Erkenntnis, die niemals in Mode kommt, bleibt steril – und umgekehrt bleibt ein Mem, das nicht aus den Tiefen des Denkens gespeist ist, flach und kurzlebig.

Detlef Gürtler > Seite 30

DEUTSCHER SONDERWEG Bei den Thought-Leader-Untersuchungen für andere als den englischen Sprachraum nahm der deutschsprachige Raum in einem Punkt eine Sonderstellung ein: Während im spanischen und im chinesischen Sprachraum Muttersprachler den grössten Teil der vorderen Plätze belegen, befindet sich im deutschen Sprachraum nur ein Muttersprachler unter den Top Ten. Erklärungsansätze hierfür sind unter anderem die Weltoffenheit und die relativ vielfältigen Fremdsprachenkenntnisse im deutschen Sprachraum sowie die schwierige Zugänglichkeit des Deutschen für Fremdsprachler: Wer immer eine Idee publizie-

ren möchte, weiss also von vornherein, dass er bei Publikationen in deutscher Sprache fast nur ein regionales Publikum erreichen würde.

Detlef Gürtler . Yuchen Zhang > Seite 36

JENSEITS DES ABENDLANDS Eines der grossen Hindernisse bei der Analyse des Einflusses von Intellektuellen in China ist die relativ starke Abschottung des innerchinesischen Internets vom Rest der Welt. Das betrifft sowohl eine technische Abgrenzung mit teilweise blockierten Inhalten als auch die Eigenständigkeit der Anbieter (z. B. Baidu statt Google). Für die erstmalige Suche nach Thought-Leadern im chinesischen Sprachraum wurden deshalb zwei Ranglisten ermittelt – für China selbst und für ausserhalb der Landesgrenzen lebende Chinesen. Inhaltlich stellt sich insbesondere die Frage, ob die für das Abendland übliche Trennung zwischen Denkern und Machern auch für die chinesische Untersuchung gelten soll; denn dort ist die Auffassung tief verwurzelt, dass es die Aufgabe gerade der besten Köpfe ist, sich aktiv im Staat für das Wohl des Volkes einzusetzen. Bekanntester Ausdruck für diese Auffassung ist die traditionelle Wertschätzung der Beamtenlaufbahn. So wie der «American Dream» eine Selfmade-Karriere als Unternehmer ist, ist der «Chinese Dream» eine Karriere im Staatsdienst.

Gespräch mit Dieter Haller und Steffen Wippel > Seite 44

GLOBAL? ODER WESTLICH? Arabische Intellektuelle sind im globalen englischsprachigen

Diskurs kaum präsent. Zu den Gründen gehört ein in grossen Teilen Arabiens anderes Verständnis von Diskurs: Diskutieren im Sinne einer Auseinandersetzung in der breiten Öffentlichkeit war und ist zumindest in den Golfstaaten problematisch – dort wird allenfalls hinter verschlossenen Türen offen gesprochen. In anderen arabischen Staaten, etwa in Marokko, sind offene Diskussionen weit häufiger, allerdings meist mehr an nationalen als an globalen Bedürfnissen orientiert. Eine Betrachtung, die sich auf globale Diskurse fokussiert, liefe deshalb Gefahr, grosse Teile der realen intellektuellen Auseinandersetzung zu übersehen.

Anja Dilk > Seite 46

ANLEITUNG ZUM BABELFISCHEN Nach einem frühen Boom der Maschinenübersetzung im Kalten Krieg, gefolgt von jahrzehntelanger Ernüchterung, erleben die digitalen Dolmetscher derzeit eine neue Blüte: Allein Google Translate übersetzt heute mehr Texte als alle menschlichen Übersetzer zusammengenommen. Durch schnellere und bessere Datenverarbeitung liefern inzwischen in zwei Dritteln aller Fälle Big-Data-Übersetzungen (statistikbasierte Systeme) bessere Ergebnisse als regelbasierte Systeme. Hundertprozentig korrekte Übersetzungen gibt es zwar auch (für sensible Gebiete wie medizinische Fragen), aber bis auf weiteres werden Maschinenübersetzungen vorwiegend als rohe Richtungsangabe verwendet, die danach von menschlichen Übersetzern korrigiert und verfeinert wird.

Summaries

IDEEN

Gespräch mit Björn Bartling > Seite 72

MARKT MACHT UNFAIR In verhaltensökonomischen Experimenten zeigen die Teilnehmer in der Regel viel Fairness in bilateralen Beziehungen, die aber weitgehend verschwindet, wenn sie in Marktsituationen versetzt werden. Bei einem Experiment, bei dem eine Entscheidung zwischen fairem und unfairem Produkt getroffen werden musste, zeigten Schweizer Probanden eine relativ hohe Bereitschaft zum Kauf des fairen Produkts – bei chinesischen Probanden hingegen lag dessen Marktanteil wesentlich niedriger. Das bedeutet jedoch nicht, dass Chinesen per se unfairer wären: In Nichtmarktsituationen lagen ihre Fairness-Werte genauso hoch wie bei Schweizern. Weitere Experimente sollen klären, inwieweit unterschiedliche wirtschaftsethische Normen diese Differenz erklären können.

Dominic Veken > Seite 80

AUF SINNSUCHE Nahezu alle Unternehmensphilosophien sind aussageschwach, austauschbar und unwirksam – weil sie sich nur auf das beziehen, was für ein funktionierendes Unternehmen das Selbstverständlichste ist, das, was jede Organisation tun muss, um überhaupt am Leben zu bleiben. Für nachhaltigen Mehrwert müsste eine Unternehmensphilosophie eine Antwort auf die

Frage nach dem tatsächlichen Sinn eines Unternehmens geben – und darauf, warum es sich lohnt, sich dafür zu engagieren.

Gespräch mit Philipp Theisoeh > Seite 88

FUTURE-TELLING Um uns Zukunft vorstellen zu können, brauchen wir Bilder, die wir uns zurzeit aus Märchen und Comics holen, etwa Zauber Spiegel für das Internet der Dinge oder Superhelden-Comics des Marvel-Universums, um den Transhumanismus zu erfassen. Zukunftsbilder, die sich mit Technik befassen, fallen grundsätzlich eher rosarot aus, wohingegen Zukunftsbilder zur Gesellschaft eher schwarz aussehen – weil positive Utopien viel zu langweilig sind, um sie beschreiben zu können.

Andreas Zeuch > Seite 92

PLATZHIRSCHE IM MACHTVAKUUM Jede Transformation in Richtung Unternehmensdemokratie muss über das Top-Management laufen. Wenn das Tor zur Macht von der Unternehmensführung geöffnet wird, kann allerdings das Platzhirsch-Problem auftauchen: Die bisherigen Führungskräfte übernehmen wieder das Ruder, weil es kein anderer macht. Dadurch kann der eigentliche Vorteil einer Demokratisierung, die höhere Diversität bei Entscheidungen, wieder zunichtegemacht werden. Eine ähnliche Gefahr besteht, wenn ein Gruppendenken vorherrscht, das möglicherweise wertvolle abweichende Positionen gar nicht erst aufkommen lässt.

WORKSHOP

Karin Frick . Daniela Tenger > Seite 100

SMART HOME 2030 Die Baubranche wird digital. Ob die Anbieter wollen oder nicht, die Digitalisierung und die rasante Weiterentwicklung des Internets der Dinge werden auch alle Branchen rund um die Immobilie erfassen. In welcher Form und mit welchen Materialien wir bauen, wird dann

von der Software bestimmt, was ganz neue Gestaltungsformen ermöglicht. Das Wohnen selbst wird dabei aber gemütlich bleiben: Die Wohnung als Rückzugsort wird durch die Digitalisierung vor allem an Komfort und an Flexibilität gewinnen.

Urban Tech Manifesto > Seite 106

SMART CITY 2030 Städte werden in den kommenden fünfzehn Jahren einer der wichtigsten Innovationsstandorte sein. Enorme Effizienzgewinne sind dort insbesondere in den Bereichen Mobilität, Energie, Abfall und Vernetzung möglich. Die grossen Potenziale der «share economy» beziehen sich dabei nicht nur auf die Beziehungen der Bürger untereinander, sondern auch auf das Verhältnis der Verwaltung zu den Bürgern.

Manfred Hild > Seite 110

BABY STATT SKLAVE Es ist relativ einfach, einen Roboter zu bauen, der jeden Menschen im Schach schlägt – aber extrem komplex, einen Roboter zu bauen, der die Figuren selbst aufstellt. Um die für solche Situationen nötige Alltagsintelligenz entwickeln zu können, müssten Roboter selbstständig lernen dürfen. Anwendungsorientierte Roboter zu bauen, ist eigentlich eine moderne Form des Sklaventums. Ein solches System kann nie wirklich intelligent werden, weil der Mensch ja das Problem für die Roboter löst; sie bleiben bessere Kaffeemaschinen.

Karin Frick . Martina Kühne . Jakob Samuchowicz > Seite 112

DIE SECHZIGER-SCHWELLE Junge Menschen haben ein viel konservativeres Bild von den Zielen der älteren Generation als diese Generation selbst. Sie überschätzen etwa den Wert eines Eigenheims und unterschätzen die Wichtigkeit von Bildung im Alter. Eine wichtige Schwelle stellt dabei das sechzigste Lebensjahr dar: Wer dort ankommt, merkt, dass das Leben noch lange nicht vorbei ist – und steht vor der Herausforderung, seine Biografie für die verbleibenden Jahrzehnte neu zu gestalten.

«Wie für schwammige Körper gibt es dann Fitness-Studios für den schwammigen Geist.»»

Dieter Haller im GDI Impuls 4.14



Bestellen Sie Ihr
Abonnement unter
www.gdi-impuls.ch



GDI Impuls – stellt die richtigen Fragen

Trends einordnen, Zusammenhänge erkennen, Strategien entwickeln.
GDI Impuls – die Pflichtlektüre für Vordenker und Entscheider.

> Jahres-Abonnement

GDI Impuls (4 Ausgaben pro Jahr) zum Preis von CHF 120.-/
EUR 105.- (inkl. MwSt., exkl. Versandkosten)

> Schnupper-Abonnement

2 GDI Impuls-Ausgaben zum Preis von CHF 45.-/EUR 39.-
(inkl. MwSt., exkl. Versandkosten)

> Einzelnummer

Einzelausgabe für CHF 35.-/EUR 31.- (inkl. MwSt.,
exkl. Versandkosten)

> Jahres-Abonnement (iPad)

(4 Ausgaben pro Jahr) zum Preis von CHF 95.- (inkl. MwSt.)

> Einzelnummer (iPad)

Einzelausgabe für CHF 28.- (inkl. MwSt.)

Information und Bestellung

Infos, Bestellung und Summaries aller Artikel:
www.gdi-impuls.ch

Infos auch auf

www.facebook.com/gdi.impuls



Auch als App erhältlich

[itunes-apple.com](https://itunes.apple.com)
<https://play.google.com>

GDI Impuls Leseservice
Postfach
6002 Luzern, Schweiz

gdi-impuls@dm-mediaservices.ch
Tel. +41 41 329 22 34
Fax +41 41 329 22 04