

# GDI IMPULS

4 197594 927007 98  
ISSN 1422-0482 . CHF 35 . EUR 27  
**GDI** GOTTLIEB DUTTWELER  
INSTITUTE

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel  
Nummer 4 . 2013

# Die 100 wichtigsten Ideengegeber der Welt

Exklusive Studie  
Global-  
Thought-Leader  
Ranking 2013/14

Wer beeinflusst, wie wir leben,  
arbeiten und konsumieren

**Randall Collins**  
Die Netzwerke der Denker

**Jerry Michalski**  
Der Konsument als Bürger

**David Bosshart**  
Food at work

# Autoren

**DAVID BOSSHART > S. 100** ist CEO des GDI Gottlieb Duttweiler Institute. Als Bestseller-Autor und mehrsprachiger Referent ist er gefragter Key-Note-Speaker in Europa, Amerika und Asien. Seine Arbeitsschwerpunkte sind die Zukunft des Konsums und gesellschaftlicher Wandel, Management und Kultur, Globalisierung und politische Philosophie. [www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)

**RANDALL COLLINS > S. 40** ist Professor für Soziologie an der Universität von Pennsylvania. Von 2010 bis 2011 war er Präsident der American Sociological Association. Zu seinen Forschungsgebieten gehören die Soziologie des politischen und ökonomischen Wandels, des sozialen Konflikts und der Intellektuellen. 1998 veröffentlichte er sein wegweisendes Buch «The Sociology of Philosophies: A Global Theory of Intellectual Change» (Harvard University Press). [http://sociology.sas.upenn.edu/r\\_collins](http://sociology.sas.upenn.edu/r_collins)

**SUSANNE FISCHER > S. 92** hat politische Reportagen für den «Spiegel», «Die Zeit», «Brigitte», «Die Woche» und «Jetzt» geschrieben, bevor sie 2003 in den Irak ging, um aus dem Nahen Osten zu berichten. Ihre Erfahrungen dort hat sie in dem Buch «Meine Frauen-WG im Irak» (2006) verarbeitet. Ihr jüngstes Buch «Ansichten einer späten Mutter» ist soeben bei Hoffmann und Campe erschienen. Sie lebt mit ihrem Mann und ihrem Sohn in Beirut.

**KARIN FRICK > S. 10** 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](http://www.gdi.ch)

**FRERK FROBÖSE > S. 104** ist Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und erforscht als Anthropologe das zeitgenössische Konsumverhalten und dessen Auswirkungen auf gesellschaftliche Trends und Tendenzen. Seine Schwerpunkte sind Wohnen, Mobilität und Tourismus. [www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)

**PETER GLOOR > S. 10** forscht am Center for Collective Intelligence des MIT (Boston) über kollaborative Innovationsnetzwerke und ist Dozent an der Helsinki University of Technology sowie an der Universität Köln und am Savannah College of Art and Design. 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>

**JAN GOSLICKI > S. 76** ist 24 Jahre alt, Wirtschaftsingenieur der TU Dresden, Ökonom, Unternehmer und Mitgründer der Bits & Coins Consulting in Berlin. Im Januar 2013 gründete er dort mit Studienkollegen einen Inkubator für mehrere bereits erfolgreiche Bitcoin-Projekte. [www.bitcoinsberlin.com](http://www.bitcoinsberlin.com)

**MARCUS HAMMERSCHMITT > S. 46** ist Autor von Science-Fiction, Erzählungen, Lyrik und Hörspielen. Neben seinem literarischen Werk veröffentlicht er in «Telepolis» und «Jungle World». [www.cityinfonet.de/homepages/hammerschmitt/high.html](http://www.cityinfonet.de/homepages/hammerschmitt/high.html)

**MIRJAM HAUSER > S. 108** ist Senior Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und analysiert Veränderungen der Gesellschaft, Wirtschaft und Konsum mit den Schwerpunkten Werte, Einstellungen, Konsumentenverhalten und Ernährung. [www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)



**MARTINA KÜHNE > S. 104** 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». [www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)

**JOHN MAULDIN > S. 68 (r.)** ist President von Millennium Wave Investments in Dallas, ein renommierter Finanzexperte und Bestsellerautor für Finanz- und Wirtschaftssachbücher. Sein Newsletter «Thoughts from the Frontline» erscheint wöchentlich in vier Sprachen und ist einer der meistgelesenen Investment-Newsletter der Welt. [www.mauldineconomics.com](http://www.mauldineconomics.com)

**JERRY MICHALSKI > S. 82** ist Vordenker der Relationship-Economy, Tech-Experte und Gründer des Think-Tanks The Rexpedition. Als Berater arbeitete er für IBM, Blogger (heute Teil von Google) und eGroups (heute Yahoo Groups). Seit mehr als einem Jahrzehnt publiziert Michalski Input, Vernetzung und Output seines Gehirns im Internet. [www.sociate.com](http://www.sociate.com)

**JAKUB SAMOCHOWIEC > S. 112** ist Sozialpsychologe und hat im Bereich politische Psychologie an der Universität Basel promoviert. Neben der akademischen Arbeit produziert er Musik und Auftragsfilme, ist DJ, führt Medienworkshops mit Jugendlichen durch und ist im Event-Management tätig.

**HANS EYSINK SMEETS > S. 86** ist Chairman und Managing Partner von Eysink Smeets World-Wide Retail Strategy Consultants. Er ist Spezialist für Change-Projekte bei Einzelhändlern und Markenartiklern. Zu seinen Kunden gehören fast alle grossen Player der Retail-Branche. [www.eysinksmeets.com](http://www.eysinksmeets.com)

**JONATHAN TEPPER > S. 68 (l.)** ist Gründungspartner und Chief Editor des makroökonomischen Forschungsunternehmens Variant Perception mit Sitz in London und Portfolio-Manager des Investmentfonds Hinde Capital. 2012 war Tepper einer der fünf Finalisten des Wolfson Economics Prize, bei dem Lösungen für einen Ausstieg einzelner Staaten aus der Eurozone gesucht wurden. [www.variantperception.com](http://www.variantperception.com)

# Thema: Global-Thought-Leader 2013

---

## 4 AUTOREN

## 64 SUMMARIES THEMA

## 118 SUMMARIES IDEEN, WORKSHOP

## 119 ZUSATZIMPULS

## 120 GDI-STUDIEN

## 121 GDI-KONFERENZEN

## 122 GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

## 124 GDI-AGENDA 2014

## 124 IMPRESSUM

> Ideengeber

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler

### 10 GLOBAL-THOUGHT-LEADER 2013

Zum zweiten Mal erstellte das GDI in Zusammenarbeit mit Peter Gloor eine «Global-Thought-Leader-Map». Der hieraus resultierende «Influence-Rank» kann sich als hilfreiches Instrument erweisen, um den Einfluss der wichtigsten Denker der Welt zu messen.

> Tabelle

### 17 DIE 100 EINFLUSSREICHSTEN IDEENGEBER DER WELT

Von A wie Applebaum (Platz 27) bis Z wie Zimbardo (Platz 60) – und jeweils mit ihren bekanntesten Ideen.

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler

### 22 GAMING THE SYSTEM

Jeder Versuch, Qualität zu messen, hat seine Risiken; und sie werden umso grösser, je besser die Methode ist.

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler

### 28 RICHTIG STREITEN

Statt die Kontroverse auf Augenhöhe zu pflegen, lassen sich viele Grossdenker lieber nach Guru-Manier feiern.

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler

### 32 DER WEG ZUR THOUGHT-LEADER-MAP 2014

Next Exit China? Die Untersuchung des Einflusses der wichtigsten Ideengeber der Welt hat gerade erst begonnen. Wie es im kommenden Jahr weitergehen könnte.

> Tabelle

### 38 TEIL-WERTE

Die Top 20 der Wiki- und der Blog-Rangliste sowie die Verteilung der Grossdenker nach Ländern, Disziplinen und Geschlechtern.

> Ideengeschichte

Gespräch mit Randall Collins

### 40 IM REBELLIONSMODUS

Wie kommen neue Ideen in die Welt, und wie setzen sie sich durch? Im Grunde genommen heute nicht anders als vor 2500 Jahren.

> Science-Fiction

Marcus Hammerschmitt

### 46 GEDANKENWETTER

«Einen Seismografen für Gedanken» sollte er sich ausdenken. Aber wer kann schon dem Geist beim Blitzen zuschauen? Doch ein Uralt-Song brachte ihn auf eine Idee.

> Illus-Essay

Herr Müller

### 52 DER HEUREKA-MOMENT

Manchmal geistesblitzt es wirklich. Dann gibt es diese Eingebung, die auf einmal eine völlig neue Welt eröffnet. Sechs Geschichten aus der Ideengeschichte.

## Ideen

> Finanzen

John Mauldin, Jonathan Tepper

### 68 CODE RED

Eine (Zwischen-)Bilanz der Versuche, mit den Waffen einer Zentralbank die Welt zu retten.

> Geld

Gespräch mit Jan Goslicki

### 76 B-WÄHRUNGSPROBE

Die Perspektiven von Bitcoin: zwischen Online-Währung, globalem Zahlungsmittel und spekulativem Spielgeld.

> Marketing

Jerry Michalski

### 82 ... WENN DEINE KUNDEN DICH NICHT MEHR BRAUCHEN?

Wie sich Unternehmen auf die neue Welt der Relationship-Economy einstellen können.

> Einzelhandel

Hans Eysink Smeets

### 86 SHOP, TILL IT DROPS

Einblicke in den neu entwickelten No-Compromise-Index: Die grosse Story des stationären Einzelhandels heisst nicht «Niedergang», sondern «Volatilität».

> Zwischenruf

Susanne Fischer

### 92 DIE FREUDE DER SPÄTEN GEBURT

Späte Mütter sind ein Zukunftsmodell: entspannter, gebildeter und auch noch wohlhabender als die jungen.

## Workshop

> Food

David Bosshart

### 100 FOOD AT WORK

Lange wurden Kantinen nur auf Kosten und Effizienz hin optimiert. Doch in Zukunft wird die Verpflegung der Mitarbeitenden auch zum Schaufenster des Unternehmens.

> Mobilität

Frerk Froböse, Martina Kühne

### 104 REISEWEGE 2025

Was sich die Schweizer in Zukunft von und auf ihren Reisewegen erwarten – und wie es erfüllt wird.

> Infrastruktur

Mirjam Hauser

### 108 ANS NETZ GEHEN

Wie Ausbau und Instandhaltung der Infrastruktur in der Schweiz politisch durchsetzbar und ökonomisch effizient gestaltet werden können.

> Verhaltensökonomie

Jakub Samochowicz

### 112 UNSER ZUKÜNFTIGES ICH

Wie man typische Verhaltensmuster von Kunden erkennen und davon profitieren kann.

> Kolumne

Peter Felixberger

### 116 «ABWEICHLER GESUCHT»

Gute neue Bücher von Michael Serres, Daniel Zimmer, Constanze Kurz, Frank Rieger und Evgeny Morozov.



# Summaries

## THEMA: THOUGHT-LEADER

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler > Seite 10  
**GLOBAL-THOUGHT-LEADER 2013** Zum zweiten Mal nach 2012 erstellte das GDI in Zusammenarbeit mit Peter Gloor eine «Global-Thought-Leader-Map». Der hieraus resultierende «Influence-Rank» kann sich als Instrument erweisen, um den Einfluss der wichtigsten Denker der Welt zu messen. In seine Berechnung gehen Einzelwerte für den Einfluss in der (englischsprachigen) Blogosphäre sowie bei Wikipedia ein. Hinter dem deutlich führenden Al Gore, dem erfolgreichsten Brückenbauer zwischen Denken und Machen, landen vor allem Philosophen auf den vorderen Plätzen des Thought-Leader-Rankings: Jürgen Habermas, Peter Singer, Slavoj Žižek und Daniel Dennett. Der Frauenanteil unter den hundert einflussreichsten Ideengebern der Welt liegt bei 16 Prozent, der Anteil der US-Amerikaner bei 43 Prozent.

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler > Seite 22  
**GAMING THE SYSTEM** Je besser ein Indikator, eine Statistik oder eine Rangliste eine Qualität messen kann, desto eher führt das dazu, dass sich das Verhalten einzelner Menschen und ganzer Gruppen an die Messmethode anpasst. Deshalb komplett auf Messung von Qualitäten zu verzichten, ist wenig realistisch, ein Hase-und-Igel-Verfahren ist praxistauglicher. Bekanntestes Beispiel ist Googles «Page-Rank»: Das wichtigste Kriterium

der Suchmaschine für die Relevanz eines Online-Angebots wird kontinuierlich verändert, um die Tricks auszubremsen, mit denen Suchmaschinen-optimierer für ihre Seiten einen besonders hohen Wert erreichen wollen. Ähnliches könnte auch dem «Influence-Rank» bevorstehen. Zusätzlich besteht die Gefahr, dass Messmethoden für öffentliche Aufmerksamkeit dazu führen, dass gefällige Blender besser abschneiden als tiefe, aber öffentlichkeitsunwirksame Denker.

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler > Seite 28  
**RICHTIG STREITEN** Für den Ideen-Soziologen Randall Collins ist Rivalität zwischen Denkschulen eines der wichtigsten Elemente für den intellektuellen Fortschritt; Thomas Kuhns Modell des Paradigmenwechsels geht hingegen davon aus, dass sich das Neue nicht im Konflikt durchsetzt, sondern durch das Aussterben der Vertreter des alten Denkens. In den Thought-Leader-Maps scheint eher ein Muster à la Kuhn zu dominieren: mit der Pflege des eigenen Paradigmen-Vorgartens und sehr wenig wissenschaftlichen Debatten auf Augenhöhe.

Karin Frick, Peter Gloor, Detlef Gürtler > Seite 32  
**DER WEG ZUR THOUGHT-LEADER MAP 2014** Bei der Untersuchung der Global-Thought-Leader scheint es sinnvoll zu sein, jährlich eine Bewertung vorzunehmen, um damit auch im Zeitverlauf die Entwicklung des Einflusses und der Relevanz

einzelner Denker und Denkschulen beurteilen zu können. Auch eine häufigere, sogar kontinuierliche Bewertung ist möglich. Als potenzielle Ausweitung der Untersuchung in den kommenden Jahren wäre eine Analyse der Denker-Netzwerke in anderen Sprachräumen möglich. Insbesondere die Intellektuellen chinesischer und arabischer Sprache sind in den englischsprachigen Quellen und damit im globalen Diskurs so gut wie gar nicht vertreten.

Gespräch mit Randall Collins > Seite 40

**IM REBELLIONSMODUS** Das wichtigste Muster für die Entstehung neuen Denkens ist das Netzwerk: der Fortschritt des Denkens, Wissens und Könnens in gut vernetzten, sich nahestehenden Gruppen von Intellektuellen. Dieses Muster ist trotz aller technischen und sozialen Entwicklung seit mindestens zweieinhalb Jahrtausenden gleich geblieben. Mehr als sechs Denkschulen lassen sich in einer Kultur dabei offenkundig nicht gleichzeitig aufrechterhalten. Bezogen auf die Entstehung von Denker-Eliten, wird durch die Globalisierung die Vielfalt geringer – weil weniger Denkschulen unabhängig voneinander existieren können. Und durch die Wissensgesellschaft wird die Spitze breiter – weil der Intellektuellen-Überschuss unserer Zeit sich in einer immer weiteren Ausdifferenzierung von Fachdisziplinen seinen Ausweg sucht.

# Summaries

## IDEEN

John Mauldin, Jonathan Tepper > Seite 68

**CODE RED** Wir leben in einer Zeit der finanziellen Repression, in der die Zentralbanken die Zinssätze niedriger halten als die Inflation. Bevor sie wieder verantwortlich und konventionell handeln können, müssen die Zentralbanken zunächst unverantwortlich und unkonventionell sein. Die grössten Verlierer dabei werden alte Menschen sein, die bisher dachten, von den Zinsen ihrer Ersparnisse leben zu können. Sie brauchen dringend einen Plan B.

Gespräch mit Jan Goslicki > Seite 76

**B-WÄHRUNGSPROBE** Die virtuelle Währung Bitcoin, die derzeit vor allem als Spekulationsobjekt gesehen wird, kann in zwei Bereichen in der realen Welt anderen Zahlungsmitteln überlegen sein: beim Online-Einkauf (für den Bitcoins besser geeignet sind als Kreditkarten) und bei Finanztransaktionen mit Menschen, die noch keinen Zugang zu den globalen Waren- und Finanzmärkten haben – da kann schon ein einfaches Mobiltelefon ausreichen, um weltweit Geld zu transferieren.

Jerry Michalski > Seite 82

**WAS PASSIERT, WENN DEINE KUNDEN DICH NICHT MEHR BRAUCHEN?** Die Machtverschiebung von den Produzenten hin zu den Bürgern ist in vollem Gange – es verbietet sich schon, sie sich

als «Konsumenten» vorzustellen. Unternehmen sollten sich auf die neue Relationship-Economy einstellen, indem sie ihre Beziehungen so aufbauen, wie es auch Menschen untereinander tun.

Hans Eysink Smeets > Seite 86

**SHOP, TILL IT DROPS** Trotz aller Klagen des stationären Einzelhandels hat sich im vergangenen Jahrzehnt die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte praktisch nicht verändert. Und, so das Ergebnis einer Studie in den Niederlanden, in etwa einem Viertel der Retail-Segmente hat sie sogar um mehr als dreissig Prozent zugenommen. Die grosse Story im Einzelhandel ist denn auch nicht der Niedergang, sondern die Volatilität.

Susanne Fischer > Seite 92

**DIE FREUDE DER SPÄTEN GEBURT** Das Phänomen der aufgeschobenen und später im Lebenslauf nachgeholt Geburt, das in allen Industrieländern zu beobachten ist, nimmt ebenso überall an Häufigkeit zu. Die späte Mutterschaft kann als neue Antwort auf die Frage verstanden werden, ob Frauen alles haben können, als die Antwort: Ja. Späte Mütter sind unter anderem entspannter, zufriedener, gebildeter und auch noch wohlhabender als jüngere Mütter. Das «Postponement» könnte zum Zukunftsmodell werden.

## WORKSHOP

David Bosshart > Seite 100

**FOOD AT WORK** Lange wurden Kantinen nur auf Kosten und Effizienz hin optimiert. Doch in Zukunft wird die Verpflegung der Mitarbeitenden auch zum Schaufenster des Unternehmens. Das Essen dient auch als Instrument für die Wertschätzung und Motivierung der Mitarbeitenden, es fördert das Betriebsklima. Da es im globalen Wettstreit immer schwieriger wird, die richtigen Leute zu finden, können solche «weichen» Faktoren den Unterschied ausmachen. Das Geschäftsessen behält auch im Age of Less seine Funktion: Es ist für die

Beziehungspflege von Geschäftspartnern ein wertvolles Instrument, das sogar an Bedeutung gewinnt. Neu ist das Ambiente der dafür gewählten Orte: entspannt statt steif, authentisch statt protzig.

Frerk Froböse, Martina Kühne > Seite 104

**REISEWEGE 2025** Convenience und Experience – das sind die zwei Schlüsselbegriffe für die Anforderungen, die die Schweizer auch in Zukunft an ihre Reisewege stellen werden: Convenience für die alltäglichen Wege, Experience in Ferien und Freizeit. Dementsprechend bieten sich für Mobilitätsinnovationen in der Schweiz entlang dieser Begriffe die grössten Erfolgchancen.

Mirjam Hauser > Seite 108

**ANS NETZ GEHEN** Die Schweiz verfügt flächendeckend über gut funktionierende Netzinfrastrukturen, ob für Wasser, Strom, Gas, Telekommunikation oder Verkehr. Was aber noch weitgehend fehlt, sind langfristig ausgerichtete kommunale Strategien für die Netzinfrastruktur. Um deren Erhalt langfristig zu gewährleisten, braucht es eine verstärkte Kooperation von Gemeinden, Kantonen und privaten Anbietern.

Jakub Samochowiec > Seite 112

**UNSER ZUKÜNFTIGES ICH** Bei Kaufentscheidungen geht es darum, eine Vorstellung davon zu entwickeln, wie viel Nutzen unser zukünftiges Ich aus einem Produkt ziehen wird. Dies erfolgt mittels einer mentalen Simulation der Zukunft. Es fällt aber schwer, sich in ein zukünftiges Ich hineinzuversetzen – besonders wenn es darum geht, sich in andere affektive und emotionale Zustände hineinzufühlen. Die falschen Vorstellungen über unsere zukünftigen Bedürfnisse und die Zufriedenheit mit Produkten haben eine Vielzahl von Implikationen für den Handel.

# TEIL-WERTE

Gleich zwei Global-Thought-Leader-Maps wurden für die diesjährige Wertung gezeichnet. Hier die Ranglisten dazu. Und noch ein paar Tabellen mehr.

## BLOGOSPHERE

Die Top 20 im Teil-Ranking für die Blogosphäre

Name	Platz Blogosphäre	Influence-Rank
Gore, Albert Arnold «Al»	1	1
Žižek, Slavoj	2	4
Piketty, Thomas	3	42
Schirmmayer, Frank	4	53
Venter, John Craig	5	20
Stern, Nicholas Herbert	6	10
Reinhart, Carmen M.	7	35
Sacks, Oliver Wolf	8	11
Romer, Paul Michael	9	29
Musk, Elon	10	6
Krastev, Ivan	11	63
Skocpol, Theda	12	38
Rogoff, Kenneth Saul	13	33
Applebaum, Anne Elizabeth	14	27
Lessig, Lawrence	15	7
Rosling, Hans	16	61
Habermas, Jürgen	17	2
Singer, Peter	18	3
Ramachandran, Vilayanur S.	19	18
Gigerenzer, Gerd	20	56

## WIKISPHERE

Die Top 20 im Teil-Ranking für Wikipedia

Name	Platz Wikisphäre	Influence-Rank
Gore, Albert Arnold «Al»	1	1
Chomsky, Avram Noam	2	32
Singer, Peter	3	3
Habermas, Jürgen	4	2
Stiglitz, Joseph Eugene	5	19
Dawkins, Clinton Richard	6	65
Sen, Amartya Kumar	7	72
Hawking, Stephen William	8	16
Rushdie, Ahmed Salman	9	21
Bauman, Zygmunt	10	73
Roy, Suzanna Arundhati	11	9
Wilson, Edward O.	12	52
Berners-Lee, Timothy «Tim» John	13	36
Dennett, Daniel Clement	14	5
Nussbaum, Martha	15	13
Krugman, Paul Robin	16	74
Vargas Llosa, Jorge Mario Pedro	17	15
Okonjo-Iweala, Ngozi	18	26
Žižek, Slavoj	19	4
Murakami, Haruki	20	47



**NATIONALITÄTEN DER IDEENGEBER**

Anteil in Prozent

Nationalität	in Top 100	in Auswahl
USA	43	41,9
Grossbritannien	11	9,1
Deutschland	8	7,5
Indien	4	5,0
Frankreich	3	7,1
Kanada	3	2,5
Japan	2	0,8
Schweiz	2	1,7
Doppel-Nationalität	11	5,8
Rest der Welt	13	18,6

**FACHRICHTUNGEN DER IDEENGEBER**

Anteil in Prozent

Name	in Top 100	in Auswahl
Publizist/Autor	19	16,7
Ökonom	18	19,1
Politologe	7	7,1
Philosoph	6	10,8
Psychologe	6	4,1
Biologe	4	5,0
Physiker	4	5,8
Soziologe	3	5,0
sonstige	33	26,4

**GESCHLECHTER**

Anteil in Prozent

Geschlecht	in Auswahl	in Top 100	in Top 20
männlich	87,5	84	90
weiblich	12,5	16	10

**KONTINENTE DER IDEENGEBER**

Anteil in Prozent

Kontinent	in Top 100	in Auswahl
Nordamerika	47	45,6
Europa	28	29,8
Asien	8	10,0
Südamerika	5	4,1
Afrika	1	1,2
Australien	1	0,8
sonstige	10	8,5

**UND WO SIND DIE THOUGHT-LEADER VON 2012 GEBLIEBEN?**

Influence-Rank 2013 der Top 20 von 2012

Name	2012	2013
Florida, Richard	1	86
Sarrazin, Thilo	2	116
Kahneman, Daniel	3	14
Graeber, David	4	152
Pinker, Steven	5	34
Rushkoff, Douglas	6	125
Ferguson, Niall	7	25
Gelernter, David	8	174
Schirmmacher, Frank	9	53
Radermacher, Franz Josef	10	134
Kurzweil, Ray	11	45
Sterling, Bruce	12	67
Ridley, Matt	13	57
Gigerenzer, Gerd	14	56
Sandel, Michael	15	123
Diamandis, Peter	16	129
Wilson, Edward	17	52
Slaughter, Anne Marie	18	113
Sheldrake, Rupert	19	68
Castells, Manuel	20	117