

GDI IMPULS



Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Nummer 3 . 2014

**maximal
minimal**

Jeremy Rifkin
Der nächste Kapitalismus

Martina Kühne
Der reife Luxus

Julian Gough
Das Litcoin-Experiment

Thema: Dematerialisierung

4 AUTOREN

66 SUMMARIES THEMA

112 SUMMARIES IDEEN, WORKSHOP

113 ZUSATZIMPULS

114 GDI-STUDIEN

116 GDI-KONFERENZEN

118 GDI GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

120 GDI-AGENDA 2014/2015

120 IMPRESSUM

> Die grossen Grafiken

10 DAS ANTI-DING-DING

... und weitere technische und soziale Innovationen, die unseren materiellen Rucksack verkleinern.

> Konsum

Martina Kühne

16 DER NÄCHSTE LUXUS

Neue GDI-Studie: Wie das neue Verständnis des Luxuriösen aussieht und wie das unsere Gesellschaft verändert.

> Mode

Katrin Kruse

22 ECHT DE LUXE

Wie das Top-Segment der Modebranche sich auf eine Zukunft einstellt, in der Besitz weniger zählt als Können.

> Logistik

Anja Dilk . Heike Littger

26 SHARE! WHERE?

Sharing liegt im Trend – aber es hakt an der Logistik. Wie, und wo, lässt sich bequem und sicher teilen?

> Ökologie

Gespräch mit Friedrich Schmidt-Bleek

34 DER DEMATERIALIST

Auf der Suche nach dem geeigneten Initiator für eine Ressourcenwende hin zu einer dematerialisierten Wirtschaft.

> Innovation

Detlef Gürtler

42 DER 100-PROZENT-STOFF

Nach fünf Jahren Entwicklungsarbeit bringen die Freitag-Taschen-Fabrikanten einen neuen, konsequent nachhaltigen Stoff auf den Markt. Eine Odyssee der Materialität.

> Volkswirtschaft

Jeremy Rifkin

46 DER NÄCHSTE KAPITALISMUS

Kreativer Unternehmergeist als Ressource für den Übergang in die Zeit nach der Knappheit.

> Foto-Essay

Stephanie Kiwitt

52 NACH INNEN

Wahre Werte muss man nicht nach aussen wenden. Man weiss ja selbst, was man hat.

Ideen

> Preisstrategie

Stefan Beeck, Jens Müller, Annette Ehrhardt

70 PRICING IN DER DEFLATION

Wie Unternehmen ihre Preisstrategie ausrichten sollten, wenn – wie jetzt – eine Epoche sinkender Preise droht.

> Entwicklungspolitik

Elísio Macamo

76 FREIHEIT. GLEICHHEIT. AUSBEUTUNG.

Die Segnungen der Aufklärung sind einer der grossen Mythen des Abendlandes. Oder doch nur ein Märchen?

> Management

Gespräch mit Marc Stoffel

82 MEHR DEMOKRATIE WAGEN

Wie die Wahl der Führungskräfte durch die Mitarbeiter zu einer besseren Entscheidungsqualität führen kann.

> Handel

Fernanda Barrence Mutz

86 KURATIERTES ONLINE-SHOPPING

Händler, die als Kuratoren agieren, erleichtern den Konsumenten die Wahl und können sich auch gegen die Netzgiganten behaupten. Eine Systematik des Kuratierens.

> Zwischenruf

Julian Gough

92 LITCOIN

Ein – erfolgreiches – Crowdfunding-Experiment kann den Weg zu einer neuen artistischen Ökonomie weisen.

Workshop

> Ernährung

Bettina Höchli, Mirjam Hauser und David Bosshart

100 DAS NÄCHSTE BIO – DIE ZUKUNFT DES GUTEN KONSUMS

Nach zwanzig Jahren Boom braucht die Branche der Bio-Lebensmittel einen Neuansatz, um auch weiterhin nachhaltig erfolgreich zu sein.

> Medien

Detlef Gürtler

106 NO BRIDGE OVER TROUBLED WATER

Was die Twitter-Kommunikation während des Gaza-Kriegs uns über die Zukunft der Medien verrät.

> Kolumne

Peter Felixberger

110 WEGE ZUM WESENTLICHEN

Gute neue Bücher von Daniel Goleman, Markus Baumanns, Torsten Schumacher, Jens Schadendorf und Sascha Mamczak.

Autoren

FERNANDA BARRENCE MUTZ > S. 86 arbeitet am Schnittpunkt von Business, Design und Innovation. Sie studierte Betriebswirtschaft in Brasilien und arbeitete zehn Jahre lang in multinationalen Unternehmen wie EY, Alcoa und BASF in Nord- und Südamerika und Deutschland. 2013 entschied sie, einen forschungsorientierten Master of Arts in Design mit Vertiefung in Trends und strategisches Design an der ZHdK (Schweiz) zu machen, und hat den Studiengang gerade abgeschlossen. www.linkedin.com/in/fernandabarrencemutz

STEFAN BEECK > S. 70 arbeitet als Senior Director seit 2001 für die auf Marketing- und Strategiefragen spezialisierte Unternehmensberatung Simon-Kucher & Partners in Zürich. Der Vertriebs- und Pricing-Experte studierte Betriebswirtschaftslehre in Deutschland und Norwegen und unterstützt Industrie- und Technologieunternehmen bei der Umsetzung profitabler Wachstumsstrategien. www.simon-kucher.com

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

ANNETTE EHRHARDT > S. 70 ist Senior Director bei der auf Marketing- und Strategiefragen spezialisierten Unternehmensberatung Simon-Kucher & Partners in Zürich. Sie studierte Betriebswirtschaftslehre und internationales Management in Deutschland und Frankreich und ist Experte für das Thema Commercial Excellence. www.simon-kucher.com

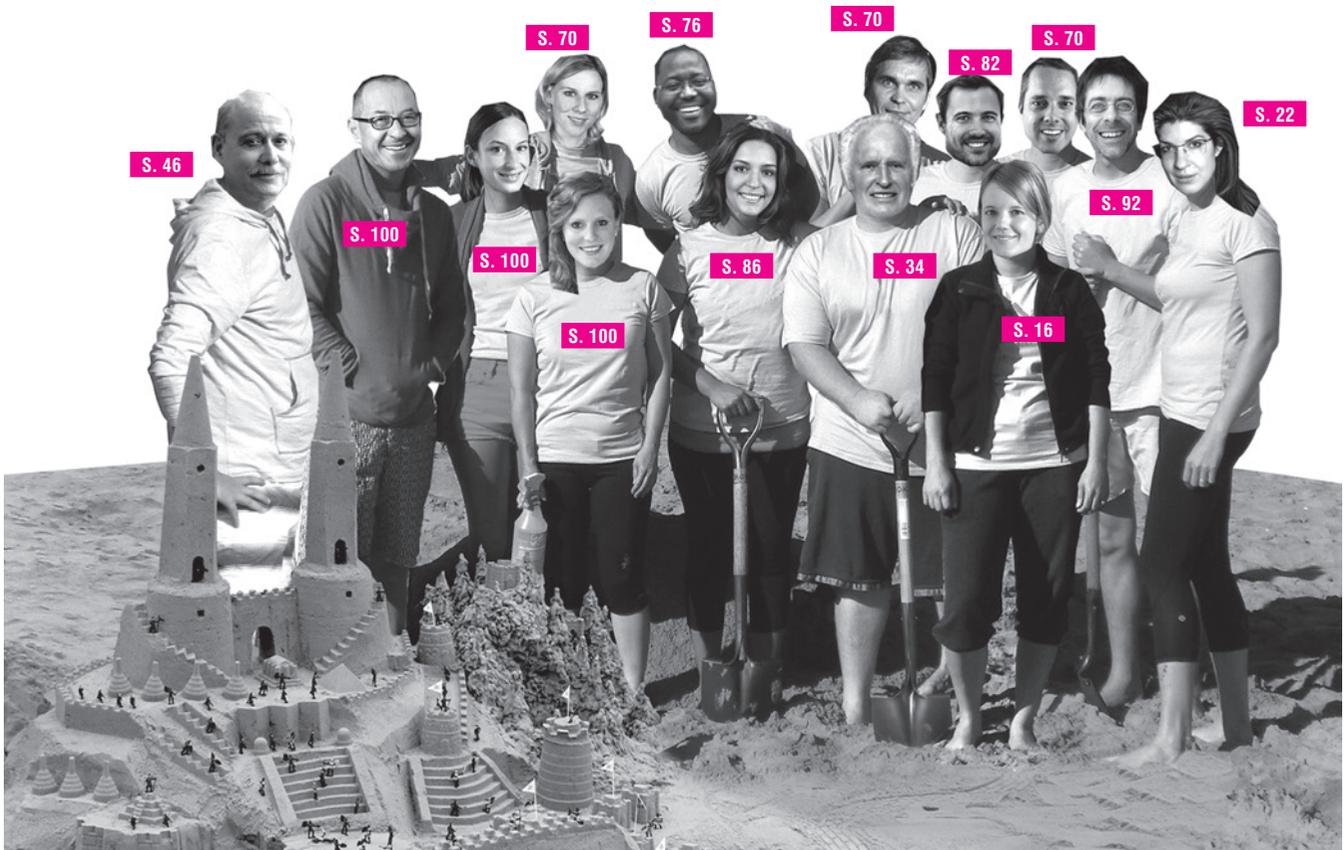
JULIAN GOUGH > S. 92 ist irischer Schriftsteller mit Wohnsitz in Berlin. Zu seinen ungewöhnlicheren Publikationen gehören eine Kurzgeschichte für die «Financial Times», der Abspann des Spiels Minecraft und Hunderte Postkarten aus Las Vegas für die Unterstützer seines Kickstarter-Projekts. www.juliangough.com

MIRJAM HAUSER > S. 100 ist Senior Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und analysiert Veränderungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Konsum mit den Schwerpunkten Werte, Einstellungen, Konsumentenverhalten und Ernährung. www.gdi.ch

BETTINA HÖCHLI > S. 100 ist Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institute und analysiert Veränderungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Konsum. An den Universitäten in Bern und Tokio studierte sie Volkswirtschaft und Soziologie mit Vertiefung in Spieltheorie und Verhaltensökonomie. Sie arbeitete als stellvertretende Geschäftsleiterin beim Dachverband Schweizer Jugendparlamente und absolvierte das Trainee-Programm bei den Schweizerischen Bundesbahnen. www.gdi.ch

KATRIN KRUSE > S. 22 ist Kulturwissenschaftlerin und Modepublizistin. Sie hat universitätsaffine Jahre in Berlin und London verbracht, war feste Modeautorin der «Tageszeitung» in Berlin, Stilredaktorin der «NZZ am Sonntag» und Ressortleiterin des Trendbunds der «Sonntagszeitung» in Zürich. Kruse ist Dozentin für Modetheorie am Institut Mode-Design der HGK. Sie lebt in Basel. www.katrinkruse.com

MARTINA KÜHNE > S. 16 ist Senior Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institut und analysiert gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Veränderungen mit den Schwerpunkten Konsum, Handel und Mobilität. www.gdi.ch



ELÍSIO MACAMO > S. 76 ist Assistenzprofessor mit «Tenure Track» für African Studies an der Universität Basel. Zuvor lehrte er Entwicklungssoziologie an der Universität Bayreuth, wo er Gründungsmitglied der Bayreuth International Graduate School of African Studies war. Geboren und aufgewachsen ist er in Moçambique. Macamo studierte in Maputo (Moçambique), Salford und London (England) sowie in Bayreuth (Deutschland). www.zasb.unibas.ch

JENS MÜLLER > S. 70 ist Partner der global tätigen Unternehmensberatung Simon-Kucher & Partners und leitet seit vielen Jahren das Büro in Tokio. Der Japanexperte unterstützt japanische und internationale Industrie- und Technologieunternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Marketing-, Vertriebs- und Pricing-Strategien. www.simon-kucher.com

JEREMY RIFKIN > S. 46 ist Soziologe, Ökonom und Publizist und gehört zu den einflussreichsten Intellektuellen der USA. Der Gründer und Vorsitzende der Foundation on Economic Trends in Washington DC beschreibt die Auswirkungen des wissenschaftlichen und technischen Wandels. Rifkin unterrichtet unter anderem an der Wharton School der Universität von Pennsylvania

und ist Berater diverser Regierungen sowie der Europäischen Kommission. Sein jüngstes Buch «Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft. Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus» ist ebenfalls bei Campus erschienen. www.foet.org

FRIEDRICH SCHMIDT-BLEEK > S. 34 ist der Pionier der Ressourcenwende und Erfinder des Faktor-10-Konzeptes. Der Chemiker ist Gründungs-Vizepräsident des Wuppertal Instituts, arbeitete als Abteilungsleiter in der OECD und im IIASA und ist ausserdem Initiator des World Resources Forum Davos und des Factor 10 Institute. 2001 wurde er mit dem Takeda World Environment Award ausgezeichnet. Schmidt-Bleek ist Autor zahlreicher Bücher und Publikationen. www.factor10-institute.org

MARC STOFFEL > S. 82 führt die Haufe-umantis AG seit Juni 2013 als CEO. Seit 2005 hat er den Anbieter für Talent-Management-Software in verschiedenen verantwortungsvollen Positionen in den Bereichen Software-Entwicklung, Produktmanagement sowie Vertrieb und Marketing geprägt, seit 2009 mit operativer Gesamtverantwortung für Vertrieb und Partnerschaften. www.umantis.com

Summaries

THEMA: DEMATERIALISIERUNG

Martina Kühne > Seite 16

DER NÄCHSTE LUXUS In Anlehnung an die unterschiedlichen Lebensphasen des Menschen wird hier erstmals das Luxuriöse in vier Phasen segmentiert. Die infantile Phase (Glanz und Glitzer) sowie die adoleszente Phase (Status und Position) haben die Menschen in den entwickelten Staaten meist hinter sich gelassen, dort herrscht die Maturitätsphase vor (Erlebnis und Erfahrung). Doch eine nächste Phase kündigt sich an: die Senioritätsphase. Bei ihr stehen Wissen und Erkenntnis im Vordergrund: Es geht nicht mehr vorrangig darum, Dinge zu besitzen und vorzeigen zu können, sondern darum, Kennerschaft zu erwerben – das Wissen um die Machart der Dinge, ihre Verarbeitung und Zubereitung. Das zugehörige Leitbild ist der Connaisseur, der über Wein oder Tee, Fleisch oder Gemüse Bescheid weiss und zu jeder Zutat eine Geschichte erzählen kann.

Katrin Kruse > Seite 22

ECHT DE LUXE Wenn Luxus nicht mehr bedeutet, etwas zu besitzen, sondern etwas zu können, würde die Modebranche davon direkt betroffen: Was stellt man her, wenn Produkte nicht mehr gefragt sind? Beobachtet man die jüngsten Entwicklungen genau, dann ist die Antwort bereits zu erkennen: Produkte – aber nur dann,

wenn Können und Fähigkeit im Produkt implementiert sind. So flog etwa Gucci seine Florentiner Handwerkskünstler nach Japan und in die USA ein und liess sie dort ihr Können demonstrieren. Der Luxus-Grosskonzern Louis Vuitton öffnete 2013 sogar erstmals in seiner Geschichte mehr als vierzig seiner Produktionsbetriebe für das Publikum.

Anja Dilk . Heike Littger > Seite 26

SHARE! WHERE? Die Shareconomy hat zuletzt deutlich an Dynamik gewonnen. Allerdings läuft abgesehen von Auto und Wohnung das Sharing noch nicht so wirklich rund. Eines der zentralen Probleme ist die Logistik – vor allem bezüglich Ort und Abwicklung des Austauschs. Experimentiert wird – von Stickern am Briefkasten über spezielle Leihläden bis hin zu Crowd-Bringdiensten – mit so ziemlich allen möglichen Share-Wegen. Eine Ausweitung des Konzepts der dezentralen Leihbibliothek auf Sharing-Güter könnte an einer schon vorhandenen Infrastruktur ansetzen – erste derartige Interessensbekundungen gibt es schon.

Gespräch mit Friedrich Schmidt-Bleek > Seite 34

DER DEMATERIALIST Eine Dematerialisierung der Wirtschaft und damit eine Nutzung natürlicher Ressourcen in nachhaltig verträglichem Rahmen kann ohne Einbusse an Lebensqualität umgesetzt werden. Allerdings ist kein Akteur sichtbar, der den Einstieg in die Ressourcenwende schaffen könnte: Den Konsumenten fehlen die nötigen Informationen, die Politik scheut die Auseinandersetzung, die Unternehmen könnten zwar schnell reagieren, aber nicht selbst die Initiative ergreifen. Zudem würde der Elan, den eine politische Lösung dieses Umweltproblems brauchen würde, bereits von der (ökologisch fragwürdigen) Energiewende beansprucht. Allenfalls den Kirchen wäre zuzutrauen, sich für den Erhalt der Schöpfung und damit für eine Ressourcenwende einzusetzen.

Detlef Gürtler > Seite 42

DER 100-PROZENT-STOFF Ein konsequent nachhaltiges Material, aus heimischen Rohstoffen und zu 100 Prozent biologisch abbaubar ist in der Textilindustrie eine Seltenheit und kommt im Herbst von den Taschen-Produzenten Freitag auf den Markt. Der gegen die Branchenlogik entwickelte Stoff kann eine Vorbildfunktion einnehmen und andere inspirieren. Und eventuell sogar der Stoff werden, aus dem die Epoche nach der Globalisierung gewebt wird.

Jeremy Rifkin > Seite 46

DER NÄCHSTE KAPITALISMUS So wie Anfang des 20. Jahrhunderts mehrere Jahrzehnte lang Unternehmer der Ersten und der Zweiten Industriellen Revolution nebeneinander existierten, wird auch der Übergang zur Dritten Industriellen Revolution solche Parallelstrukturen sehen. Dabei wird der Kapitalismus der Knappheit durch eine Welt nahezu kostenloser Güter ersetzt und der Unternehmergeist durch Sozialunternehmertum. Aber die Kreativität bleibt.

Summaries

IDEEN

Stefan Beeck . Jens Müller . Annette Ehrhardt
> Seite 70

PRICING IN DER DEFLATION Eine wohl nicht massive, dafür aber länger anhaltende Deflation könnte Europa bevorstehen. In Japan wurden zuletzt im Umgang mit der Deflation zwei schwere Fehler gemacht: Unternehmen konzentrierten sich auf den Abbau der Verschuldung statt auf Gewinnmaximierung – und sahen sich fast alle einem harten Konkurrenzkampf ausgesetzt, anstatt die eigene Mitverantwortung für die Situation anzuerkennen. Dem von Kunden häufiger geäußerten Wunsch nach Preissenkungen sollte allenfalls mit Naturalrabatten nachgegeben werden. Um die Hemmschwelle potenzieller Kunden bei Neuanschaffungen abzubauen, können nutzungsabhängige Preismodelle hilfreich sein.

Elísio Macamo > Seite 76

FREIHEIT. GLEICHHEIT. AUSBEUTUNG. Die Geschichte von den Segnungen der Aufklärung ist einer der grossen Mythen des Abendlandes. Von ausserhalb betrachtet, wirkt die Geschichte eher wie ein Märchen, an das die Europäer nach wie vor glauben. Deren Verständnis der Aufklärung zeichnet die Geschichte als Offenbarung der europäischen Entwicklung – als Geschichte der Menschheit, so, wie sie zu sein hatte. Andere Formen,

welche die Geschichte annahm, wurden nicht nur als Abweichungen abgetan, sondern als Abweichungen, die korrigiert werden sollten. Mit dieser Auffassung von Aufklärung verlor die Geschichte ihre Unschuld. Sie wurde zum Werkzeug eines europäischen Willens zur Macht.

Gespräch mit Marc Stoffel > Seite 82

MEHR DEMOKRATIE WAGEN In den Unternehmen nimmt die Komplexität zu, und damit auch der Druck. Hierarchische Organisationen haben damit Probleme, weil von oben die Komplexität gar nicht mehr bewältigt werden kann. Deshalb muss sich jeder CEO fragen, wie er sein Führungsinstrumentarium erweitert. Eine seltene, aber bewährte Massnahme ist die Wahl der Führungskräfte durch die Mitarbeiter. Transparenz vorausgesetzt, entsteht durch den Entscheidungsprozess im Vorfeld der Wahl eine bessere Entscheidungsqualität als bei einem Verwaltungsratsentscheid.

Fernanda Barrence Mutz > Seite 86

KURATIERTES ONLINE-SHOPPING Kuratierung dürfte sich zu einer attraktiven Vertriebslösung entwickeln. Nicht nur, weil es Konsumenten die Auswahl erleichtern wird, sondern auch, weil es die Menschen ganzheitlicher betrachtet als nur in ihrer Konsumenteneigenschaft. Kuratierung im E-Commerce ermöglicht es den dort bereits aktiven Playern, über die derzeit noch vorherrschende Frühphase des möglichst vollständigen Angebots hinaus zu wachsen – und es würde neuen Playern Einstiegsgelegenheiten eröffnen. Die Vielfalt der beschreibbaren Kuratierungspfade (wie sie sich auch in den neun Reglern des Curation-Equalizers widerspiegelt) beinhaltet zudem eine Chance auf eine diverse und bunte Shopping-Welt.

Julian Gough > Seite 92

LITCOIN Die Geschichtenerzähler liefern den wichtigsten Rohstoff für die Medienindustrie, werden aber in der Branche am schlechtesten von allen bezahlt. Im Online-Zeitalter werden Vorschüs-

se von Verlagen noch magerer, aber die direkte Beziehung zu Lesern und Fans birgt neue Chancen. So kann der Markt für Schriftsteller-Ephemera so gestaltet werden, dass er nicht erst nach dem Tod des Autors erschlossen wird.

WORKSHOP

Bettina Höchli . Mirjam Hauser . David Bosshart
> Seite 100

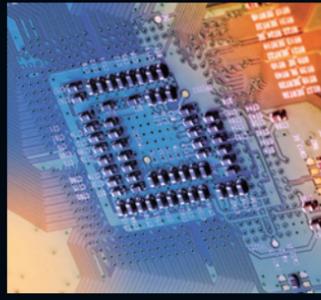
DAS NÄCHSTE BIO – DIE ZUKUNFT DES GUTEN KONSUMS Nahrungsmittel aus biologischer Landwirtschaft sind seit zwanzig Jahren eine Erfolgsgeschichte: Doch der Boom birgt neue Gefahren. Durch das Wachstum des ehemaligen Nischenmarktes verliert die Marke Bio an Schärfe und klarer Positionierung. Um nachhaltigen Erfolg zu haben, sollte die Bio-Branche versuchen, von einem über den Kopf gesteuerten Thema zum Bauchthema zu werden – indem sie das weitgehend unbesetzte Sehnsuchtsfeld des guten Essens übernimmt. Die richtige Kombination aus Vernunft und Emotion, aus «richtigem» und «gutem» Essen zu finden, wäre eine Art «heiliger Gral» der Lebensmittelbranche.

Detlef Gürtler > Seite 106

NO BRIDGE OVER TROUBLED WATER Analysen der Twitter-Kommunikationsströme während des Gaza-Kriegs zeigen, wie klein, fast inexistent, die gemeinsame Kommunikationsbasis beider Konfliktparteien ist. Gehör auf beiden Seiten finden einzig ein Medium und eine Person, mehr nicht. Damit hat eine Institution, die bislang oft eine Brückenfunktion innehatte, diese fast komplett verloren: die Medien. Und das gilt nicht nur für Kriege, sondern auch im normalen Leben – hier löst sich gerade eine Branche auf. Die Gesellschaft wird sich parallel dazu fragen müssen, was uns noch verbindet, wenn alle in der eigenen Filter-Bubble verschwinden.

Slim Tech

Technischer Fortschritt trägt dazu bei, den Ressourcen-Rucksack zu verkleinern, den unsere Wirtschaft mit sich herumträgt.



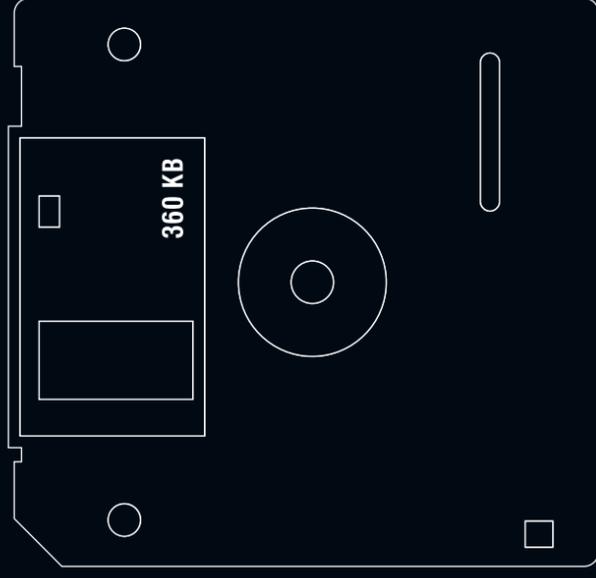
Speicher



Computer



Mooresches Gesetz



- Miniaturisierung
- Effizientere Technik
- Digitalisierung
- Kreislaufwirtschaft



Google Glass



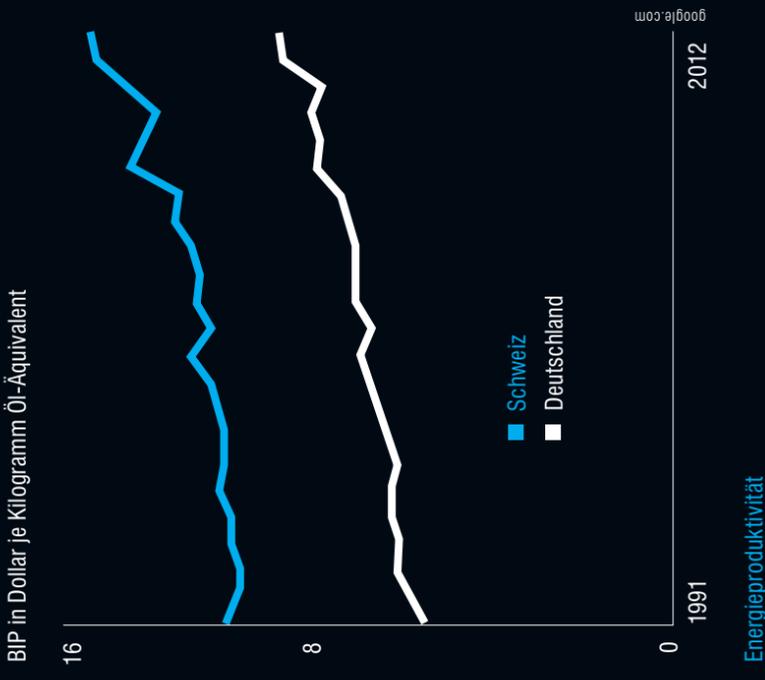
Navigation



LED-Beleuchtung



LEED-Architektur



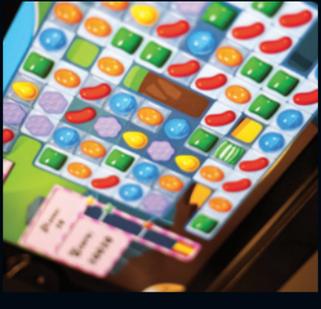
Energieproduktivität



Parkplatz-App



News



Entertainment



Wissen



Produktion (3-D-Druck)



C2C – Cradle to Cradle



Green Cities



Refurbishing

Dematerialismus

Sozialer Fortschritt, ökologisches Handeln und gesellschaftlicher Strukturwandel verringern unseren materiellen Fussabdruck.



Carsharing



Airbnb



Open Source



Kleiderkreisel



Uber



Stadtrückbau



- Shareconomy
- Begrenzung
- Regionalisierung
- Kulturwandel



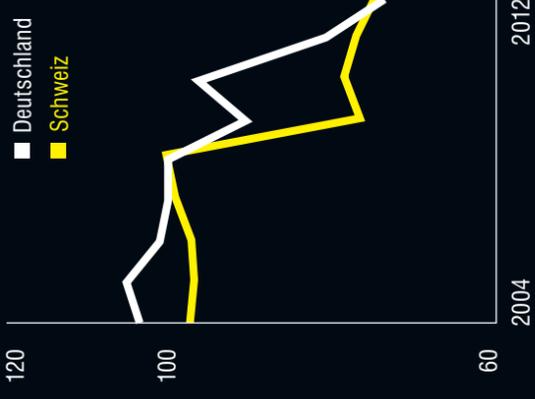
Peak Car – seit 2005 sinkt in den USA die Zahl der mit dem Auto gefahrenen Meilen



Wellness



Bauernmärkte



Leseverhalten – Zeitungspapierverbrauch in D und CH (2008 = 100)



Raw Food



Tafeln



Regionalläden



Statusträger Fahrrad



Slow Food



Trashion



Kochhaus



Scrapstores



Urban Farming