

# : Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

Aus einer aktuellen Ausgabe des "Zukunftsletter"

Chefredakteur: Matthias Horx

Website: [www.zukunftsletter.de](http://www.zukunftsletter.de)

Fachverlag für Marketing und Trendinformation

## **Zukunftsforscher Horx: Soziale Kompetenz, Ökologie und mobile Kommunikation sind die globalen Wachstumstreiber**

Von Gunnar Sohn

Bonn/Düsseldorf, [www.ne-na.de](http://www.ne-na.de) - Die Globalisierung rückt immer stärker in den Fokus unserer alltäglichen Geschäfte und beeinflusst die Innovationen: „Selbstreflexion und das Arbeiten am eigenen Ich werden zukünftig zu sozialen Schlüsselkompetenzen schlechthin. Anders als noch im vergangenen Jahr geht es bei der neuen Form der Selbstverwirklichung jedoch nicht um rücksichtslosen Freiheitsdrang, sondern um Ausgeglichenheit und soziale Kompetenz. Je mehr Geschwindigkeit in Privat- und Arbeitsleben steckt und je komplexer die Anforderungen in der globalen Ökonomie werden, desto mehr ist eine Persönlichkeit gefragt, die sich intuitiv und schnell auf neue Situationen einlassen kann und die weiß, wo die eigenen Bedürfnisse liegen“, so Matthias Horx, Chefredakteur des Fachdienstes Zukunftsletter <http://www.zukunftsletter.de>. Diese Entwicklung verdeutliche sich nicht nur in der gestiegenen Nachfrage nach persönlichem Consulting jeder Art, sondern auch in der neuen Bereitschaft zur gezielten Verbesserung von Geist und Seele durch Medikamente – so genanntes Neuro-Enhancement. „Die neuen Schlüsselqualifikationen Gesundheit, Life-Work-Balance und individuelles Wohlbefinden werden in den nächsten Jahren die Märkte erobern“, betont Horx.

Ähnlich wichtig werde die neue Ökologie: „Wer bisher dachte, grüner geht's nicht mehr, der irrt. Denn was bisher als Bio und Öko bei uns angekommen ist, kann vorsichtig als Vorhut bezeichnet werden. Das Bewusstsein für Umwelt und Ethik hat seinen Höhepunkt noch lange nicht erreicht. Der durchschnittliche Konsument wird zwar nicht wie Leo Hickman ‚Fast nackt‘ auf Zehenspitzen durchs Minenfeld des ethischen Lebens tippeln, doch fordert er eine neue Form ökologischer Lebensqualität jenseits des Verzichts. Das betrifft Branchen, in denen Ökologie und Umweltbewusstsein auf den ersten Blick Paradoxien sind: Rennautos, Technik, Wirtschaft und der Discount-Markt – ob täglicher Öko-Tipp per E-Mail über das Onlineportal Ideal Bite <http://www.idealbite.com>, Fliegen mit gutem Gewissen mit der Fluggesellschaft Virgin Atlantic <http://www.virgin-atlantic.com> oder ein 8-Liter-Sportwagen wie der Climax Cooper“, sagt Horx. Jede Branche müsse sich in den nächsten Jahren auf ihre Öko-Qualitäten besinnen – sei es bei den Rohstoffen, der Herstellung, beim Vertrieb oder beim ökologischen Vorteil des Endprodukts. „Der Trend zu ökologischen Dienstleistungen und Produkten wie Hybridmotoren, Biodiesel, regenerativen Energien, recyclingfreundlichen Materialien, hocheffizienten Kläranlagen, Biomasse-Kraftwerken oder

Gesundheitsberatung hat nichts mehr mit den ‚Zurück-zur-Natur-Parolen‘ und Wachstumsfeindlichkeit der Verzichtsapologeten der 70er Jahre zu tun. Ingenieurwissen, moderne Technologien und intelligente Dienstleistungskonzepte sind der Wegbereiter im Umweltschutz“, weiß Tobias Janßen von der Neusser Beteiligungs- und Beratungsgesellschaft Goldfish Holdings <http://www.goldfish-holdings.com>. Umwelttechnologien seien ein wichtiger Faktor für den Export in Länder wie China und Indien, die in den nächsten Jahren zur globalen Mittelschicht aufsteigen mit Wachstumsraten von vier bis sechs Prozent.

Ein weiterer Antriebsfaktor für den globalen Wohlstand sei die Konnektivität. „Die Welt wird immer vernetzter und schafft dadurch neue Märkte. Die Welt ist im Mobilfunk-Fieber“, stellt Zukunftsforscher Horx fest. In über 30 Ländern gebe es schon mehr Handys als Einwohner. Deutschland habe die 100-Prozent-Marke in diesem Sommer geknackt. „Dank neuer Finanzierungsmodelle beginnen die Mobiltelefone jetzt auch Afrika, Asien und Arabien zu erobern, wo die Handys oftmals noch vor dem Festnetz ganze Landstriche erreichen. Die dadurch gewonnene Connectivity ermöglicht der Bevölkerung nicht nur Zugang zu Informationen und mehr Demokratie, sondern auch den Anschluss an den Weltmarkt“, so Horx. SMS sei in Äthiopien oder Mauretanien zum Wahlaufruf genutzt worden, in Uganda verhandeln Kleinbauern gemeinsam per Handys mit den Abnehmern – und ob im Libanon oder im Iran: Der Markt der Second-Hand-Handys, Reparaturdienste oder Miet-Mobiltelefone prosperiere überall. „Der Trend zu Connectivity erfasst mittlerweile praktisch alle Länder. Mobiltelefone gehören zumindest in den Metropolen der Dritten Welt zum Standard“, bestätigt Mehdi Schröder, Vice President Enterprise Sales der Ericsson Deutschland GmbH <http://www.ericsson.com/de>. Wo Einwohner jahrelang auf die Möglichkeit eines Festnetztelefons warteten, sei heute das Mobiltelefon die Lösung schlechthin. „Cybercafés zum Internet-Surfen schießen in Städten wie Dakar wie Pilze aus dem Boden, die Menschen in den Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas haben Heißhunger auf das World Wide Web. Gleichermäßen zieht das Business nach: tagesaktuell sind die führenden Zeitungen Sénégals im Web zu finden und personalkostenintensive Call Center entstehen zunehmend an Standorten wie in der Türkei und in anderen Ländern, in denen die notwendige Sprachkompetenz wie im Fall der Türkei für die deutsche Sprache zu finden ist. Rund um die Welt werden Kommunikationsmetropolen entstehen, die technologisch auf einem ähnlichen Stand sind und somit universelle Standorte im Global Business darstellen“, prognostiziert Schröder. Connectivity sei der Megamarkt der kommenden Jahre: Die steigende weltweite Vernetzung biete Produzenten, Anbietern und Dienstleistern ein riesiges Potenzial.