

Die Ursachen des fundamentalen Wandels

Die Wechsel vom Altertum zum Mittelalter und vom Mittelalter zur Neuzeit.

- Ökonomisch, philosophisch, theologisch, wissenschaftlich

Übergänge in den Moralvorstellungen

Strauss and Howe – die vier Archetypen von Generationen

- Die Phase der Intensität
- Phase des Aufbruchs
- Die Phase der Verwirrung
- Die Phase der Krise

Die Frage nach dem Sinn des Lebens

Werteunsicherheit

Ursachen für den heutigen Werteverfall

Die langfristigen Entwicklungschancen

- Die Ökonomie
- Die Politik
- Die Kirche
- Die Wissenschaften
- Die Ethik

Die Gefahren für Unternehmen

Die momentane Situation

- Desorientierung, Nulloption und Extrapolarisation

Die Kompensation als Reaktion auf den Werteverfall

- Dummheit,
- Wahnhaftigkeit
- Arroganz
- Intoleranz

Die realistischen Möglichkeiten des fundamentalen Wandels

Die Rahmenbedingungen für evolutive Unternehmen

- Die zukünftige Individualität
- Die zukünftige Sozialität
- Die zukünftige Grenzhaftigkeit
- Die zukünftige Geschichtlichkeit
- Die zukünftige Welthaftigkeit
- Die zukünftige globalisierte Welt
 - Der zukünftige Wettbewerb
 - Das zukünftige Verhältnis von arm und reich
 - Der zukünftige Umgang mit überflüssiger Arbeit
 - Der zukünftige Zwang zur Kreativität personaler Freiheit
 - Die zukünftigen Globalisierungsgewinner und Globalisierungsverlierer
 - Die zukünftige Arbeitsplatzvernichtung
 - Das zukünftige Überleben großer Unternehmen in der Globalisierung
 - Der zukünftige Kapitalismus

Die Chancen:

Das evolutive Unternehmen

- Wir benötigen eine kreative Phase
- Evolutive Unternehmen können mit Komplexität umgehen
- Die Definition der Arbeitsfelder evolutiver Unternehmen
- Die Gestaltung der evolutiven Unternehmenszukunft
- Die Adaptionfähigkeit eines evolutiven Unternehmens

Acht Trends für die nächsten zehn Jahre

Das werden evolutive Unternehmen tun:

1. Verändern Sie ihr Denken

2. Dynamisieren Sie Ihre Unternehmenskultur

3. Beherrschen Sie das Krisenmanagement

4. Erschaffen Sie eine Vertrauenskultur

- Vertrauen benötigt Kompetenz
- Vertrauen benötigt Angemessenheit
- Vertrauen benötigt Zuverlässigkeit
- Vertrauen benötigt Aufrichtigkeit
- Vertrauen benötigt Ehrlichkeit
- Vertrauen benötigt Versprechen, die man halten will
- Vertrauen benötigt Versprechen, die eingehalten werden

5. Handeln Sie verantwortungsbewusst

6. Entdecken Sie Ethik als Produktionsfaktor

7. Bedenken Sie wichtige Ressourcen

8. Verändern Sie Ihren Umweltverbrauch

9. Achten Sie auf politische Rahmenbedingungen

10. Achten Sie auf die Reorganisation des Weltfinanzsystems

11. Beobachten Sie den Kapitalismus

- Das laboristische Modell

12. Beachten Sie die großen Megatrends

- Megatrend: Alterung
- Megatrend: Gesundheit
- Megatrend: Spiritualität

13. Schauen Sie die sich verändernden Konsumentengruppen an

- Die junge Generation (12 – 35 Jahre)
- Die Mid-ager (35 – 55 Jahre)
- Die Alten-Generation (55 - ?)

14. Entdecken Sie den Konsumenten der Nachhaltigkeit

- Die LOHAS

15. Entdecken Sie die zukünftigen Sinnmärkte

- Regionalität
- Spiritualität
- Bildung
- Körper und Genuss
- Ethik wird zum Konsum
- Sozial-Kapitalismus
- Medien

16. Unterschätzen Sie Science Fiction nicht

Fazit