

## 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,
- Wahnsinnigkeit
- 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 Adoptionsfähigkeit 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**