



Arbeitsmarktservice
Wien
BerufsInfoZentrum

Vision-Rundschau Innovationen-Trends-Prognosen

Nr. 201 / März 2018

IMPRESSUM: *** Gegründet Juni 1996 *** unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 6, Gumpendorfer Gürtel 2b, 1060 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, Katharina.Welan@ams.at Die Vision-Rundschau im Internet: <http://www.ams-forschungsnetzwerk.at> (auf „Publikationen“ klicken und dann links auf „AMS Vision-Rundschau“ – mit ABO-Möglichkeit)

Lebenswelten

Datennachschub gesichert – WeChat

Mit fast einer Milliarde aktiver Nutzer ist WeChat die meistgenutzte Chat- und Bezahlapplikation in China. Als Allzweckplattform hat sie für viele Chinesen quasi das Internet ersetzt - gleichzeitig ist sie auch wichtiges Mittel zur staatlichen Kontrolle und Zensur. In Zukunft soll die App zum Identitätsausweis werden und kann dann noch mehr über ihre Nutzer preisgeben.

Den Anfang machte der chinesische Stadtteil Nansha in der 14-Millionen-Metropole Guangzhou im Süden des Landes. Dort hat WeChat vergangenen Dezember virtuelle ID-Karten verteilt, die physische Personalausweise ersetzen sollen, berichtete die staatliche Nachrichtenagentur Xinhua. An dem Projekt ist auch eine Forschungseinrichtung des Ministeriums für Öffentliche Sicherheit beteiligt, wie das US-amerikanische Techportal The Verge schreibt.

In ganz China ausgeweitet

„Dieses Programm integriert WeChat weiter in den Alltag der Menschen“, sagte Zhang Yi, Chef der chinesischen Technologieberatung iiMedia, kürzlich gegenüber der „Financial Times“. Mit den ID-Karten sollen Nutzer etwa Behördengänge digital erledigen können. Für eine limitierte Version des digitalen Personalausweises müssen sie ihr Gesicht scannen lassen. Das System soll schrittweise auf ganz China ausgeweitet werden.

Mutterfirma will global expandieren

Geht es nach dem Mutterkonzern und chinesischen Internetunternehmen Tencent, soll die Applikation alle anderen Internetangebote ersetzen. Für viele chinesische Nutzer macht sie das bereits. Möglich ist das durch die App-in-App-Funktion der Plattform, auf der externe Anbieter ihre Anwendungen als „Miniprogramme“ integrieren können. Schon jetzt sollen rund 580.000 solcher Programme von Drittanbietern installiert werden können.

Zensur und Subventionen

Rund 960 Millionen Chinesen nutzen WeChat im Monat, etwa 38 Milliarden Nachrichten werden täglich verschickt. Der Aufstieg des ursprünglich reinen Messenger-Dienstes (chinesisch Weixin, „kleine Nachricht“) wurde durch die Zensur der Regierung - und Blockade ausländischer Anbieter wie Twitter und Facebook - sowie staatliche Subventionen und Integration von Regierungsbehörden möglich.

Tencent gehört zu den wertvollsten chinesischen Unternehmen. Der chinesische Internetriese will sein Service auch global expandieren. Schon jetzt gibt es WeChat auch auf Englisch, Deutsch und Französisch. Auf dem internationalen Markt dürfte der mangelnde Datenschutz das größte Problem werden. Auch wenn ausländische Nutzer keine chinesischen Sanktionen fürchten müssen: Wer WeChat nutzt, bei dem liest Chinas Führung mit - auch international.

Handel revolutioniert

In der Volksrepublik ist WeChat allgegenwärtig und für viele Chinesen nicht mehr aus ihrem Alltag wegzudenken: Mit ihr können sie nicht nur telefonieren, chatten oder Kurznachrichten versenden, sondern auch einkaufen, Reisen oder Restaurants buchen, Taxis bestellen, Fahrräder mieten oder bargeldlos bezahlen. Das hat den kompletten Handel in China revolutioniert. Mittlerweile sind in unzähligen Geschäften, Restaurants und sogar bei Obsthändlern auf der Straße QR-Codes (englisch Quick Response, „schnelle Antwort“) zu finden, über die sich die Einkäufe via Smartphone mobil bezahlen lassen.

Haft für „Dampfbrötchen Xi“-Sager

Dass die App aufgrund ihrer vielen Funktionen riesige private Datenmengen generiert, die zur Überwachung genutzt werden können, ist kein Geheimnis - im Gegenteil: Tencent macht keinen Hehl daraus, dass chinesische Sicherheitsbehörden jederzeit Zugriff auf die Daten ihrer Nutzer haben können, wie ein Blick in die offizielle Datenschutzerklärung der App zeigt. Dort ist seit September 2017 die Weitergabe nahezu aller Informationen an die Behörden angeführt. Wenn Chinas Kommunistische Partei also von Tencent wissen will, was die App-Nutzer in China – oder im Ausland – treiben, müssen sie nur danach verlangen.

Da sich jeder WeChat-Nutzer mit seinem Namen und Bankdaten registrieren muss, kann er für seine Inhalte auch verantwortlich gemacht werden. Zahlreiche Nutzer sitzen in China im Gefängnis, weil sie sich aus Sicht der kommunistischen Führung politisch nicht korrekt geäußert haben. Letztes Jahr wurde ein Mann zu zwei Jahren Haft verurteilt, nachdem er Präsident Xi Jinping in privaten Nachrichten, die er an Freunde auf WeChat verschickt hatte, als „Dampfbrötchen Xi“ bezeichnet hatte, berichtete die „Financial Times“.

Chinesen werden sensibler

Dass sich in China trotz Zensur und Überwachung kein Widerstand regt, liegt nicht allein am Staatsapparat, der keine Kritik zulässt. Chinas Nutzer gelten als eher unbedarft, sorgen sich kaum um den Schutz ihrer Privatsphäre, so die geläufige Meinung.

„In China ist es kulturell tief verwurzelt, dass die Regierung Zugang zu deinem Leben hat“, sagte Matt Wright von der US-Hacker-Community AngelHack gegenüber The Verve. Die Erwartungshaltung an die Privatsphäre ist gering, „weil man keine Privatsphäre hat“, so Willy Shih, Professor an der Harvard Business School, zum US-Techmagazin.

Es gibt aber Anzeichen dafür, dass die Verbraucher in China zunehmend sensibler werden für mögliche Folgen des staatlichen Datenzugriffs, schrieb der „Economist“ kürzlich. Einer der Gründe sei der Onlinebetrug und Datendiebstahl, der in China ein großes Problem ist. Ob das langsam steigende Bewusstsein den Vorstoß von WeChat aufhalten kann, bleibt abzuwarten.

Zuckerbrot und Peitsche

Fest steht: China arbeitet schon seit geraumer Zeit an einer Art Orwell'schem Überwachungssystem. Vor vier Jahren wurde das soziale Bonitäts- oder Kreditsystem (social credit) beschlossen, dessen Umsetzungsphase gerade läuft. Es bewertet das soziale und politische Verhalten von Chinas Bürgern und belohnt oder bestraft nach den normativen Vorstellungen der Regierung.

Wer also seine Rechnungen pünktlich bezahlt oder einen guten Studienabschluss schafft, wird mit Punkten belohnt und hat es leichter bei der Suche nach einem Studienplatz, beim Wohnungskauf oder einer Anstellung in einer Behörde. Wer sich aber kritisch über das Regime äußert oder seinen Kredit zu spät zurückzahlt, dem drohen Sanktionen wie Beschränkungen beim Kauf von Flug- oder Eisenbahntickets, das Verweigern eines Kredites oder eine Kontosperrung der Bank.

Auch chinesische Unternehmen werden von dem Kreditsystem bewertet. Geprüft wird etwa, ob sie sich an Umweltauflagen halten oder ihre Steuer zahlen. Machen sie es nicht, können sie mit Geldstrafen oder Änderungen bei Lizenzen sanktioniert werden. Ab 2020 soll die gesamte Bevölkerung Chinas in das Beurteilungssystem gezwängt werden - dank WeChat ist der Nachschub an Daten jedenfalls gesichert.

Links:

WeChat-Datenschutzbestimmungen:

http://www.wechat.com/mobile/hdocs/en/privacy_policy.html

Chinas Sozialkreditsystem 2014-2020:

<https://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2014/06/14/planning-outline-for-the-construction-of-a-social-credit-system-2014-2020/>

The-Verge-Artikel: <https://www.theverge.com/2018/2/1/16721230/wechat-china-app-mini-programs-messaging-electronic-id-system>

„Economist“-Artikel: <https://www.economist.com/news/china/21735613-will-impede-governments-snooping-china-consumers-are-becoming-more-anxious-about-data>

„Financial Times“-Artikel (kostenpflichtig): <https://www.ft.com/content/3e1f00e2-eac8-11e7-bd17-521324c81e23>

(<http://orf.at/stories/2425259/2425260/>, 07.02.2018)

Management mal anders

Wie man beim Essen etwas für seine Firma lernen kann

Klagen über Ideenarmut und Silodenken sind zahlreich. Zum Glück gibt es Firmen wie Hubspot, die zeigen, wie man es besser macht. Anja Förster über eine Unternehmenskultur ohne Dienstwege aber mit einem Budget für interessante Menschen

Silodenken! Mangelnder Ideenfluss! Zu wenig interne Kommunikation! – So höre ich Führungskräfte häufig klagen. Auch Kollegen untereinander machen sich diesen Vorwurf: „Die Leute bei uns müssten öfter mal über den Tellerrand ihres Tagesgeschäfts schauen!“

Das ist alles richtig und komplett nachvollziehbar. Aber die Frage ist doch: Was bringen solche gut gemeinten Aufforderungen?

Oder anders gefragt: Was genau müssten denn Führungskräfte tun, um es den Mitarbeitern zu ermöglichen, über den Tellerrand zu schauen, mehr miteinander zu kommunizieren, Ideen in den Umlauf zu schicken und mit dem Silodenken aufzuhören?

Ich hätte da eine Antwort, wenigstens eine Teilantwort: Sie könnten es so machen wie Hubspot!

Wenn die Chefs gerade NICHT bestimmen

Hubspot ist ein junges und erfolgreiches Unternehmen, das 2006 in Cambridge, Massachusetts gegründet wurde, der Heimat der Harvard University und des Massachusetts Institute of Technology (MIT). Hubspot bietet Cloud-Software zur Automatisierung des Marketings an.

Was diese clevere Company auszeichnet, ist eine ultramoderne Unternehmenskultur: Radikale Transparenz und nur ein Mindestmaß an Regeln. Im Umkehrschluss: Es gibt keine Dienstwege.

Die Mitarbeiter entscheiden selbst, was gut und richtig ist für das Unternehmen. Bei Hubspot gibt es keine Regelhandbücher. Anders als in den meisten Unternehmen wird den Mitarbeitern gerade NICHT bis ins kleinste Detail vorgeschrieben, was von wem wie zu tun oder zu unterlassen ist. Die Menschen bei Hubspot glauben gerade NICHT, dass ohne klare Anweisungen und anschließende Kontrolle Chaos entstünde oder Entscheidungen getroffen würden, die nicht im Sinne des Unternehmens wären. Stattdessen gilt dort als erste und wichtigste Leitlinie: USE GOOD JUDGEMENT! – Entscheide selbst und verwende dabei deinen gesunden Menschenverstand!

Das Interessante-Menschen-Budget

Ein weiteres Charakteristikum der Unternehmenskultur bei Hubspot ist es, den Ideenaustausch zu fördern. Anstatt es bei gut gemeinten aber auch irgendwie leeren Aufforderungen zu belassen wie etwa „Nun tauscht euch mal aus! Seid doch mal ein bisschen offener!“, gibt es bei Hubspot einen „interesting person fund“. Das ist nicht mehr und nicht weniger als ein Budget, das ausschließlich dafür bereit steht, dass Mitarbeiter interessante Menschen auf einen Kaffee oder zum Essen einladen (Unlimited Free Meals Program).

Das ist ziemlich intelligent: Denn Mitarbeiter, die sich regelmäßig mit interessanten Menschen umgeben, von denen sie lernen können, erweitern ihren Horizont und sorgen für einen Zufluss an neuen Ideen.

(Quelle: Hubspot)

Auch hier gilt: Gerade für so etwas braucht es NICHT viele Regeln, es braucht kein vorheriges „Erlaubniseinholen“, ob der oder diejenige zum Essen eingeladen werden darf und welche Summe dafür zur Verfügung steht, sondern lediglich die Maßgabe: Denkst du, dass du von diesem Menschen etwas lernen kannst? Wenn ja, dann los!

Beim Business-Netzwerk LinkedIn gibt es auch ein solches Budget – dort allerdings mit einem weiteren Zusatz: Bitte schreibt hinterher eine kurze Zusammenfassung darüber, was ihr von eurem Gast gelernt habt.

Brillant! – Denn so wird die gewonnene Erfahrung sofort im Unternehmen geteilt.

Ein garantiert lohnendes Investment

Ich habe keine Ahnung, wie so ein Programm im deutschsprachigen Raum steuerlich funktionieren würde. Vermutlich gäbe es mal wieder zig Einwände. Aber ich bin davon überzeugt, dass Chefs Lösungen finden würden, wenn sie es wirklich wollten.

Darum: Liebe Chefs, probiert das in eurem Bereich doch einfach mal aus! Sie können ja ein Testbudget fixieren und die Zeitdauer befristen, um erste Erfahrungen zu sammeln.

Und liebe Nicht-Chefs: Schlagen Sie Ihren Chefs doch mal so eine limitierte Aktion vor. Idealerweise wie bei LinkedIn mit einer kurzen Zusammenfassung, was nebenbei deutlich macht, dass es um die Bereicherung der ganzen Organisation geht und nicht um Zusatzleckerlis für brave Mitarbeiter.

Sollten Sie weder Chef sein noch einen Chef haben, also selbstständig unterwegs sein, dann ist mein Vorschlag: Legen Sie sich für diese Treffen ein jährliches Budget zurecht und geben Sie das Geld ganz rigoros und ohne Hemmungen dafür aus. Im nächsten Jahr können Sie dann ja Bilanz ziehen, ob das gut investiertes Geld war.

Ich halte die Wette: Ja, es ist gut investiert! Und das sage ich aus eigener Erfahrung ...

<https://www.capital.de/karriere/management-unternehmenskultur-mit-dem-learning-lunch-ueber-den-tellerrand>, 02/2018)

Warum wir wettbewerbsfreie Zonen brauchen

Wettbewerbsfreie Zonen sind wichtig. Kollegen sind keine Konkurrenten.

Eine Stadt wie Heidelberg mit nur einem Bäcker?

Eine Fußball-Bundesliga mit nur einer Mannschaft?

Ein Arbeitsmarkt mit nur einem Arbeitgeber?

Das ist für alle, die in einer freien Marktwirtschaft aufgewachsen sind, nicht vorstellbar. Und das Grundprinzip einer freien Marktwirtschaft ist nun einmal der Leistungswettbewerb: Nur derjenige, dessen Angebot für die Kunden attraktiver ist, der schneller und cleverer ist, der sich besser auf die Nachfrage einstellt, der ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten kann, der bessere Mitarbeiter einstellt und die bessere Strategie hat, kann am Markt bestehen.

Der Motor des Fortschritts

Und wir begrüßen das! Der Wettbewerb übt eine wertvolle, komplexe Sortierfunktion aus, die dafür sorgt, dass sich im Markt täglich und stündlich Anpassungsprozesse vollziehen: Preiswettbewerb zum Wohle des Kunden. Das Ausscheiden veralteter Angebote, die nicht mehr den Nerv der Kunden treffen. Attraktivere Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter.

Innovationen, die in neue Produkte münden. Wirtschaftlicher, technischer und gesellschaftlicher Fortschritt. Würde das Prinzip des ökonomischen Wettbewerbs uns Menschen nicht ohnehin durch unsere gesamte Geschichte begleiten, es müsste glatt erfunden werden.

Aber dennoch: Obwohl das Wettbewerbsprinzip in Wirtschaft und Gesellschaft zum Wohle aller funktioniert, sind wir weit entfernt davon, es zum Allheilmittel auszurufen. Wettbewerb ist keine Religion!

Feuer unterm Hintern

Es gibt nämlich Bereiche, in denen Konkurrenz nichts zu suchen hat! Auch und gerade in der Wirtschaft: Wenn nämlich die Wettbewerbsidee in das Innere der Unternehmen hineingetragen wird und Chefs das Konkurrenzdenken unter den Mitarbeitern fördern, dann wird es schnell sehr problematisch.

Na, klar, die Befürworter interner Konkurrenz begründen ihre Haltung gerne damit, dass ein bisschen Feuer unterm Hintern der Mitarbeiter zu höherer Leistungsbereitschaft führe. Das mag kurzfristig sogar stimmen, allerdings hat das Konsequenzen: Aus Kollegen werden „Konkurrenten“. Und plötzlich steht nicht mehr die gemeinsam erbrachte Teamleistung für den Kunden im Mittelpunkt, sondern der eigene, persönliche individuelle Erfolg, zur Not auch auf Kosten der Kollegen oder auf Kosten der Kunden.

Ein Unternehmen wird dauerhaft nur dann erfolgreich sein, wenn die Mitarbeiter den Unternehmenserfolg als ihr gemeinsames Anliegen verstehen, sich als Partner bei der Erbringung dieses Erfolgs sehen und entsprechend kooperieren.

Wir wollen kein Trinkgeld!

Den Restaurantbesitzer Jay Porter aus San Diego in Kalifornien beispielsweise störte massiv, dass seine Service-Mitarbeiter sich darum stritten, die besten Tische und die besten Schichten zu bekommen, um möglichst viel Trinkgeld kassieren zu können. Gleichzeitig beschwerten sich die Mitarbeiter in der Küche darüber, dass sie keinen fairen Anteil an den Trinkgeldern abbekämen. Das ganze Team bestand aus Einzelkämpfern, aus Konkurrenten, die versuchten, sich gegenseitig die Butter vom Brot zu nehmen. Wer einmal in einem Restaurant oder in einer Kneipe gearbeitet hat, dem sind diese Themen vermutlich allzu vertraut. Same old story.

Jay Porter fragte sich, ob dieses leidige Thema Trinkgeld dem Erfolg seiner Restaurants nicht abträglich sei. Die Frage war, ob der Leistungsanreiz, für gutes Trinkgeld gute Arbeit zu leisten, überwog. Oder ob die Nachteile, vor allem das Gegeneinander im Team, die Vorteile nicht zunichte machten. Zumal er beobachtete, dass die Höhe des Trinkgelds bei vielen Gästen überhaupt nichts mit der Servicequalität zu tun hatte.

Also machte er das, was wir immer begrüßen: ein Experiment!*

In einem seiner Restaurants schaffte er das individuelle Trinkgeld ab. Er bat seine Mitarbeiter, jedes Trinkgeld zurückzuweisen. Stattdessen berechnete er jedem Gast einen festen Prozentsatz von der Endsumme zusätzlich als Servicepauschale, deren Summe am Ende des Monats unter allen Mitarbeitern bis hin zu den Tellerwäschern zu gleichen Teilen aufgeteilt wurde.

Es war ein durchschlagender Erfolg!

Das trinkgeldlose Restaurant hängte Porters anderes Restaurant in San Diego in jeder Hinsicht deutlich ab: Mehr Teamgeist, mehr Arbeitsfreude, weniger Fluktuation, höhere Gesamtqualität aller Leistungen, mehr Zufriedenheit bei den Gästen, mehr wirtschaftlicher Erfolg.

Geschwister sind keine Konkurrenten

Letztlich ist es eine Frage der Konsequenz: Wer die Idee von Zusammenarbeit ernst nimmt, der muss die Teamleistung und nicht die individuelle Leistung belohnen. Ein Unternehmen ist eine Leistungspartnerschaft, die auf der zentralen Idee der Zusammenarbeit fußt.

Und hier sehen wir den häufig gelebten Irrsinn in vielen Organisationen. Auf der einen Seite appellieren Chefs ständig: „Seid teamfähig! Identifiziert euch mit dem Unternehmen! Arbeitet besser zusammen! Teilt euer Wissen! Brecht die Silos auf!“ – und auf der anderen Seite wird genau das Gegenteil gelebt: Mitarbeiter oder Teams werden wie Profit Center behandelt, interner Wettbewerb wird angestachelt, man entwickelt interne Ranglisten, die aus Kollegen Konkurrenten machen.

Noch einmal: Wir mögen Wettbewerb! Aber Wettbewerb hat in Teams nichts verloren. Und das gilt für jede Art von Teams. Auch für Vereine oder Verbände und erst recht für Familien: Haltet den Wettbewerb raus!

(<https://foerster-kreuz.com/wettbewerbsfreie-zonen-statt-konkurrenten/> 02/2018)

Sonstiges

FUTOPOLIS – Stadt, Land, Zukunft

In Kooperation mit dem international renommierten Architektur-Büro GRAFT hat sich das Zukunftsinstitut dem Megatrend Urbanisierung gewidmet und liefert mit "FUTOPOLIS – Stadt, Land, Zukunft" eine fundierte Betrachtung der Herausforderungen und Lösungswege des urbanen Zeitalters. Die Studie zeigt auf, wie technologische und soziale Entwicklungen ineinandergreifen müssen, um die Lebensräume der Zukunft lebenswert zu gestalten.

Immer mehr Menschen leben weltweit in Städten und machen sie zu den mächtigsten Akteuren und wichtigsten Problemlösern einer globalisierten Welt. Städte werden zu Machtzentren, sie sind die Staaten des 21. Jahrhunderts. Zugleich sind Städte aber auch mehr als Orte. „Durch neue Formen der Vernetzung und Mobilität wird Urbanität vor allem zu einer neuen Lebens- und Denkweise“, erklärt Harry Gatterer, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts.

Auch deshalb erfasst FUTOPOLIS keineswegs nur Veränderungen und Trendphänomene in großen Städten. „Mit dieser Studie wagen wir den Blick in städtische wie auch ländliche Lebensräume als Orte der Identität und findet in beiden Räumen ein offenes und zukunftsweisendes Denken und Handeln“, sagt Studienleiterin Lena Papasabbas.

Nicht nur smart, sondern auch sozial intelligent

Die Vernetzung der Städte weckt unter dem Buzzword „Smart Cities“ aktuell große Hoffnungen in Bezug auf die Evolution der Städte, denn eine Smart City beinhaltet per Definition alle wichtigen Aspekte für eine lebenswerte Stadt: Information, Vernetzung, Mobilität, Sicherheit und Nachhaltigkeit.

Das schafft neue Chancen, doch Technologie alleine reicht in Zukunft nicht aus. „Smart Cities müssen nicht nur vernetzt, sondern sozial intelligent sein“, erläutert Pappasabbas, „Die Optimierung der Stadt muss vor allem im Dienste ihrer Bewohner stehen – und von ihnen vorangetrieben und mitgetragen werden.“

An Herausforderungen für die nächsten Stufen der Evolution von Städten mangelt es jedenfalls nicht: Alternative Wohnlösungen, neue technische und soziale Infrastrukturen müssen gefunden werden, um Zusammenleben zu ermöglichen, Mobilität zu verbessern und Kultur, Bildung und Gesundheit voranzutreiben. Stadtbewohner sind anspruchsvoll und fordern mehr Lebensqualität ein.

Land unter?

Ganz im Kontrast stehen die Lebensräume, die sich nicht im Einflussbereich dieser Städte befinden – vor allem kleinere Städte und Gemeinden in ländlichen Regionen scheinen dem Untergang geweiht. Sie gelten als rückständig, wenn nicht gar als abgehängt. Auf dem Land grassiert der Populismus, die Unzufriedenheit äußert sich nicht selten in einer hochgradig destruktiven Protesthaltung. „Zu lange wurden Lebensräume jenseits der großen und leuchtenden Metropolen mit Missachtung gestraft, und es wurde vergessen, dass Orte durch die Globalisierung und Digitalisierung nicht nur näher zusammenrücken, sondern vor allem in gegenseitigen Wechselwirkungen stehen und auch voneinander abhängig sind“, sagt Co-Autorin Janine Seitz.

Die Aussichten des ländlichen Raumes sind aber gar nicht so düster, wie sie oft gesehen werden. In Städten finden sich Räume mit der Sehnsucht nach Zusammenhalt, Nähe, Beteiligung und Zugehörigkeit, und in ländlichen Regionen und Kommunen hält ein urbanes Mindset durch Rückkehrer und Landliebhaber Einzug.

Wirtschaftlich vermeintlich abgehängte Regionen benötigen zwar engagierte und mutige Pioniere, die keine Angst vorm Scheitern haben und von einem unerschütterlichen Idealismus angetrieben werden. Die Frei-Räume des Landes bieten zugleich aber auch weiträumigere Experimentier-Räume als die Enge der Stadt.

Inhalt

Unfolding Cities: Das Zeitalter der Städte

Städte sind die neuen Zentren der Macht: Ihre Bedeutung als Akteure einer global vernetzten Welt wächst, Veränderungen werden verstärkt auf lokaler und weniger auf nationaler Ebene vorangetrieben. Für Unternehmen bietet das die Möglichkeit, echte Innovationen voranzubringen, Städte als experimentierfreudige und offene Orte für neue Entwicklungen zu nutzen und auf eine vielfältige Auswahl an Wissensarbeitern und kreativen Köpfen zurückgreifen zu können.

Rural Citys und Progressive Provinz: Zwischen der Sehnsucht nach dem Landleben und Urbanität als Mindset

Lebensräume sind Orte der Identität, der Kultur und des gesellschaftlichen Diskurses. Mit ihnen wird auch der Begriff der „Heimat“ verknüpft. Die gewohnte Aufteilung des Lebensraums zwischen Stadt und Land löst sich künftig aber mehr und mehr auf. Es entstehen hingegen hybride Lebensräume und fließende Übergänge. Urban-Sein hat nicht mehr mit dem Lebensraum per se zu tun, sondern wird zur Mindset-Frage. Die Sehnsucht des Städters nach dem Landleben eröffnet wiederum einen Markt für Produkte und Dienstleistungen rund um den Charme des Dörflichen und Natürlichen.

Seamless Mobility: Von der autogerechten zur mobilitätsgerechten Stadt

Die Stadt wird künftig von einem autogerechten zu einem menschengerechten Ort, an dem Mobilität ganz selbstverständlich ein Mix aus vielen verschiedenen Transportmitteln ist, die ineinander greifen. Sowohl im Personen- als auch im Gütertransport. Voraussetzung dafür ist das Bedürfnis der Bewohner nach gesünderen und nachhaltigeren Städten verknüpft mit kommunaler und wirtschaftlicher Initiative. Die disruptiven Mobilitätsinnovationen werden aber nicht von den traditionellen Autobauern kommen. Die Bedürfnisse und somit in Folge auch der Markt differenzieren sich aus – und bietet neue Möglichkeiten.

Condensed Spaces: Höher. Dichter. Stadt.

Mehr Wohnraum in Städten zu schaffen, bedeutet ein Umdenken der Stadtplanung und vor allem auch der Immobilienwirtschaft. Grundvoraussetzungen sind Neuerungen und Lockerungen im Baurecht der jeweiligen Kommune. Die Möglichkeiten zur Nachverdichtung, vertikalen Verdichtung, zum modularen Bauen und Mikrowohnen bieten der Baubranche, Architekten und Immobilienunternehmen die Möglichkeit, neue Standards in Sachen urbanes Wohnen zu setzen.

Titel: Futopolis - Stadt, Land, Zukunft

Herausgeber: Zukunftsinstitut GmbH

Projektleitung: Lena Papasabbas, Janine Seitz

Autoren: Christoph Korner, Lars Krückeberg, Wolfram Putz, Thomas Willemeit, Nora Zerelli (GRAFT), Matthias Horx, Lena Papasabbas, Janine Seitz (Zukunftsinstitut)

ISBN: 978-3-945647-48-6

Preis: 190,-zzgl. MWSt.

(<https://onlineshop.zukunftsinstitut.de/shop/futopolis> , März 2018)