

12. Dreiländerkongress “Bildung, Forschung und  
Innovation” 2010, Basel

# Zukunft der Wissens- gesellschaft am Ober- rhein

Dr. David Bosshart  
Donnerstag, 2. Dezember 2010

Diese Präsentation ist urheberrechtlich geschützt. Jede Art des Vervielfältigens ist verboten. Wiedergaben sind nur mit schriftlicher Bewilligung des Autors erlaubt.

## Zukunft = Wissen und Technologie?

1. Wissensgesellschaft: 1:10 Regel
2. „Technological capability exceeds social competence“
3. Social Capital > Human Capital > Financial Capital
4. Stabilität durch Instabilität: Vielfalt im Vorteil
5. „Der letzte Mensch“: Wandel des Menschenbildes

# Denkstile: Wie wir den Wandel angehen



**Compensation Style:  
Megatrend und  
Gegentrend**

**Hybrid Style:  
„UND“, nicht  
evolutionär**



**Silo Style:  
Mehr vom  
selben,  
Differenzierung**

**Opposition  
Style:  
Konfrontation**



Source: DB© GDI 2010

## Megatrends und Gegentrends

- Verwissenschaftlichung – Romantik
- Technisierung – Handwerk
- Linearität & Extrapolation – Diskontinuitäten, Rhizome
- Komplexität – Einfachheit
- Effizienz – Resilienz
- Vernetzung – Leadership
- Permissivität – Zero Tolerance

Source: GDI@Megatrends & Gegentrends 2010

## Wissenschaft mit Romantik – Urban Farming



www.apartmenttherapy.com/images/ny/2008-04-20/vertical-farm.jpg

David Bosshart © 753 | www.gdi.ch

5

## Hybrides Denken fordert alte Muster heraus

- Hybrid Capital – neither own capital nor debt capital
- Hybrid Business Model – product + service components
- Hybrid Consumer – to blur discount / premium consumer
- Hybrid Genre – documentary + soap opera = docu soap
- Hybrid Cars – combining two technologies
- Hybrid Software – running on different operating systems
- Hybrid in Science – no stable generational succession
- Hybrid Organisation in Politics – neither intl. org. nor federation

David Bosshart © 753 | www.gdi.ch

6

## CARE-ER Ein ganzheitlicher Karrierepfad



Wer sich um seine Kinder  
oder Eltern kümmern will,  
kann nicht so weiterarbeiten  
wie zuvor.  
Aber anders. Und oft besser.

## GOOD POTENTIALS Werte schöpfen Wert



Ohne eine verantwortungs-  
bewusste Wirtschaft kann  
die Gesellschaft ihre  
Probleme nicht lösen.  
Die High Potentials der  
Zukunft suchen  
Unternehmen, denen  
es damit ernst ist.

## PERMA-JOBS Das Ende des Ruhestands



Alt ist nur unser Altersbild.  
Die Alten von morgen  
sind Un-Ruheständler,  
die aktiv am Berufsleben  
teilnehmen werden.

## Job Titel in der Zukunft: Wie kreativ sind sie? Wo endet Ihre Vorstellungskraft?

- Director of Mind and Mood; Vice President of Cool
- Director of Open Intellectual Capital
- Tastemaker Support; Assistant Storyteller
- Manager of Hospitality Diversity
- Caretaker of Family Affairs
- Court Jester
- Chief Imagination Officer
- Manager of Faith-based Relations and Initiatives
- Creatologist; Intangible Asset Appraiser
- Deconsulting Advisor
- Confidant of VIPs / VEPs

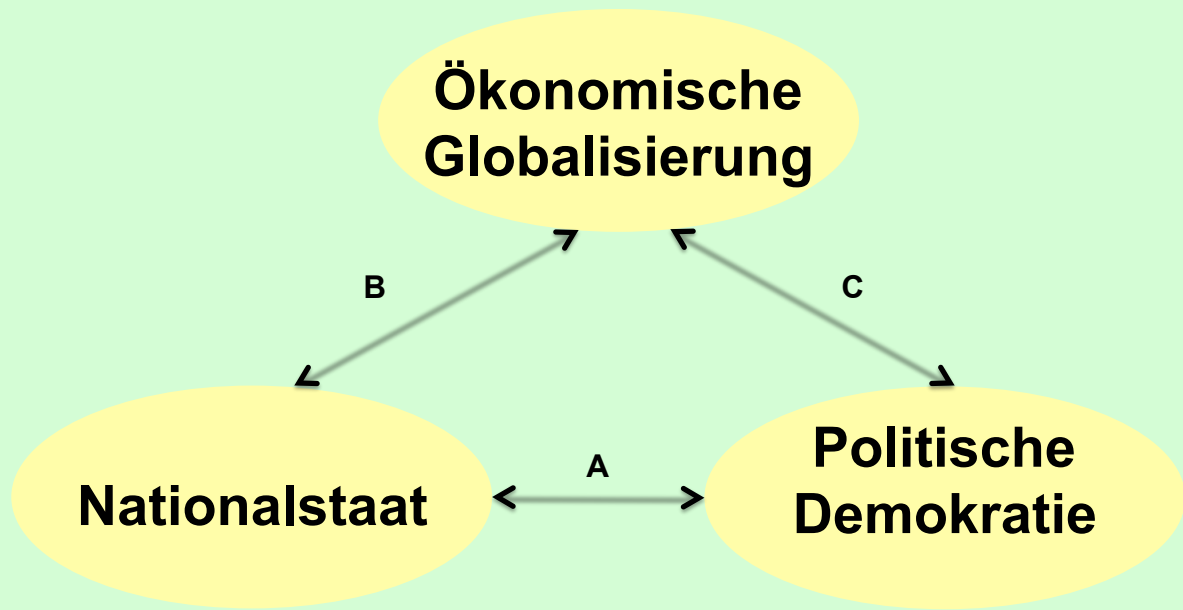
## Tragfähige Entwicklung fördern in der Wissens- gesellschaft hängt vom Aufbau von sozialem Kapital ab

	<u>Tendenz</u>	<u>Bedarf</u>
Social Capital	+/-	+++
Offenheit, Kritikfähigkeit	+	+++
Risiko	+++	-
Vertrauen	- - -	+++
Stabilität	- - -	+(+)
Wertschöpfung (im Vgl.)	- bis +++	+++

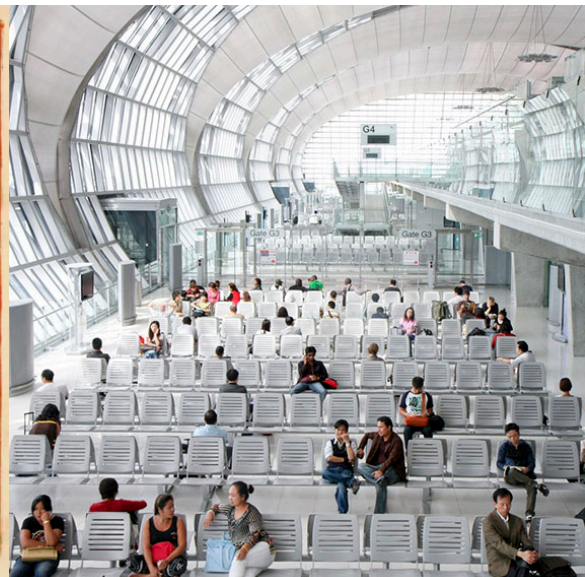
## Wissensgesellschaft

- Fokus mit Kontext
- Forschungsfreiheit
- Workstyle > Lifestyle
- Profit vs. Nonprofit – neue Marken
- Intrinsische Motivation
- Was ist die Rolle der Kreativwirtschaft?
- Rolle der Technik/globale Vernetzung?
- Sport, Kultur, Design – „Winner takes it all“ Geschäft?

# Das weltwirtschaftliche Trilemma – ohne klare Lösung



## „Places of Spaces“ vs. „Places of Flow“



## Wissensgesellschaft in Abgrenzung

	<b>Agrarian Society</b>	<b>Industrial Society</b>	<b>Knowledge Society</b>
Basic business principles	Availability of goods	Mass merchandising standardization	Mass personalization / personal experience
Focus of communication	Nature / laws of nature	Ideologies/ progress/ apocalypse	Myths / stories & opinions / rumors
Organization model	Divine organization	Hierarchical organization guided by human will	Global networks / interest groups bottom up
Customer	Dependent on what an almighty nature can deliver	Dependent on what retailers and brand manufactures deliver	Self-programming their own wants

DB-60/

## Alte Welt der soliden Arbeits-Werte

**Siemens als Modell Gross-unternehmung**

**Langfristigkeit Fortschritt, Aufstieg**

**Professionelle Spezialisierung**

**Job Sicherheit Routine "member since"**

**"Strong ties" Vorbilder**

**Hierarchie Bürokratie**

**Harte Arbeit zahlt sich aus**

**Nationaler Wohlfahrtsstaat**



## Neue Welt der liquiden Arbeits- Werte

Grenzenlose  
Kooperation,  
Branding

Kurzfristigkeit  
Real Time  
Adaptation

Kreativer Update,  
Copy cat,  
Upgrade

Temporärer Zu-  
gang/"expiry date".  
"Requalify"

"Weak ties",  
persönliche  
Benchmarks

Opportunities  
Choices

"Smart ass":  
die "Ignoranz" der  
anderen ausnützen

Globale Trade offs:  
jünger,  
billiger, williger