

Fax: 0228-35 97 10

oder per Post an: „2000 X – Der Zukunftsletter“, Theodor-Heuss-Str. 2-4, 53095 Bonn

* 12 * B / AAA111 / 12-1234555 AA
Max Mustermann
Musterstraße 99
12345 Musterstadt

ja, ich habe „Lust auf Zukunft“ und möchte **jetzt** den neuen „2000 X – Der Zukunftsletter“ hautnah erleben. Schicken Sie mir bitte Ihre aktuelle Ausgabe zum **kostenlosen und völlig risikolosen 30tägigen Gratis-Probelesen.**

Wenn ich innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt dieser Ausgabe nichts Gegenteiliges mitteile (Postkarte genügt), senden Sie mir bitte jeden Monat die neueste Ausgabe von „2000 X – Der Zukunftsletter“ zum günstigen Preis von jeweils DM 29,80 inkl. Versand sowie das aktuelle Frei-Paßwort für die laufend aktualisierte „2000 X – Der WissensDatenbank“ im Internet. Die Rechnungstellung erfolgt halbjährlich. Den Bezug kann ich jederzeit beenden; eine kurze schriftliche Mitteilung genügt. Zuviel gezahltes Geld erhalte ich sofort zurück. Das bedeutet für mich: volle Freiheit ohne Risiko!

..... X
Datum 1. Unterschrift

2000 X-Vertrauensgarantie: Diese Anforderung kann ich innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt meiner Testausgabe widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung einer kurzen Mitteilung (z.B. Postkarte) an „2000 X – Der Zukunftsletter“, Theodor-Heuss-Str. 2-4, 53095 Bonn. Damit ist die Angelegenheit für mich erledigt. Die Testausgabe und die Prämien darf ich behalten.

..... X
Datum 2. Unterschrift

Herzlichen Glückwunsch! Sie haben einen wichtigen Schritt getan ... auch wenn dieser Schritt nur der erste ist!

Faxantwort einfach hier abschneiden und noch heute absenden. Es lohnt sich!

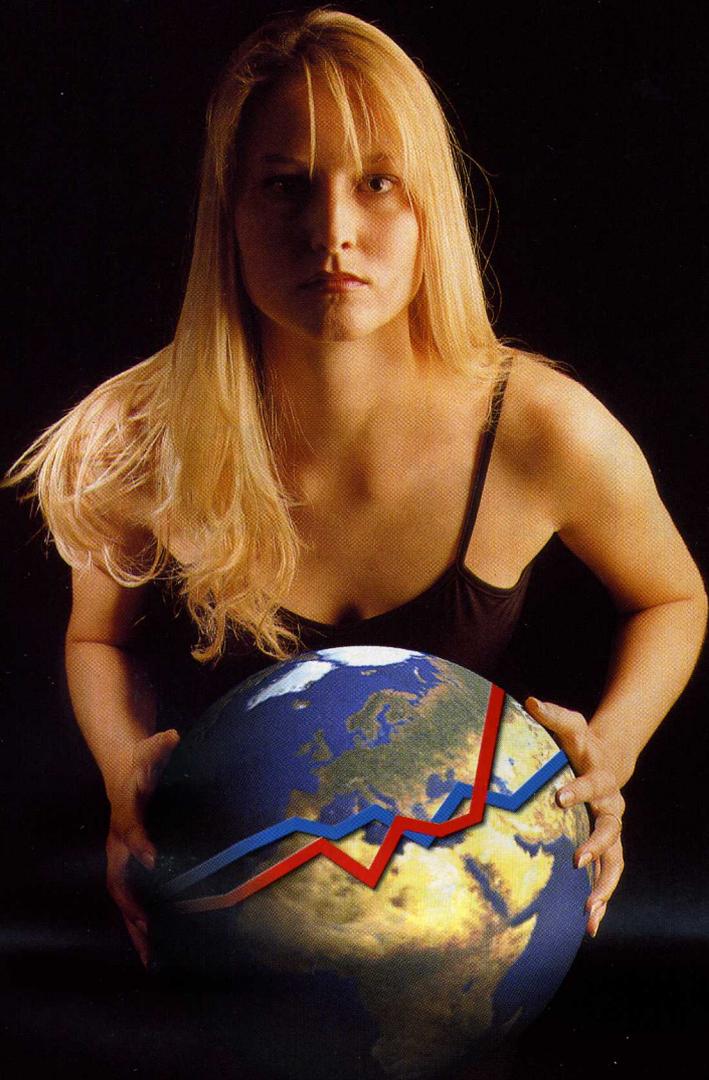
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Bonn, Amtsgericht Bonn, HRB 8165, Vorstand: Helmut Graf

Lust

Wenn ich innerhalb von 14 Tagen antworte, erhalte ich zu meiner kostenlosen, aktuellen Ausgabe von „2000 X – Der Zukunftsletter“ noch zwei Future-Fitness-Geschenke gratis dazu: das brandaktuelle Trend-Wörterbuch „Trendbrowser '99“ und die Broschüre „Zitate für die Zukunft“. Beide Geschenke gehören mir, egal wie ich mich entscheide.



faxback: 02 28-35 97 10



Lust

auf Zukunft?

Haben Sie „Lust auf Zukunft“ – möchten Sie die Riesenchancen des 21. Jahrhunderts in erfolgreiche persönliche & berufliche Strategien umsetzen ?

Kommen Sie mit – ich zeige Ihnen Ihre phantastischen Möglichkeiten!

Bonn, 2. August 1999

Liebe Leserin, lieber Leser,

können Sie sich vorstellen, es ist Zukunft und Sie sind nicht dabei?

Oder wollen Sie lieber wissen, was im 21. Jahrhundert auf Sie zukommt – persönlich, beruflich?

Wollen Sie wissen, welche Visionen von heute über Ihre Erfolge von morgen entscheiden?

Wenn Sie zu den Leuten gehören, die sich in neue Ideen und Informationen hineinstürzen und sich da wohlfühlen, wo Phantasie und Kreativität gefragt sind, dann sind Sie in der Zukunft dabei.

Wissen und Kreativität sind die zentralen Wertschöpfungs-Faktoren des 21. Jahrhunderts, die über Ihre persönliche Karriere als Manager und Ihren Verbleib im Wettbewerb als Unternehmer entscheiden.

Es gibt für Sie keinen Grund, vor dem neuen Jahrtausend Angst zu haben. Es gibt für Sie aber viele Gründe, aufzubrechen in eine neue, flexiblere und dynamischere Welt.

Die Welt der Zukunft hält für Sie phantastische Chancen bereit, aber auch Risiken.

Damit Sie im 21. Jahrhundert erfolgreich sind, keine Markt- oder keine Karriere-Chancen verpassen, brauchen Sie jetzt einen kompetenten und zuverlässigen Lotsen, der Ihnen hilft, Ihre Erfolgs-Chancen

zu nutzen und gleichzeitig Risiken zu vermeiden.

Können Sie es sich noch leisten, allein aus Fehlern zu lernen? Oder ist es nicht weitaus effizienter, wenn nicht sogar lebenswichtig, gewünschte oder nicht gewünschte Zukünfte gedanklich vorwegzunehmen und daraus entsprechendes Zukunftshandeln bzw. -unterlassen abzuleiten?

Verschwenden Sie keine Zeit für das zeitraubende Suchen nach mehr oder weniger kompetenten Zukunftsinformationen in den verschiedensten Publikationen. Konzentrieren Sie sich auf Ihr Geschäft und schaffen Sie sich den Info-Stress vom Hals.

Entdecken Sie jetzt die neue Dimension der Zukunftsinformation, den neuen „**2000 X - Der Zukunftsletter**“ und lassen Sie Ihre Konkurrenten hinter sich.

Ab sofort nutzen Sie exklusiv die wichtigsten Zukunftsinformationen aus der Trend- und Zukunftsforschung, die in den Zukunftswerkstätten und Labors, in den Universitätsinstituten und Denkfabriken auf der ganzen Welt erarbeitet werden.

Recherchiert und kommentiert von einem der renommiertesten Trend- und Zukunftsforscher im deutschsprachigen Raum, **Matthias Horx**, im neuen „**2000 X - Der Zukunftsletter**“. Die wirklich brandneuen Themen erfahren Sie hier!

Was glauben Sie, wie schnell Sie zu einem vielbeachteten Zukunftsmanager werden, wenn Sie kompetente Antworten auf z.B. folgende Fragen geben können:

- Was muß ich vor der Jahrtausendwende unbedingt noch erledigen?
- Warum gehört im 21. Jahrhundert die Zukunft mehr den Senioren und weniger den Junioren?
- Wie kann ich mithalten, wenn sich unsere alte, auf Sicherheit in Arbeitsplätzen aufgebaute Kultur zu einer flexibleren, dynamischeren Welt wandelt?
- Wie leben wir morgen? Die Zukunft des Konsums.
- Wie werden wir wohnen und arbeiten im nächsten Jahrtausend? Sind Tele-Towns eine Alternative?
- Welche neuen Märkte und Möglichkeiten tun sich ab 2000 für die neue „Jini-Technologie“ auf?
- Warum wird „Life-Coaching“ als neue Dienstleistung

für die Menschen immer wichtiger?

- Wie kann ich die neuesten Erkenntnisse aus der Glücks- und Hirnforschung für mich nutzen?
- Warum wird ab 2002 ein Grossteil der Neuwagen in Deutschland nicht mehr über den stationären Handel, sondern im Direktgeschäft per Internet verkauft?
- Warum revolutioniert das „Rezept per Internet“ das Gesundheitswesen im 21. Jahrhundert?
- Was bedeutet es für mich, wenn sich unsere Gesellschaft durch Globalisierung, Flexibilisierung und Rationalisierung total verändert?
- Warum muß „Internet“ zur Chefsache werden?
- Was denken und fühlen die Jugendlichen an der Schwelle zum neuen Jahrtausend? Ihr gesellschaftliches Engagement und ihre politische Orientierung.
- Warum schafft der „elektronische Handel“ ab 2000 mehr Arbeitsplätze als durch ihn verlorengehen?
- Warum ist der „elektronische Kiosk“ ein wichtiger Marketing-Baustein der Zukunft?
- Gedeiht in der virtuellen Zweitwelt des 21. Jahrhunderts die Demokratie oder wächst ein gesetzloses Parallel-Universum heran?
- Ist die „Neue Sinnlichkeit“ ein Trend des 21. Jahrhunderts?
- Wird „Chat-Slang“, die Sprache des Internets, im 21. Jahrhundert mit der Sprache des Alltags und der anderer Medien zusammenwachsen?
- Wie kann der kleine Händler und Dienstleister im weltweiten Datennetz Geld verdienen?
- Wird im Jahr 2002 eine „Internet-Partei“ für mehr Bürgernähe in der Politik sorgen?
- Wie wirken sich die neuen Denkmodelle für die Arbeit im 21. Jahrhundert auf meine Abteilung bzw. meinen Betrieb aus?
- Warum werden im 21. Jahrhundert nur noch „lernende Organisationen“ überleben?
- Warum werden neue Werte wie „Selbstverwirklichung“

und „Selbstverwaltung“ die Arbeitswelt von morgen radikal umwandeln?

- Warum ist „Wissensmanagement“ die Voraussetzung zum Überleben im Hyper-Wettbewerb des 21. Jahrhunderts?
- Warum muß der Arbeitnehmertyp im Jahr 2000 X ein „Portfolio-Worker“ sein?
- Warum wird der Lebensweg als „Lebensunternehmer“ immer weniger geradlinig sein?

Sie gehören zu einer Gruppe speziell ausgewählter Personen, deren charakteristische Eigenschaften, Mut, Tatendrang und Durchsetzungsvermögen sind. Ihre Zielstrebigkeit ist das Geheimnis Ihres Erfolges.

Ziele haben aber immer mit Zukunft zu tun!

Je klarer Ihr Blick in die Zukunft ist, je klarer Ihre Perspektiven sind, desto klarer und konkreter können Sie Ihre gewünschten Zielvorstellungen formulieren und desto größer sind Ihre Chancen, im 21. Jahrhundert ganz vorne mit dabei zu sein.

Mit „**2000 X - Der Zukunftsletter**“ stellen Sie frühzeitig die Weichen, setzen sich frühzeitig mit den zu erwartenden Entwicklungen auseinander und ziehen rechtzeitig daraus die notwendigen Konsequenzen.

Ein Fehler in der Einschätzung einer künftigen Entwicklung ... und einem Unternehmen kann ruckzuck die Luft ausgehen - besonders, wenn es etwas kleiner ist.

Wie können Sie aber kraftvolle Zukunftsarbeit leisten, wenn Sie nicht über kompetente Zukunftsinformationen verfügen, an denen Sie Ihre Ziele ausrichten können?

Der neue „**2000 X - Der Zukunftsletter**“ setzt genau da an. Er macht für Sie die Zukunft greifbar und in die Praxis umsetzbar. Wie ein Strategie-Radar hilft er Ihnen, Ihre Zukunfts-Chancen zu erkennen und die Zukunfts-Risiken zu vermeiden.

Der Zukunftsforscher **Matthias Horx** gibt Ihnen - kurz und auf den Punkt gebracht - mit News, Prognosen, Szenarios und Trends den wissenschaftlich fundierten Überblick über die Wandlungsprozesse und Entwicklungen in der Wirtschaft, der Arbeit, der Technologie, den sozialen Strukturen, den

Konsumenten-Typologien, den Werte-Vorstellungen und den Lebensqualitäten. Zukunftsforschung aus 1.Hand!

„**2000 X - Der Zukunftsletter**“ ist ganz speziell für Sie als vielbeschäftigter Mensch, der keine Zeit zum Lesen hat, aber ständig neue Ideen braucht, konzipiert worden.

Sie können alle neuen Ideen, Informationen und Lösungen sozusagen „im Vorübergehen“ sofort aufnehmen und zur Gestaltung Ihrer eigenen Zukunfts-Strategie sofort umsetzen.

Mit „**2000 X - Der Zukunftsletter**“ erkennen Sie weit vor Ihren Mitbewerbern die erfolgversprechendsten neuen Märkte, neuen Projekte und neuen Karriere-Chancen. Profitieren Sie jetzt davon!

Entdecken Sie auch, wie Sie die „Zeitgeist-Phänomene“, die überall in den Medien diskutiert werden, richtig einordnen, damit Sie mitdiskutieren können. Was Sie immer schon wissen wollten - hier erfahren Sie es.

Nutzen Sie die „kompetente Munition“ von **Matthias Horx** für Ihre eigenen Reden und Debatten zum Thema Zukunft und entdecken Sie neue Zitate und Wort-Definitionen, mit denen Sie nachhaltig Eindruck hinterlassen.

Mit den realistischen Zukunftsbildern im neuen Informationsdienst „**2000 X - Der Zukunftsletter**“, treffen Sie ab sofort realistische Entscheidungen für Ihren persönlichen und beruflichen Erfolg im 21. Jahrhundert!

Zukunft ist spannend!

Nichts ist aufregender und spannender als Zukunft: Neue Wege entdecken, neue Herausforderungen annehmen, kreative Lösungen suchen, sie finden und realisieren – das ist das, was Zukunft aufregend und spannend macht. Nichts birgt aber auch mehr Gefahren, als eine unbekannt Zukunft!

Mit „**2000 X - Der Zukunftsletter**“ vermeiden Sie die Gefahren einer unbekannt Zukunft. **Matthias Horx** versorgt Sie nicht nur mit den neuesten Chancen, sondern weist Sie auch rechtzeitig auf die Risiken hin, die Sie vermeiden müssen.

„**2000 X - Der Zukunftsletter**“ informiert Sie monatlich auf 12 Seiten kompetent und aktuell über die neuesten Trends, Ideen und Prognosen aus Wirtschaft, Gesellschaft, Politik,

Früher und besser informiert zu sein als die Mitbewerber, das ist das Geheimnis der Gewinner! „2000 X - Der Zukunftsletter“ hilft Ihnen dabei!

Wollen Sie dazugehören - ganz vorn und jetzt?

- * Ich lade Sie herzlich ein,
- * die aktuelle Ausgabe von
- * „2000 X - Der Zukunftsletter“
- * GRATIS und ohne Risiko
- * 30 Tage lang kostenlos zu
- * testen !

Sie werden überrascht sein, wie einfach es ist, von „2000 X - Der Zukunftsletter“ sofort zu profitieren!

Wenn ich von Ihnen innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt Ihres GRATIS-Testexemplares nichts Gegenteiliges höre - Postkarte genügt und die Sache ist für Sie erledigt - nehme ich an, daß Sie den neuen „2000 X - Der Zukunftsletter“ regelmässig beziehen wollen.

Sie erhalten dann alle 4 Wochen eine neue Ausgabe aktuellen Zukunftswissens zum günstigen Preis von nur 29,80 DM. Die Versandkosten übernehmen wir.

Zum Gegenwert von weniger als 1 Mark pro Tag verfügen Sie über Zukunfts-Strategien aus 1. Hand, die für Sie ein Vielfaches dessen wert sein können, was sie Sie kosten!

Den Bezug können Sie jederzeit kündigen, mit voller Geld-Zurück-Garantie für noch nicht gelieferte Ausgaben (Postkarte genügt). Die Belieferung wird dann sofort eingestellt. Das bedeutet für Sie: Volle Freiheit ohne Risiko!

Als zusätzliche GRATIS-Leistung haben Sie freien Zugang zu unserer täglich aktualisierten „2000 X-WissensDatenbank“ im Internet (<http://www.Zukunftsinstitut.de>).

Diesen Extra-Service dürfen Sie bereits während Ihres 30-tägigen GRATIS-Tests kostenlos in Anspruch nehmen.

Wenn Sie Ihre phantastischen Zukunfts-Chancen entdecken

möchten und zu Ihrem Vorteil nutzen wollen, handeln Sie jetzt - es lohnt sich!

Nehmen Sie jetzt meine Einladung zum GRATIS-Test an - kostenlos und risikolos.

Wenn Sie jetzt denken: „Vielleicht sollte ich ... was habe ich schon zu verlieren?“ Dann tun Sie das. Sie können gar nichts verlieren! Und Sie profitieren vielleicht mehr, als Sie je für möglich hielten.

Zögern Sie nicht, handeln Sie jetzt sofort und faxen Sie mir Ihre GRATIS-Testanforderung per **Fax: 0228 / 359710** heute noch zu.

Ist Ihnen der Postweg lieber, verwenden Sie bitte den beigelegten Frei-Umschlag.

Kein Geld - kein Risiko - nur diese Testanforderung abschicken!

Ich freue mich auf Sie!
Ihr

Michael Jansen

Michael Jansen
(Herausgeber)

PS. Wenn Sie innerhalb von **14 Tagen** antworten, erhalten Sie von mir als Dankeschön noch zwei wertvolle Gratis-Geschenke: Den „Trendbrowser '99“ (Trendwörterbuch) und „Zitate für die Zukunft“. Diese Future-Fitness-Geschenke gehören Ihnen in jedem Falle, egal, wie Sie sich entscheiden.

200(x)

Der Zukunftsletter.



Meine sehr geehrten Damen und Herren,
seit den rebellischen Tagen von 1968 unterliegt „die Jugend“ einer ganz besonderen Gesinnungs-Aufsicht. Jugend soll einerseits Antworten geben auf die ungelösten Fragen der Gesellschaft. Sie soll, dem Diktum der Achtundsechziger entsprechend, gefälligst aufmüpfig und systemkritisch sein. Andererseits soll sie einem Abziehbild der Spaß- und Erlebniskultur gleichen, gierig nach Event-Marketing und unentwegt auf der Suche nach den neuesten Produkt-Trends. Welch wunderbare Diktionen in dieser Anspruchsschere erfunden wurden! Generation X, Y, Z, Ego-Generation, Web-Generation, Spaß-Generation...

Eines der wenigen plausiblen Modelle der neueren Generationsforschung wurde von den amerikanischen Sozialforschern William Strauss und Neil Howe entwickelt (siehe Seite 8). Mit ihm lassen sich Generations-Mentalitäten bis in die Mitte des nächsten Jahrhunderts prognostizieren. Strauss und Howe argumentieren dabei streng materialistisch: Jugend-Mentalitäten sind abhängig von mentalen und materiellen Zyklen einer Gesellschaft. Jugend- oder krisenhaften, optimistischen oder pessimistischen Gesellschaften müssen diese Strategien zwangsläufig verschieden ausfallen.

Neueste Ergebnisse der Jugendforschung bestätigen nun diese Thesen: Bei den Landtagswahlen in Hessen wählten die unter 28jährigen nicht mehr wie gehabt vorwiegend grün, in einer zentralen Versorgung, sondern sich die Jüngeren, sondern auch um Faktoren wie Umweltqualität und Ernährungsgewohnheiten, Sicherheit und Straßenmanagement.

Die Zukunft gehört neuen Allianzen zwischen Alt und Jung.

Die Welt des 21. Jahrhunderts wird sein, was die Welt der 90er Jahre war, aber anders. Die Welt der 90er Jahre wird sein, was die Welt der 80er Jahre war, aber anders. Die Welt der 80er Jahre wird sein, was die Welt der 70er Jahre war, aber anders. Die Welt der 70er Jahre wird sein, was die Welt der 60er Jahre war, aber anders. Die Welt der 60er Jahre wird sein, was die Welt der 50er Jahre war, aber anders. Die Welt der 50er Jahre wird sein, was die Welt der 40er Jahre war, aber anders. Die Welt der 40er Jahre wird sein, was die Welt der 30er Jahre war, aber anders. Die Welt der 30er Jahre wird sein, was die Welt der 20er Jahre war, aber anders. Die Welt der 20er Jahre wird sein, was die Welt der 10er Jahre war, aber anders. Die Welt der 10er Jahre wird sein, was die Welt der 0er Jahre war, aber anders.

Der Mega-Markt Gesundheit – Nachfrage in allen Bereichen

Pharma: Bis vor kurzem trachtete die Pharmaindustrie hauptsächlich danach, lebensbedrohliche und schwerwiegende Krankheiten zu heilen. Jetzt konzentrieren sich die neuen Substanzen auf medizinische Probleme, die lediglich irgendwo zwischen „schmerzhaft“ und „eher unangenehm“ einzuordnen sind (Beispiel Viagra). Lifestyle-Leiden beherrschen die Lebensrealität einer alternden Bevölkerung in den Industrienationen. Immer mehr Medikamente werden privat gekauft. Kräuter-

BRANCHEN-TRENDS

Food Der Supermarkt der Shopping-Welt gerät in Bewegung

Multinationale Handelskonzerne und Philosophien in die graue Deutschlands, Tankstellenshops gehen. Hier eine Übersicht der neuesten Trends, mit dem die Supermarkts antworten werden:



Super-Supermärkte von morgen auch Take-away-Restaurants und Kinos gehören Ketten.

24-Stunden-Service Der Nachfragesog der Gesundheit



Die Ökonomie des Gesundheitssektors
Der Gesundheitssektor ist heute bereits einer der größten wirtschaftlichen Sektoren der Volkswirtschaften. In den Industrienationen wird durchschnittlich ein Drittel des Bruttoinlandsproduktes für den Gesundheitssektor

WORKSPHERE

Familienpolitik für Väter Firmen entdecken die Männer mit Kindern

Unternehmen überall in der westlichen Welt entdecken eine neue, innerbetriebliche Zielgruppe: Waren es bislang vor allem die Frauen, denen die Bemühungen galten, Arbeitszeiten und Betriebsklima familienfreundlicher zu gestalten, sind es in nächster Zukunft vor allem die Väter. Heute nutzen zwar erst etwa 1,5 Prozent der deutschen Arbeitnehmer (männlich) den Erziehungsurlaub, doch genau das wird sich in Zukunft ändern. Viele Studien über die Wünsche und Einstellungen der Arbeitnehmer weisen inzwischen auf einen zunehmenden Konflikt zwischen beruflicher und familiärer Sphäre hin – auch bei den Männern. Die Gründe:

- Scheidungskrisen können das Betriebsklima nachhaltig aus dem Gleichgewicht bringen. Umgekehrt arbeiten Mitarbeiter, die sich mit ihrer Familie im Einklang fühlen, deutlich ausgeglichener und motivierter.
- Die Frauen der jüngeren Generation sind nicht mehr bereit, auf Erwerbsarbeit zu Gunsten von Familie zu verzichten. Sie stellen gleichzeitig höhere Ansprüche an ihre Partner in deren Rolle als Väter.
- Vor allem die Werbesprache setzt auf die Sehnsucht nach einem neuen Männerbild. In vielen Zeitschriften tauchen Väter als Models auf: Von der Parfüm- bis zur

eine aktivere Rolle in Partnerschaft und Familie wünschen als ihre Väter.

- Deregulierungstendenzen in der Arbeitswelt, Reengineering und Merging-Prozesse erhöhen den Druck auf die Zeitökonomie und verschärfen das Dilemma zwischen Vater- und Berufsrolle.

Familienpolitik in Unternehmen kann also in Zukunft nicht nur ausschließlich auf die Frauen zielen. Das Dilemma von Partnerschaft und Familie bei weiter steigender Erwerbstätigkeit der Frauen erwartet vielmehr eine ganzheitliche Antwort aus den Personalabteilungen. Dabei zeichnet sich eine Vielzahl von Wegen ab:

- Die Hotelfirma Marriott International startete zum Vatertag 1998 eine Working Father Campaign. Kernstück des Programms ist eine Initiative, die den Leistungsträgern mit Kindern Fähigkeiten des Familienmanagements näherbringen soll – mit Unterstützung des gesamten Unternehmens.
- In der Bundesrepublik haben Firmen wie BMW bereits weite Strecken in Richtung eines Vaterprogramms zurückgelegt. Beim Münchner Automobilhersteller läuft das erste deutsche Pilotprojekt, das Telearbeit gezielt auf für höher qualifizierte Führungskräfte möglich macht.
- Ebenfalls im deutschsprachigen Raum bietet die

Der Zukunftsletter von Matthias Horx. A

Alles umsonst – das

Von neuen Produkten Probepackung ist ein alter Marketinghut. Doch Medien erreicht dieser Ansatz gar Heute werden ganze Rechner v Internetzugänge und freie Surfis stems plant, die neue Java-Softw Internet zu verteilen, und die Firma Eduverse Accelerated Learning Systems seine Sprachlern-Software. Die britische Telefongesellschaft BroadP Communications bietet denjen spräche an, die 10-sekündig akzeptieren. Probepackungen von seinem Rechner aus beste

Einzelhandel Selbst ist die Frau Baumärkte entdecken das weibliche Ge

Immer mehr Menschen leben allein, d Aufgabenverteilung zwischen Männer keit hat. Für Dienstleister ergeben sich zweige. Jüngstes Beispiel: der Heimwe die für große und kleine Reparaturen mehr Frauen auf sich allein gestellt. Zielergruppe frühzeitig fr

SOZIOSPHERE

Reality-Generation – e

Der Kreislauf der Generationen

Die wirtschaftliche Entwicklung und die Generationen stehen in einem engen Verhãnder, lautet die Theorie der Evolutionsfo. liam Strauss und Neil Howe. Sie haben diese 90er Jahren in zwei Büchern – „Generations“ Fourth Turning“ – vorgestellt. Danach werd in der Endphase eines Wachstumszyklus geboren, deren Wertesystem sich grundlegend der vorangegangenen Generationen untersche am Ende dieses Jahrtausends zeigt sich, daß die Recht behalten: Eine neue Jugendgeneratio sich auf, unsere Zukunft zu gestalten.

In ihren Publikationen belegt das Autorenduo, daß sich die Generationen und die wirtschaftlichen Veränderungen seit mehr als 500 Jahren in Korrelation zueinander entwickeln. Je besser die Ausgangslage der Jugend ist, desto mutiger und selbstbewußter verfolgt sie ihre Lebensziele. Wächst sie hingegen in schwierigen oder desorientierten Zeiten auf, so lernt sie, zurückzustecken und ihre Ziele mit Geduld zu erreichen. So werden aus idealistischen reaktionäre, dann angepaßte und später neulernende Gesellschaften. Die Generations-Phasen im einzelnen:

1. Propheten

Wovor haben die Deutschen Angst?	Gründe für Ängste von 1975	Gründe für Ängste von 1986
Angstgründe	17	24
Krankheit	0	0
Organisierte Kriminalität	9	9
Arbeitslosigkeit	17	27
Krieg, Atomkrieg	2	4
Einsamkeit, Alter	1	5
Zukunft	0	3
Umweltzerstörung	0	0
Kinderschänder, Drogen	13	13
haben keine Angst		

Der Zukunftsletter von Matthias Horx. A

Alles umsonst – das

Von neuen Produkten Probeta... ist ein alter Marketinghut. Doch Medien erreicht dieser Ansatz gar Heute werden ganze Rechner v Internetzugänge und freie Surfis stems plant, die neue Java-Softw Internet zu verteilen, und die Firma Eduverse Accelerated Learning Systems seine Sprachlern-Software. Die britische Telefongesellschaft BroadP Communications bietet denjen spräche an, die 10-sekündig akzeptieren. Probepackungen von seinem Rechner aus beste

Einzelhandel

Selbst ist die Frau Baumärkte entdecken das weibliche Ge

Immer mehr Menschen leben allein, d Aufgabenverteilung zwischen Männer keit hat. Für Dienstleister ergeben sic zweige. Jüngstes Beispiel: der Heimwe die für große und kleine Reparature mehr Frauen auf sich allein gestellt. tions-Zielgruppe frühzeitig f

SOZIOSPHERE

Reality-Generation – e

Der Kreislauf der Generationen

Die wirtschaftliche Entwicklung und die Generationen stehen in einem engen Verhã ander, lautet die Theorie der Evolutionsfo liam Strauss und Neil Howe. Sie haben diese 90er Jahren in zwei Büchern – „Generations“ Fourth Turning“ – vorgestellt. Danach werd in der Endphase eines Wachstumszyklu geboren, deren Wertesystem sich grundlegen der vorangegangenen Generationen untersche am Ende dieses Jahrtausends zeigt sich, daß di Recht behalten: Eine neue Jugendgeneratio sich auf, unsere Zukunft zu gestalten.

In ihren Publikationen belegt das Autorenduo, daß sich die Generationen und die wirtschaftlichen Verãnderungen seit mehr als 500 Jahren in Korrelation zueinander entwickeln. Je besser die Ausgangslage der Jugend ist, desto mutiger und selbstbewußter verfolgt sie ihre Lebensziele. Wächst sie hingegen in schwierigen oder desorientierten Zeiten auf, so lernt sie, zurückzustecken und ihre Ziele mit Geduld zu erreichen. So werden aus idealistischen reaktionãre, dann angepaßte und später neulernende Gesellschaften. Die Generations-Phasen im einzelnen:

1. Propheten

Wovor haben die Deutschen Angst?	Gründe für Ängste von 1975	1986
Angstgründe	17	24
Krankheit	0	0
Organisierte Kriminalität	9	9
Arbeitslosigkeit	17	27
Krieg, Atomkrieg	2	4
Einsamkeit, Alter	1	5
Zukunft	0	3
Umweltzerstörung	0	0
Kinderschãnder, Drogen	13	13
haben keine Angst		

BRANCHEN-TRENDS

Food

Der Supermarkt der Die Shopping-Welt gerãt in Bewegu

Multinationale Handelskonzerne und Philosophien in die graue Deutschlands, Tankstellenshops ge ence-Offensive. Hier eine Übersich sten Trends, mit dem die Superm derts antworten werden:



Super-Supermärkte von morg

auch Take-away-Restauran ken und Kinos gehören Ketten.

24-Stunden-Service

Der Nachfragesog der Gesundheit



Die Ökonomie des Gesundheitssektors
Der Gesundheitssektor ist heute bereits ein Sektoren der Volkswirtschaften. In den durchschnittlich ... des Bruttoinlandsprodukt

WORKSPHERE

Familienp Firmen entdec

In den Jahre lionen D...

Unternehmen über eine neue, innerbe lang vor allem die ten, Arbeitszeiten i cher zu gestalten, s die Väter. Heute n deutschen Arbeitn urlaub, doch ge ändern. Viele Studi lungen der Arbeit zunehmenden Kor liãrer Sphãre hin –

• Scheidungskrise haltig aus dem C arbeiten Mitarbeit klang fühlen, deutl

• Die Frauen der mehr bereit, auf Er

Testen Sie jetzt

„2000 X -

Der Zukunftsletter“

- ✓ 30 Tage lang
- ✓ Kein Geld
- ✓ Kein Risiko
- ✓ Alles gratis

plus

2 wertvolle Geschenke

Reagieren Sie sofort, sichern Sie sich Ihr Gratis-Exemplar „2000 X.“

VNR Verlag
für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Str. 2-4
53095 Bonn
Telefon: 0228 - 9 55 01 00
Telefax: 0228 - 35 97 10
eMail: 2000X-service@vnr.de

Senden Sie Ihren Anforderungs-Coupon in diesem Umschlag innerhalb von 14 Tagen zurück.

Bitte freimachen, falls Marke zur Hand. Oder Antwortschein per Fax:
0228 / 3597 10

Sie erhalten dann umgehend

- Ihre Testausgabe
- Ihre beiden Gratis-Geschenke

ANTWORT

**2000X – Der Zukunftsletter
Ideen für das 21. Jahrhundert
z. H. Herrn Matthias Horx
Theodor-Heuss-Str. 2-4**

53095 Bonn