

INHALT

Siegeszug der Emotionen

	6	MOMENTUM <i>Kernaussage – Warum diese Studie?</i>
ÜBERBLICK	14	KONTEXT <i>Bilanz – Wo stehen wir heute?</i>
	16	KONTRAST <i>Umdenken – Welches Mindset ist zukunftsweisend?</i>
	18	KONSEQUENZEN <i>Agenda – Was steht jetzt an?</i>
	22	TREND-EVOLUTION <i>Rückblick – Wie wandeln sich Trendbegriffe?</i>
	24	TREND-RADAR <i>Momentaufnahme – Was deutet hin auf eine Wende?</i>

VERTIEFUNG

28 **THESE 1**
Gesellschaft

Emotionale Entfaltung:
Rein rationales Denken war gestern, die Ära der Emotionen bricht an.

37 EXPERTE Interview mit **Tim Leberecht**
42 EXKURS Emotionen als mentaler Modus
43 EXKURS Sechs Thesen zur Künstlichen Intelligenz

48 **THESE 2**
Individuum

Emotionale Emanzipation:
Erst die Differenzierung zwischen Reiz und Reaktion befähigt zu selbstwirksamem Handeln.

56 EXPERTE Interview mit **Gerald Hüther**
60 EXKURS Herzensbildung

64 **THESE 3**
Unternehmens-
kultur und
-kommunikation

Emotionale Kompetenz:
Nur wer Werte als Basis von Beziehungen begreift, schafft als Unternehmen Resonanz.

73 EXKURS Future Virtues
78 EXPERTE Interview mit **Wolfgang Lalouschek**

82 **THESE 4**
Unternehmens-
identität und
-strategie

Emotionale Erkenntnis:
Die Schlüsselemotionen von Unternehmen sind die Triebkräfte ihrer Visionen.

86 EXKURS Keymotions
90 EXKURS Formen der Zukunftsorientierung
93 EXPERTE Interview mit **Thomas Plötzener**

HINTERGRUND

100 **FUNDAMENT**
Reflexion – Welche Theorie liegt der Studie zugrunde?

100 Klassifikation von Emotionen
103 Soziologische Emotionsforschung

108 **VISIONÄRE**
Einblick – Wer handelt und denkt zukunftsweisend?

108 Interview mit **Antje von Dewitz**, VAUDE
111 Interview mit **Martin Hoffmann**, ISEKI-Maschinen GmbH
114 Interview mit **Jacqueline Rahempour**, sipgate
117 Interview mit **Andrea Bury**, ABURY

120 **IMPACT-ANALYSE**
Potenziale – Wo liegen die Wirkungshebel?

120 The Big Picture

124 Literaturverzeichnis
126 Über das Zukunftsinstitut