

# David Bosshart

Dr. David Bosshart ist seit 1999 CEO des Gottlieb Duttweiler Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft. Das Institut ist ein unabhängiger Europäischer Think Tank für Handel, Wirtschaft und Gesellschaft (gegründet 1962 vom Europäischen Handelsponier Gottlieb Duttweiler). Das GDI ist spezialisiert in interdisziplinärer Trendforschung, verfasst Studien für Unternehmen, und führt Veranstaltungen durch wie die Internationale Handelstagung (66. Ausgabe 2016), den European Foodservice Summit (16. Ausgabe 2016) oder den European Trend Day (12. Ausgabe 2016). Das GDI vergibt in unregelmässigen Abständen den in der Schweiz renommiertesten Preis für aussergewöhnliche Persönlichkeiten, wie z.B. 1989 Václav Havel, 2004 Joschka Fischer, 2008 Kofi Annan, 2011 Jimmy Wales, 2015 Sir Tim Berners-Lee. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Megatrends und Gegentrends in Wirtschaft und Gesellschaft, Zukunft des Konsums und Konsumverhaltens, Globalisierung und politische Philosophie, Management und Wandel. David Bosshart ist Autor zahlreicher international veröffentlichter Publikationen, mehrsprachiger Referent und gefragter Key Note Speaker in Europa, Amerika und Asien. Auftraggeber seiner Analysen und Vorträge sind internationale Konzerne und nationale Unternehmen aus Handel, Konsumgüter und Dienstleistungen sowie Verbände, NGOs, Forschung und Wissenschaft. David Bosshart in den Medien (Auswahl): Time Magazine, Business Week, Wall Street Journal, Financial Times, WirtschaftsWoche, Neue Zürcher Zeitung, Frankfurter Allgemeine, Standard, Der Spiegel, Focus, Stern, Playboy, Greenpeace Magazin, Hurriyet, Het Financieele Dagblad, Standard, Die Zeit, Manager Magazin, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Le Temps, CNN, BBC, ZDF, ORF, SRF, IDS Scheer, Dunt, Electrolux, Gebert, Jura, Dornbracht, Zumtobel, „Wissen - Leidenschaft - Kreativität. Drei Basics für die Zukunft“

FEDIAF, European Pet Food Industry Federation, Intersport, Nike, Lindt & Sprüngli, Barry Callebaut, Krombacher, Heineken, World Beer & Drinks Forum, Hero, Migros, Metro, Edeka, Rewe, Spar, Markant, Tchibo, HDE (Hauptverband des Deutschen Einzelhandels), Denner, Kaufland, Lorenz Snack-World, Bed & More, Elior, IADS (Inter-national Association of Departments Stores), Obi, Presidents' Symposium DSN Retailing, International Egg Commission, ECR-Tag (Efficient Consumer Response D-A-CH), Alphapay, Aduno Gruppe, Allianz, Zurich Financial Services, BTI, Internationale Tourismus Börse, Kuoni, Frankfurter Messe, Executive Summit Anuga, Ogilvy, Saatchi & Saatchi, PwC, KPMG, Ernst & Young, BDO, SAG, SAP, Oracle, Lufthansa, Swiss Intl. Airlines, BlackRock, Deutsche Bank, Swiss RE, Credit Suisse, UBS, Crédit Mutuel, Vontobel, Bank Julius Bär, Schweizerische Kantonalbanken, Valiant Privatbank, Raiffeisen Banken, RZB Raiffeisen Oesterreich, Oesterreichische Volksbanken, Deutsche Volksbanken, Deutsche Sparkassen, Schweiz Tourismus, Hostec, Verband Schweizerischer Generalunternehmer, Swisscom, Telekom Austria, Essilor, Siemens, ABB, Bosch, Kone, Burda, Goldbach Media, Radio Day, Condé Nast, SRF, Parador, PostFinance, Deutsche Post, Schüco, Aduno Gruppe, BMW, Audi, Daimler, VW, AGVS, Eon, RWE, WEF, Universität St. Gallen (HSG), BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.), Deutscher Markenverband, Deutscher Unternehmerverband.

Themen

## Management, Wandel, Globalisierung, Politik:

- Megatrends und Gegentrends in Wirtschaft und Gesellschaft
- Game Changer: Wer ändert die Spielregeln in der globalen Welt?
- Vertrauen – Die wertvollste Ressource. Doch wem können wir in Zukunft noch Vertrauen schenken?
- Die Zukunft des Erfolgs – Wie sich das Management verändert
- Small is beautiful. Warum Kleinheit mehr ist als blosser Romantik
- Globalisierung: Wirtschaft, Politik, Gesellschaft. Wo stehen wir?
- Stabilität durch Instabilität: Wohlstand und Konflikte in der Hypermoderne
- Krieger, Händler, Abenteurer, Prediger – Wer macht die Zukunft?
- Was heisst «Survival of the fittest» wirklich?
- Soft Power – Hard Power. Politik und Nationen in der vernetzten Welt
- Mehr Polarisierungen – Welche Spannungen in Wirtschaft und Gesellschaft unser Leben verändern
- Die Rückkehr der Nation: Warum Globalisierung nicht wirklich funktioniert

## Technologie & Mensch:

- Wie die „fünf Ds“ einem neuen Entscheidungsverhalten führen
- High Tech und High Touch: Wie sich die menschlichen Bedürfnisse wandeln
- Simplicity – Die Sehnsucht nach Einfachheit in einer immer komplexeren Welt
- Die digitale Welt vor uns: Mensch und Technik in der beschleunigten Wirtschaft

- Big Data – Deep Emotions: was Amazon, Google, Apple und Facebook mit uns machen
- Digital Ageing. Wie wir unser Leben dank Technologie besser planen und interessanter alt werden können
- Smart Home und Smart Living. Neue Dimensionen des Wohnens und Lebens dank neuen Technologien

## GDI Gottlieb Duttweiler Institute 2016

- Konsum-Trends, Handel, Marken, Marketing im Wandel:
- Die Zukunft des Konsums. Wie leben wir morgen?
- Die Zukunft des Handels. Märkte, Marken, Menschen – Haben wir den Zenit der Globalisierung überschritten?
- Ohne Feedback sind Sie tot! Die Zukunft der Marken und des Marketings
- Statusfaktion – Die Rückkehr der Hierarchien. Wie wir uns in Zukunft mit neuen Statusmerkmalen unterscheiden werden
- Authentizität – Ein Trend setzt sich durch. Was er heisst, was er verändert
- Age of less – Wie wir Wohlstand neu definieren
- The slower you move, the faster you die: Was die Beschleunigung aller Lebensbereiche für uns bedeutet
- Die Seele des Konsumenten: Verführung, Beschleunigung, Protest und Religion
- Ernährung 2025: Zwischen Wissenschaft und Romantik

## Gesellschaft, Arbeit und Freizeit:

- Die Zukunft von Mann, Frau und Familie: Redesign der Geschlechter
- Healthstyle statt Lifestyle: Wie eine älter werdende Gesellschaft neue Trends setzt
- Mobilität im Wandel: Wohin geht die Reise?
- Workstyle: Die Zukunft der Arbeit
- Die Zukunft der Migration. Über Sinn und Unsinn von Sesshaftigkeit und Nomadentum
- Arbeit und Kapital – Wie sich die Wirtschaft weiterentwickelt und wo Chancen und Gefahren liegen
- Demographie als Schicksal: Die Gewinner und Verlierer
- Mobilität 2025: Mehr Mobilität, weniger Verkehr

Honorare / Reisekosten / Sprache

Live-Booking

Medien & Empfehlung

Impulsvortrag  
Tagessatz  
Reisekosten  
Vortragssprachen

Honorargruppe C  
Honorargruppe D  
Rüschlikon



Cheap: The Real Cost of the Global Trend for Bargains,



Die Zukunft des Konsums

**Discounts & Customer Choice:  
The Real Cost of the Global  
Trend for Bargains, Discounts  
and Consumer Choice**

Free Call aus dem jeweiligen  
Festnetz zu Ihren regionalen  
Ansprechpartnern:



0800 77 11 99 11



00800 77 11 99 11



00800 77 11 99 11



00800 77 11 99 11