

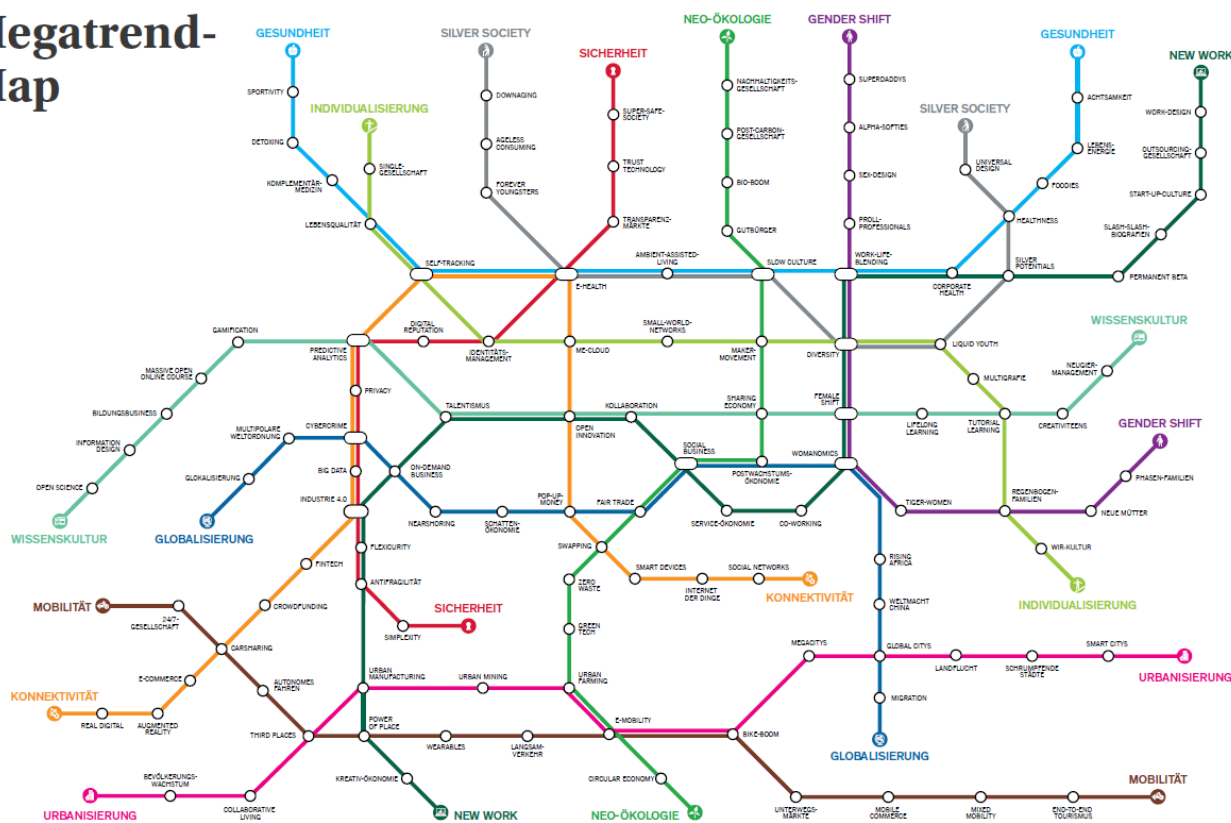
Strategietagung der BMP am 10. Dez. 2018

Quelle - Schwerpunkt Zukunftsinstitut, detailliert bearbeitet von Peter Büchler - <https://futureday.network/>



Die Rückkehr der Visionen

Megatrend-Map



https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Downloads_diverse/ZI_WorbookNavigieren_Downloads.pdf

Definition Megatrend:

Megatrends sind die „Blockbuster“ des Wandels. Es handelt sich um langfristige Entwicklungen, die für alle Bereiche von Gesellschaft und Wirtschaft prägend sind. Der Begriff **Megatrends** geht auf den Begründer der modernen Zukunftsforschung, John Naisbitt, zurück, der im Jahr 1980 den Weltbestseller mit dem gleichen Titel schrieb. Drei Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit wir von einem MEGATREND sprechen:

- **Megatrends** haben eine Halbwertszeit von mindestens 25 bis 30 Jahren.
- Sie müssen in allen möglichen Lebensbereichen auftauchen und dort Auswirkungen zeigen (nicht nur im Konsum, sondern auch in der Politik, Ökonomie etc.).
- **Megatrends** haben prinzipiell einen globalen Charakter, auch wenn sie nicht überall gleichzeitig stark ausgeprägt sind.



Megatrend Wissenskultur (neues Lernen)

Der Megatrend Wissenskultur wirkt ungebrochen. Insbesondere das Zusammenspiel mit dem Megatrend Konnektivität verändert unser Wissen über die Welt und die Art und Weise, wie wir mit Informationen umgehen. In dezentralen Strukturen werden enorme Mengen an Wissen generiert, es entstehen neue Formen der Innovation und des gemeinsamen Forschens. Wissen verliert seinen elitären Charakter und wird zunehmend zum Gemeingut, der globale Bildungsstand ist heute so hoch wie nie. Komplexere, unvorhersehbare Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt und neue, kollaborative Formen der Wissensaneignung verlagern zudem den Fokus: hin zum lebenslangen Lernen, zur Vermittlung von Methoden – und zu den Soft Skills

Nachfolgen jeweils wichtige Themen, die von diesem Trend «beeinflusst» werden. Die Detailbeschreibung dieser Themen im anschliessenden Glossar ab Seite 14.

Augmented Reality / Bildungsbusiness / Co-Working / Crowdsourcing / Digital Creatives / Digital Literacy / Edutainment / Health Literacy / Kollaboration / Learning Analytics / Lifelong Learning / Open Innovation / Open Knowledge / Playfulness / Talentismus /

Was kann das zukünftig bedeuten für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Urbanisierung (Lebensräume)

Städte sind die Staaten von morgen. Immer mehr Menschen leben weltweit in Städten und machen sie zu den mächtigsten Akteuren und wichtigsten Problemlösern einer globalisierten Welt. Doch Städte sind mehr als Orte, Urbanisierung beinhaltet mehr als den Wandel von (Lebens-)Räumen. Durch neue Formen der Vernetzung und Mobilität wird Urbanität vor allem zu einer neuen Lebens- und Denkweise.

Big Data / Bike-Boom / Condensed Spaces / Co-Living / Global Cities / Healing Architecture / Megacities / Micro Housing / Progressive Provinz / Rural Cities / Smart Cities / Third Places / Urban Farming / Urban Manufacturing

Was kann das zukünftig bedeuten für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Konnektivität (Vernetzung)

Konnektivität ist der wirkungsmächtigste Megatrend unserer Zeit. Das Prinzip der Vernetzung dominiert den gesellschaftlichen Wandel und eröffnet ein neues Kapitel in der Evolution der Gesellschaft. Digitale Kommunikationstechnologien verändern unser Leben grundlegend, reprogrammieren soziokulturelle Codes und lassen neue Lebensstile und Verhaltensmuster entstehen. Um diesen fundamentalen Umbruch erfolgreich zu begleiten, brauchen Unternehmen und Individuen neue Netzwerkkompetenzen und ein ganzheitlich-systemisches Verständnis des digitalen Wandels.

3D-Printing / Augmented Learning / Autonomes Fahren / Big Data / Blockchain / Business Ecosystems / Carsharing / Crowdsourcing / Cryptocurrencies / Cybercrime / Digital Creatives / Digital Health / Digital Literacy / Digital Reputation / Internet of Things / Kollaboration / Künstliche Intelligenz / Learning Analytics / OMLINE / Omnichanneling / Predictive Analytics / Privacy / Real-Digital / Seamless Mobility / Selftracking / Smart Citys / Smart Devices / Social Networks

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Individualisierung (Freiheit des Individium)

Individualisierung ist das zentrale Kulturprinzip der westlichen Welt und entfaltet seine Wirkungsmacht zunehmend global. Der komplexe Megatrend hat in vielen Wohlstandsnationen seinen vorläufigen Peak erreicht und ist Basis unserer Gesellschaftsstrukturen geworden. Der Megatrend codiert die Gesellschaft um: Er berührt Wertesysteme, Konsummuster und Alltagskultur gleichermaßen. Im Kern bedeutet Individualisierung die Freiheit der Wahl. Ihre Auswirkungen sind jedoch komplex und bringen sowohl scheinbare Gegentrends wie eine Wir-Kultur als auch neue Zwänge hervor. Individualisierung ist eng mit den Megatrends Urbanisierung, Gender Shift und Konnektivität verwoben.

Achtsamkeit / Alltags-Outsourcing / Diversity / Do it yourself / Hygge / Identitätsmanagement / Lebensqualität / LGBTQ / Mass Customization / Multigrafie / Neo-Tribes / Postdemografie / Self Balancer / Sex-Design / Single-Gesellschaft / Wir-Kultur

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Neo Ökologie (Enkeltauglichkeit)

Bio-Märkte, EU-Plastikverordnung, Energiewende – der Megatrend Neo-Ökologie reicht in jeden Bereich unseres Alltags hinein. Ob persönliche Kaufentscheidungen, gesellschaftliche Werte oder Unternehmensstrategie – selbst wenn nicht immer auf den ersten Blick erkennbar, entwickelt er sich nicht zuletzt aufgrund technologischer Innovationen mehr und mehr zu einem der wirkmächtigsten Treiber unserer Zeit. Der Megatrend sorgt nicht nur für eine Neuausrichtung der Werte der globalen Gesellschaft, der Kultur und der Politik. Er verändert unternehmerisches Denken und Handeln in seinen elementaren Grundfesten.

Achtsamkeit / Bio-Boom / Circular Economy / Direct Trade / Direct Trade / Flexitarier / Green Tech / Gutbürger / Minimalismus / Post-Carbon-Gesellschaft / Postwachstumsökonomie / Sharing Economy / Sinn-Ökonomie / Slow Culture / Social Business / Urban Farming / Zero Waste

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Globalisierung (Internationalisierung)

Handelskriege, diplomatische Krisen, Cyber-Angriffe, internationale Konzernmächte – die Globalisierung wird heute allzu oft als Problem wahrgenommen. Doch die Herausforderungen, die mit einer immer komplexeren, weil zunehmend vernetzten Welt verbunden sind, dürfen nicht den Blick auf die positiven Effekte verstellen, die die Globalisierung bewirkt. Denn während die Politik noch versucht, globale Prozesse mit alten nationalstaatlichen Mechanismen zu regulieren, ist die Weltgesellschaft längst auf dem Weg in die Zukunft des 21. Jahrhunderts. Viele aktuelle Trends von der Postwachstumsökonomie über Direct Trade bis hin zum Aufstieg der Generation Global verstärken die globale Dynamik, die das internationale System in den kommenden Jahren weiter in eine progressive Richtung bewegt.

Bevölkerungswachstum / Generation Global / Global Cities / Global Migration / Glokalisierung / Multipolare Weltordnung / Nearshoring / Neo-Nationalismus / Postwachstumsökonomie

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Gender Shift (Feminal Shift - Angleichung)

Innovation schlägt Tradition, das Geschlecht verliert das Schicksalhafte, die Zielgruppe an Verbindlichkeit. Noch nie hat die Tatsache, ob jemand als Mann oder Frau geboren wird und aufwächst, weniger darüber ausgesagt, wie Biografien verlaufen werden. Der Trend veränderter Rollenmuster und aufbrechender Geschlechterstereotype sorgt für einen radikalen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft. Das starke Ich schlägt das alte Frau/Mann-Schema und schafft eine neue Kultur des Pluralismus.

Diversity / LGBTQ / New Feminism / Post-Gender-Marketing / Progressive Parents / Proll-Professionals / Sex-Design / Ungendered Lifestyle / Womanomics / Work-Life-Blending

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Gesundheit (gutes Leben)

Gesundheit ist das Synonym für ein gutes Leben. Als zentrales Lebensziel hat sich der Megatrend tief in das Bewusstsein, die Kultur und das Selbstverständnis von Gesellschaften eingeschrieben und prägt sämtliche Lebensbereiche. Gesundheit und Zufriedenheit sind dabei kaum noch voneinander zu trennen. Mit selbstständig erworbenem Wissen treten Menschen dem Gesundheitssystem auf Augenhöhe gegenüber und stellen neue Erwartungen an Unternehmen und Infrastrukturen: Gesundheitsbewusste Menschen wollen sich in gesundheitsfördernden Lebenswelten bewegen und fordern dies als neuen Normalzustand ein.

Achtsamkeit / Big Data / Bike-Boom / Corporate Health / Detoxing / Digital Health / Flexitarier / Healing Architecture / Health Literacy / Healthy Hedonism / Holistic Health / Komplementärmedizin / Lebensqualität / Mind-Sport / Movement Culture / Preventive Health / Sportivity / Self Balancer / Selftracking

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend New Work (Sinn der Arbeit)

Die Digitalisierung wirft den Menschen auf sein Menschsein zurück – vor allem im Arbeitsleben. Wenn Maschinen künftig bestimmte Arbeiten besser verrichten können als der Mensch, beginnen wir, über den Sinn der Arbeit nachzudenken. Wenn die Arbeit uns nicht mehr braucht, wofür brauchen wir dann die Arbeit? New Work beschreibt einen epochalen Umbruch, der mit der Sinnfrage beginnt und die Arbeitswelt von Grund auf umformt. Das Zeitalter der Kreativökonomie ist angebrochen – und es gilt Abschied zu nehmen von der rationalen Leistungsgesellschaft. New Work stellt die Potenzialentfaltung eines jeden einzelnen Menschen in den Mittelpunkt. Denn Arbeit steht im Dienst des Menschen: Wir arbeiten nicht mehr, um zu leben, und wir leben nicht mehr, um zu arbeiten. In Zukunft geht es um die gelungene Symbiose von Leben und Arbeiten.

Blockchain / Business Ecosystems / Co-Working / Coopetition / Corporate Health / Digital Literacy / Diversity / Gig Economy / Internet of Things / Kollaboration / Kreativ-Ökonomie / Open Innovation / Permanent Beta / Plattformökonomie / Service-Ökonomie / Social Business / Start-Up Culture / Talentismus / Urban Manufacturing / Womanomics / Work-Life-Blending

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

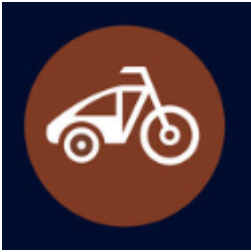
.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Mobilität (von der individuellen zur öffentlichen Mobilität)

Die Welt im 21. Jahrhundert ist nicht nur durch einen weiter wachsenden Mobilitätsbedarf gekennzeichnet, sondern vor allem durch eine zunehmende Vielfalt an Mobilitätsformen. Individualisierung, Konnektivität, Urbanisierung und Neo-Ökologie bestimmen die Mobilität von morgen. Technische Innovationen und veränderte Bedürfnisse der Menschen werden zum Motor neuer Formen der Fortbewegung: vernetzt, digital, postfossil und geteilt. Was wir erleben, ist eine Evolution der Mobilität. Wir stehen am Beginn eines neuen, multimobilen Zeitalters.

Autonomes Fahren / Bike-Boom / Carsharing / Dash Delivery / De-Touristification / E-Mobility / Global Migration / Mikromobilität / Omnichanneling / Seamless Mobility / Unterwegs-Märkte

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Silver Society (Selbstentfaltung)

Der Megatrend Silver Society entfaltet weltweit seine Wirkung. Rund um den Globus wird die Bevölkerung älter und die Zahl Älterer steigt. Gleichzeitig bleiben die Menschen länger gesund. Damit entsteht eine völlig neue Lebensphase nach dem bisher üblichen Renteneintritt. Dieser Lebensabschnitt verlängert sich und bietet Raum für Selbstentfaltung in neuen Lebensstilen im hohen Alter. Ein neues Mindset bereitet den Weg für eine Gesellschaft, die gerade durch die veränderte Altersstruktur vitaler wird denn je. Sie verabschiedet sich vom Jugendwahn, deutet Alter und Altern grundlegend um.

Digital Health / Downaging / Forever Youngsters / Free Ager / Golden Mentor / Lifelong Learning / Postdemografie / Talentismus / Un-Ruhestand / Universal Design

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....



Megatrend Sicherheit (Vertrauen)

Die Gesellschaft befindet sich im Daueralarm – eine Krise jagt die nächste: Von einem bevorstehenden globalen Handelskrieg, über die Roboter, die uns unsere Arbeit wegnehmen, bis hin zur EU-Flüchtlingskrise. Alles wird immer schlimmer und wir stehen kurz vor dem Kollaps. Doch das ist ein Trugschluss: Während unsere Wahrnehmung uns in die Verunsicherung stürzt, wird die Welt nicht immer unsicherer – ganz im Gegenteil: Wir leben in den sichersten aller Zeiten. Zugleich strebten wir aber noch nie so sehr nach Sicherheit wie heute.

Autonomes Fahren / Big Data / Blockchain / Business Ecosystems / Cybercrime / Digital Health / Digital Literacy / Digital Reputation / Flexicurity / Hygge / Identitätsmanagement / Internet of Things / Predictive Analytics / Privacy / Selftracking / Simplicity / Smart Citys / Super-Safe Society / Transparenz-Märkte / Trust Technology

Was kann das zukünftig bedeute für ...

... mich und mein Umfeld?

.....

.....

... die Politik und Gesellschaft?

.....

.....

... für unsere «Kunden» mit ihren Produkten und Dienstleistungen?

.....

.....

Glossar Megatrends

3D-Printing

3D-Printing ist ein generatives Fertigungsverfahren, das dreidimensionale Gegenstände durch schichtweises, computergesteuertes Auftragen von Material erzeugt. 3D-Drucker werden sowohl in Industrie und Forschung eingesetzt als auch im Heim- und Unterhaltungsbereich sowie in der Kunst. Die neuartigen Produktionsprozesse ermöglichen hochindividuelle Produktion nach Bedarf und somit agilere Lieferketten.

Achtsamkeit

Achtsamkeit ist der wichtigste Gegentrend zur permanenten **Reizüberflutung des digitalen Zeitalters** und der medial gemachten Erregungskultur. Immer häufiger hinterfragen wir die Art, wie wir mit uns und unserer real-digitalen Umwelt umgehen. **Achtsamkeit ist mehr als ein Lifestyle-Thema, es ist die Kunst, das Hier und Jetzt nicht aus den Augen zu verlieren, die eigenen Bedürfnisse zu kennen und Werte zu leben.**

Alltags-Outsourcing

Steigende Flexibilisierungsanforderungen und eine Vielzahl beruflicher wie privater Verpflichtungen führen zu einem enormen **Zuwachs an Komplexität und Zeitknappheit im Alltag der Menschen**. Daher werden immer mehr Aufgaben des Alltags an Services und Dienstleister **outsourct**, die beispielsweise das **Einkaufen, Kochen, Putzen oder Planen privater Events übernehmen**.

Augmented Learning

Augmented Learning bedeutet Lernen in komplett oder teilweise virtuellen Lernumgebungen. Virtual Reality (VR) oder Augmented Reality (AR) werden genutzt, um die **Vermittlung von Wissen anschaulicher und lebendiger zu gestalten**, um die natürliche Umgebung um zusätzliche Lerninhalte zu erweitern oder zum Zwecke der Übung zukünftige Situationen zu simulieren.

Augmented Reality

Die Technologie der Augmented Reality (AR) beschreibt eine computergestützte Verknüpfung der realen mit der virtuellen Welt: eine „mixed reality“, die einen digitalen Layer über die physische Wirklichkeit legt. Die reale Umgebung wird über digitale Anwendungen in Echtzeit mit Grafiken, auditiven oder Textinformationen überlagert, beispielsweise eine über Smart Glasses ins Sichtfeld eingeblendete Navigation.

Autonomes Fahren

Systeme zum (teil-)autonomen Fahren basieren auf dem Einsatz von Kameras sowie Radar- und Ultraschallsensoren in Fahrzeugen und ihrer Vernetzung mit der sie umgebenden Infrastruktur und anderen Fahrzeugen. Sie versprechen **weniger Staus und Unfälle und mehr Ressourceneffizienz und Sicherheit**, da menschliches Versagen durch innovative Car-to-Car-Kommunikation zum großen Teil bedeutungslos wird.

Bevölkerungswachstum

Global betrachtet wird die Bevölkerungszahl weiter deutlich ansteigen. Das hat vor allem massive Auswirkungen auf Städte: Nachverdichtungen, Neubauten und eine umfangreiche Reorganisation von Verkehr, Nahversorgung und Lebens- und Arbeitsräumen werden zur Herausforderung.

Big Data

Big Data bezeichnet die Sammlung, Verarbeitung und Analyse großer Mengen computergenerierter Daten: individualisierte, personenbezogene ebenso wie öffentliche und geostationäre. Für ihre Auswertung und Weiterverarbeitung sind neue technische Tools erforderlich – und ein neues Daten-Mindset, das aus Big Data „Thick Data“ macht: wirklich relevante Informationen und Einblicke in menschliche Bedürfnisse. **Big Data gilt branchenübergreifend als Quell neuer Wertschöpfung.**

Bike-Boom

Das Fahrrad wandelt sich vom Freizeitgerät zum Verkehrsmittel erster Wahl, vor allem in den Städten. Radfahren ist nicht nur ökologisch, kostengünstig und gesund, sondern in Innenstädten mittlerweile oft die schnellere Alternative zum Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln. Städte der Zukunft binden Fahrradwege, Bikesharing-Stationen und Abstellplätze mit in ihre Infrastrukturen ein, um den Bike-Boom weiter zu unterstützen.

Bildungsbusiness

In der Wissensgesellschaft wird Bildung eines der wichtigsten Güter. Das erkennen immer mehr kommerzielle Bildungsanbieter und profitieren von einer steigenden Nachfrage. Eltern setzen auch außerhalb öffentlicher Schulbildung auf den Wissensvorsprung ihrer Kinder oder professionelle private Nachhilfe. Ebenso wird vermehrt in Leistungen von Hochschulen, Weiterbildungsangeboten, Coaching und den Bereich der Online-Bildung investiert.

Bio-Boom

Der Konsum von Bio-Produkten – Lebensmittel, aber auch Kleidung, Möbel und Kosmetik – wächst ungebrochen. Mit einer Vielzahl von Bio-Siegeln, Zertifikaten und Richtlinien versucht man die Glaubwürdigkeit von Bio-Produkten zu sichern. Neben ökologischen Motiven steht „Bio“ für die meisten Konsumenten auch für höhere Qualität und dadurch nicht zuletzt für mehr Genuss.

Blockchain

Die Blockchain, u.a. Grundlage der Kryptowährung Bitcoin, ermöglicht die dezentrale Speicherung aller Transaktionen innerhalb eines Netzwerkes. Die Technologie gilt als kaum manipulierbar und vollkommen transparent, da jeder Teilnehmer alle getätigten Transaktionen einsehen kann. Gleichzeitig können die Akteure weitgehend anonym bleiben. Dieses neue Verhältnis von Transparenz und Anonymität so wie das Wegfallen einer zentralen Steuerungs- oder Kontrollinstanz ergeben das disruptive Potenzial der Technologie.

Business Ecosystems

Der Begriff des „Business-Ökosystems“ beschreibt die zunehmende Vernetzung von Unternehmen und Branchen – und damit auch das Verschwimmen ihrer Grenzen – unter den Vorzeichen der Digitalisierung. Ab einem gewissen Vernetzungsgrad und einer damit einhergehenden Automatisierung laufen ökonomische Netzwerke teil- bis selbstorganisiert, und aus Value Chains werden Ökosysteme.

Carsharing

Carsharing beschreibt einen Systemwechsel in der individuellen Automobilität: weg vom Besitz, hin zur Nutzung von Fahrzeugen. Die Konzepte reichen von professionellen Anbietern bis hin zur Peer-to-Peer Vermietung von Privatfahrzeugen oder Mitfahrgelegenheiten. Zahlreiche Anbieter, Apps und Dienstleister machen das Carsharing immer zugänglicher und das Auto verliert immer mehr seine Funktion als Statussymbol.

Circular Economy

Das lineare Modell der Ressourcenausbeutung, in dem aus Rohstoffen Produkte werden und aus Produkten Abfall, wird zunehmend abgelöst von einem regenerativen Modell der Ressourcennutzung, in dem Stoffströme zu Kreisläufen geschlossen werden und Abfall selbst wieder zur Ressource wird. Mit dem Modell der Kreislaufwirtschaft, der Circular Economy, sind nicht nur ökologische Ziele verbunden, sondern klare ökonomische Chancen.

Condensed Spaces

Condensed Spaces sind innerstädtisch-urbane Räume mit hoher Bevölkerungs-, Bebauungs-, Infrastruktur- und Mobilitätsdichte. Auf engstem Raum finden sich hier die meisten Menschen, der meiste Wohnraum und der meiste Verkehr. Von der gelungenen Gestaltung und Organisation der Condensed Spaces hängt meist die Lebensqualität der ganzen Stadt und sogar der Region ab.

Co-Living

Die Biografien der Menschen haben sich zu Multigrafien weiterentwickelt. Dies spiegelt sich nicht zuletzt in der Art, wie Menschen wohnen: Co-Living ist nicht mehr nur ein Modell für Studierende. Auch Alters und Berufstätigen-WGs sowie Mehrgenerationenhäuser werden populärer. Überall entstehen neue Gemeinschaften, Communitys und Nachbarschaftsnetzwerke – eine Entwicklung, die erst durch die Individualisierung entstehen konnte.

Coopetition

Kooperation heißt schon lange das Zauberwort, um komplexe Probleme zu lösen. In Zukunft geht man noch einen Schritt weiter und wendet sich auch mal der Konkurrenz zu, um in bestimmten Fragen weiterzukommen, innovativ zu bleiben oder Synergieeffekte zu schaffen. Der Coopetition-Trend, eine

Wortschöpfung aus „Cooperation“ und „Competition“, bezeichnet die lose Zusammenarbeit mit Wettbewerbern, um zeitweise die Kräfte zu bündeln, statt sich im Konkurrenzkampf aufzureiben.

Corporate Health

Gesundheitsmanagement in Unternehmen geht weit über Unfallschutz, Betriebsärzte und ergonomische Arbeitsplätze hinaus. **Stress, Überarbeitung, Burnout, körperliche und psychische Beschwerden: Um die Leistungsfähigkeit im Job zu sichern, ist Gesundheitsvorsorge keine individuelle Angelegenheit mehr. Sie wird zur strategischen Führungsaufgabe.**

Co-Working

Die steigende Mobilität insbesondere von Beschäftigten in der Kreativwirtschaft lässt neue Kristallisationspunkte zum gemeinsamen Arbeiten und Teilen von Wissen entstehen. Co-Working Spaces sind Gemeinschaftsbüros, in denen zum Beispiel Selbstständige oder Projektteams temporäre Arbeitsplätze mieten können. **Häufig sind diese Räume mehr als Büros – sie sind Orte der Begegnung, des Austausches und nicht selten der Geselligkeit.**

Crowdsourcing

Crowdsourcing setzt auf die Weisheit der Vielen und bezeichnet die Auslagerung traditionell interner Unternehmensaufgaben an eine Gruppe freiwilliger User oder eine bestimmte Online-Community. Ziel ist meist, neue Service- oder Produktideen zu generieren, konkrete Probleme zu lösen, eine Entscheidungsfindung voranzutreiben oder sich inspirieren zu lassen.

Cryptocurrencies

Kryptowährungen sind digitale Zahlungsmittel, die meist auf kryptographischen Werkzeugen wie Blockchains basieren. Zunächst eher im Darknet populär, wird vor allem der Bitcoin in immer mehr Handelsbeziehungen zum akzeptierten Zahlungsmittel. Immer neue Kryptowährungen betreten den Markt – mit unterschiedlichen Versprechen, was ihre Transaktionsgeschwindigkeit, -gebühren, Anonymität, Sicherheit, die erforderte Rechenleistung und somit ihren Ressourcenverbrauch betrifft.

Cybercrime

Cybercrime bezeichnet die Art von Kriminalität, die mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologie verübt wird. Erschwert wird die Verfolgung von Cybercrime vor allem durch die Möglichkeiten der anonymen Nutzung des Internets. **Unter Cybercrime fallen Verbrechenarten wie digitale Industriespionage, Identitätsmissbrauch, Verstöße gegen geistiges Eigentum oder digitale Fälschung.**

Dash Delivery

Durch den anhaltenden Boom des E-Commerce wird **die schnelle, effiziente Lieferung von Waren zur Herausforderung.** Händler und Logistiker wetteifern um die innovativsten Lösungen in Sachen Reaktionsschnelligkeit auf der letzten Meile zum Kunden. Convenience und eine echtzeitnahe Supply Chain zur Verkürzung von Lieferzeiten werden zum wichtigen Wettbewerbsvorteil.

De-Touristification

De-Touristification bedeutet, dass der Einzelne als Reisender wahrgenommen werden möchte und nicht als Tourist. Als Tourist ist man ausgeschlossen vom authentischen Alltagsleben vor Ort und eingeschlossen in eine hermetisch abgeriegelte Welt der Tourismusindustrie. Als Reisender dagegen entdeckt man das andere, lebendige, echte Leben in der Fremde. Diese Sehnsucht nach authentischen Begegnungen ist heute ein zentraler Treiber für Reisende.

Detoxing

Im Zuge des steigenden Gesundheitsbewusstseins versuchen immer mehr Menschen sich durch eine gezielte Auswahl von Lebensmitteln und Pflegeprodukten von schädlichen, ungesunden oder krank machenden Substanzen zu befreien. **Das Prinzip Detoxing weitet sich aber auch auf andere Bereiche aus: Mentales oder digitales Detox übertragen das Konzept auch auf die psychische und seelische Gesundheit.**

Digital Creatives

Die Digital Creatives, ein vom Zukunftsinstitut benannter Lebensstil, sind in der real-digitalen Welt zu Hause. Immer und überall online zu sein ist für sie selbstverständlich. Für die zumeist 14- bis 35-Jährigen sind digitale Technologien der wichtigste Zugang zu ihrer Umwelt. Diese Early Adopter experimentieren mit neuen Technologien – und nutzen die Möglichkeiten des Digitalen, um ihre Kreativität auszuleben.

Digital Health

Digitale Technologien spielen bei der Gesundheitsversorgung wie auch beim individuellen Gesundheitsverhalten eine immer größere Rolle. **Bei kritischen Vitalwerten können Mediziner beispielsweise Feedback geben, ohne dass der Patient zum Arzt kommen muss.** Digital Health ermöglicht eine bessere Interaktion zwischen Patienten, Mediziner und Dienstleistern.

Digital Literacy

Digital Literacy bezeichnet einen souveränen und selbstbewussten Umgang mit den Herausforderungen der Digitalität. Die Fähigkeiten, die dafür die Basis bilden, sind kognitiver, sozialer und auch kultureller Natur: die Verarbeitung des digitalen „Information Overflow“, die Stärkung des menschlichen Miteinanders in digitalisierten Kontexten – und die generelle Bereitschaft, sich für die neuen Anforderungen digital vernetzter Kommunikation zu öffnen.

Digital Reputation

Die Frage, welchen Ruf und welches Ansehen Menschen genießen, wird immer stärker bestimmt durch ihre Reputation in sozialen Netzwerken und die Informationen, die im Internet über sie zu finden sind. Das gilt in noch weit stärkerem Maße auch für die Bewertung von Unternehmen und Marken.

Direct Trade

Direct Trade ist eine Weiterentwicklung des Fair Trade. **Das große Anliegen des Direct Trade ist, die Supply Chain so transparent und kurz wie möglich zu machen.** Das Besondere ist die direkte Verbindung von Produzenten und Konsumenten, die meist online zueinander finden. Kostenintensive Zwischenhändler fallen dadurch weg.

Diversity

Diversity bedeutet Vielfalt von Menschen, beispielsweise hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, kulturellem Hintergrund, Qualifikationen etc. Angesichts grundlegender Veränderungen in der Arbeits- und Businesswelt gilt die Diversity von Mitarbeitern als zunehmend wichtiger Erfolgsfaktor für Unternehmen hinsichtlich Innovationsfähigkeit und Resilienz.

Do it yourself

Gärtnern, Kochen, Backen, Handarbeit – Dinge selbst herzustellen erfährt einen enormen Bedeutungswandel. Der Trend geht hin zu individuell gefertigten Produkten. **Etwas mit den eigenen Händen zu erschaffen oder zu reparieren erzeugt positive Gefühle und bildet ein Gegengewicht zur ständigen Kopfarbeit am PC.** „Selfmade“ wird zum neuen Statussymbol.

Downaging

Während die Menschen faktisch immer älter werden, bleiben sie dabei gleichzeitig subjektiv länger jung. Alte Menschen sind heute länger fit und gesund als je zuvor. **Heute gilt für die meisten Menschen, dass das „gefühlte Alter“ 10 bis 15 Jahre unter dem biologischen liegt.** Dieses Downaging bestimmt nicht nur die Vitalwerte von älteren Menschen, sondern ihr gesamtes Lebensgefühl und damit ihren Lebensstil, ihren Konsum, ihre Mediennutzung usw.

Edutainment

Die Bedeutung von lebenslangem Lernen und dass es Spaß machen kann, zu lernen, zeigt sich an der großen Popularität von Edutainment-Formaten. Die Kombination aus Lernen (Education) und Unterhaltung (Entertainment) umfasst eine Vielzahl von Angeboten im Kultur- und Freizeitbereich. Edutainment reicht von Wissenschaftssendungen und interaktiven Ausstellungen bis zu Themenparks und Events wie Science Slams.

E-Mobility

Die Evolution der Mobilität wird insbesondere am allmählichen Durchbruch bei der Verbreitung von Elektrofahrzeugen sichtbar. Die größte Herausforderung stellt immer noch die Reichweite von Batterien und das Lademanagement dar. Durch die Digitalisierung der Verkehrssysteme und die zunehmende Automatisierung der Mobilität in Form selbstfahrender Autos wird der Wandel jedoch weiter beschleunigt.

Flexitarier

„Weniger Fleisch, mehr Lebensqualität“, lautet die Devise der Teilzeit-Vegetarier. Flexitarier setzen weniger auf Moral und mehr auf Pragmatismus. Beispielsweise verzichten sie nicht komplett und immer auf Fleisch (Vegetarier) oder gar auf alle tierischen Produkte (Veganer). **Ihre Philosophie ist es, die richtige Balance zu finden und lieber weniger und dafür besseres Fleisch zu konsumieren.**

Flexicurity

Der Begriff, der sich aus den englischen Wörtern Flexibility und Security zusammensetzt, beschreibt die Notwendigkeit von Kompromissen zwischen Flexibilitätsanforderungen und Sicherheitsbedürfnissen. Der Begriff versinnbildlicht jedoch auch den in modernen Organisationen allgegenwärtigen **Konflikt zwischen angestrebter Sicherheit und notwendiger Agilität bzw. Risikobereitschaft.**

Forever Youngsters

Für Forever Youngsters ist das Erreichen des Rentenalters keinesfalls der Beginn des Ruhestands – sondern eher der **Start in den besten Lebensabschnitt.** Voll Neugier und Tatendrang stürzen sie sich in Aktivitäten, engagieren sich für gemeinnützige Zwecke oder verwirklichen lang gehegte Träume. **Bei alledem achten Menschen mit diesem Lebensstil auch noch besonders gut auf ihre Gesundheit.**

Free Ager

Der Lebensstil der Free Ager ist in der Altersgruppe 50plus am weitesten verbreitet. **Free Ager möchten sich auf die für sie relevanten Dinge im Leben fokussieren. Werte wie Gelassenheit, Harmonie, Menschlichkeit, eine gesunde Umwelt und ein soziales Miteinander liegen ihnen am Herzen. Dabei ist ihnen in erster Linie wichtig, mit sich selbst zufrieden zu sein und stets im Hier und Jetzt zu leben.**

Generation Global

Die jungen Menschen, die Teil der Generation Global sind, wissen: **Globale Herausforderungen lassen sich nicht mit nationalem Denken lösen.** Sie nutzen das Netz, um Lösungen zu finden und globale Probleme bei ihrer lokalen Wurzel zu packen. Die Generation Global führt wirtschaftlich wie gesellschaftlich einen Shift herbei, der Sinn und sozialen Mehrwert zum zentralen Bewertungskriterium macht.

Gig Economy

Die Gig Economy bezeichnet eine neue Wirtschaftsform, in der Menschen ihren Unterhalt durch situative, auf Kurzfristigkeit basierende Jobs bestreiten. Die digitalen Möglichkeiten der Plattformökonomie dienen dabei als ideale Mittler zwischen Kunden und diesen unabhängigen, freiberuflichen Auftragnehmern. Uber-Fahrer, Lieferboten, Texter etc. hanteln sich von einem Auftrag zum nächsten, wie es früher vorwiegend Musiker von Gig zu Gig taten.

Global Citys

Innovative und kreative Städte werden mehr und mehr zu den ökonomischen, kulturellen und politischen Zentren der Weltwirtschaft. Global Citys übernehmen zentrale Steuerungsfunktionen, denn sie verknüpfen regionale, nationale und internationale Finanz-, Dienstleistungs- und Warenströme. Somit sind sie die zentralen Knotenpunkte der Globalisierung.

Global Migration

In einer globalisierten Welt weisen viele Länder kontinuierliche Ströme von Ein- und Auswanderern auf. Vor allem für Gesellschaften mit einer alternden Bevölkerung, niedrigen Geburtenraten und gleichzeitig hoher Arbeitskräftenachfrage ist Zuwanderung eine enorme Chance. Die Herausforderung liegt darin, kulturelle Diversität kreativ und konstruktiv zu gestalten.

Glokalisierung

Einerseits sind die Weltwirtschaft und das Leben der Menschen durch zunehmende Internationalisierung und globale Verflechtungen geprägt, andererseits kaufen Konsumenten beispielsweise vermehrt Produkte aus regionaler Herstellung, weil diese eine gewisse Nähe zum Erzeuger versprechen und sie nach regionalen Besonderheiten und Individualität suchen. **Das Lokale gewinnt als Teil der Globalisierung stark an Bedeutung.**

Golden Mentor

Golden Mentors wollen ein Leben lang aktiv bleiben und andere an ihren gesammelten Erfahrungen teilhaben lassen. Vertreter dieses Lebensstils sind in der Regel zwischen 55 und 79 Jahre alt und befinden sich häufig bereits im Ruhestand – beziehungsweise im „Un-Ruhestand“. Denn viele arbeiten immer noch und bringen sich aktiv in Wirtschaft und Gesellschaft ein.

Green Tech

Green Tech bezeichnet Technologien, die Belastungen für die Umwelt von vornherein zu vermeiden versuchen, sie verringern oder bereits entstandene Schäden beheben. Außerdem hilft der Einsatz von Green Tech Unternehmen dabei, mit knappen und teurer werdenden Rohstoffen effizienter zu wirtschaften.

Gutbürger

Die Gutbürger übernehmen Verantwortung oder stoßen Veränderungen an, sie unterstützen ökologische und soziale Initiativen – ob im Nachbarschaftsumfeld oder in globalen Initiativen. Gemeinwohlorientierung und Selbstverwirklichung sind für sie kein Widerspruch. Dieser Avantgarde-Lebensstil verkörpert einen erwachsenen Community-Gedanken und einen zukunftsweisenden Öko-Pragmatismus.

Healing Architecture

Standen in der Architektur lange Zeit funktionale Aspekte im Vordergrund, geht es künftig verstärkt um emotionale Qualitäten von Räumen. Als Prävention gegen Hektik, Stress und ungesunde Umwelteinflüsse werden Gebäude gewissermaßen zur Arznei. Innovative Strategien setzen auf eine heilende Wirkung von Räumen und auf Materialien als Teil ganzheitlicher Konzepte moderner Gesundheitsvorsorge.

Healthy Hedonism

Ein dogmatisches, leistungsorientiertes Gesundheitsstreben wird zunehmend abgelöst durch ein ganzheitliches Gesundheitsverständnis, das aufs Wohlbefinden von Körper und Geist abzielt. Es geht nicht mehr um Gesundheitsregeln, die vorschreiben, was man darf oder nicht, sondern um eine Besinnung auf das, was gut tut. Nicht ein schlechtes Gewissen und Verzicht sind der Haupttreiber dieses neuen Gesundheitsverhaltens, sondern Genuss und Lebensqualität.

Health Literacy

Gesundheit ist zu einer eigenverantwortlichen Aufgabe geworden. Immer mehr Menschen erweitern ihre Gesundheitskompetenz – ihre Health Literacy. Sie informieren sich aus unterschiedlichen Quellen zu Gesundheitsthemen und bilden sich eine eigene Meinung. Mit dieser treten sie Ärzten selbstbewusst auf Augenhöhe gegenüber.

Holistic Health

Der Blick auf Gesundheit wird ganzheitlicher – endet aber nicht beim Menschen, sondern bezieht auch die größeren Kontexte mit ein: das komplexe Wirkungsnetzwerk, das auf die Gesundheit von Individuen und ganzen Bevölkerungen Einfluss hat. Künftig werden mehr Faktoren in den Fokus rücken, die nicht in der Verantwortung der Individuen, sondern von Staaten und Wirtschaft liegen, wie Gesetze, Bildung, Architektur und Arbeitsumgebungen.

Hygge

Hygge beschreibt die Gemütlichkeit und Heimeligkeit in den eigenen vier Wänden. Es ist jedoch kein Rückzug in die Isolation, sondern setzt auf Gemeinschaft und Geselligkeit mit Freunden und Familie. Hygge bedeutet, sich einen Rückzugsort zu schaffen, an dem die einfachen Dinge des Lebens gefeiert werden. Es geht um positive Erlebnisse auf Basis eines Miteinanders, um das Gefühl von Dankbarkeit, Geborgenheit und Entspannung.

Identitätsmanagement

Im Internetzeitalter gehört die Bedrohung der Identität für viele Internetnutzer zum Alltag, auch wenn sie sich dessen nicht immer bewusst sind. Umso mehr kommt es auf neue Schutzmechanismen und Konzepte des Identitätsmanagements an, die für Vertrauen sorgen – gerade hinsichtlich der Identität im Netz. Das Verwalten und Nutzen von Identitäten ist nicht nur eine wichtige Aufgabe und Kompetenz für das Individuum, sondern auch für Organisationen.

Internet of Things

Das Internet of Things ist das Ergebnis umfassender Vernetzung und Interaktion zwischen digitalen Systemen. Gemeint ist damit nicht nur IT-Hardware wie Computer und Smartphones, sondern alle denkbaren Geräte und sogenannten cyber-physischen Systeme, ganz gleich ob Industrieanlagen, medizinische Apparaturen, Wearables, Fahrzeuge oder ganze Gebäude.

Kollaboration

Unter Kollaboration versteht man die oft technisch vermittelte Zusammenarbeit in Teams. Zielsetzung ist oft die Generierung neuer Ideen oder Problemlösungen, häufig ist die Zusammenarbeit intensiv, kreativ und zeitlich begrenzt. Durch Austausch entstehen Synnovationen, neue Verbindungen oder Sichtweisen. Die digitale Kommunikation ist dabei ein starker Treiber.

Komplementärmedizin

Komplementär- und Alternativmedizin gewinnen an Zuspruch. Wachsendes Misstrauen gegenüber der Schulmedizin bringt Menschen dazu, neue Möglichkeiten der Gesunderhaltung und Heilung zu testen. Unter Verzicht auf Produkte der Pharmaindustrie sollen alternative Methoden eine natürliche oder ganzheitliche Heilung oder Prävention ermöglichen.

Kreativ-Ökonomie

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird inzwischen als eigenständiges Wirtschaftsfeld verstanden und umfasst die vielfältige Medienbranche und die Designwirtschaft sowie Architektur, Marketing, Künste und die rasant wachsende Gaming-Branche. Mit ihrer Wirtschaftsleistung hat die Kreativwirtschaft bereits vielerorts zu den Spitzenbranchen wie Automobilindustrie und Maschinenbau aufgeschlossen.

Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz (KI) ist ein Teilgebiet der Informatik, das sich mit der Automatisierung „intelligenter“ Verhaltens und dem Maschinenlernen befasst. Meist wird dabei versucht, Computer so zu programmieren, dass sie eigenständig Probleme bearbeiten können. KI zählt heute zu den wegweisenden Treibern der Digitalisierung.

Learning Analytics

Als Learning Analytics wird das Messen, Sammeln, Analysieren und Auswerten von Daten über Lernende und ihren Kontext bezeichnet. Ziel ist es, das Lernen und die Lernumgebung zu verstehen und zu optimieren. Der Zugriff auf die Daten wird möglich, da Lernangebote und -prozesse zunehmend von digitalen, virtuellen Systemen unterstützt werden. Spezielle Software macht es möglich, individuelle Lernverläufe genau zu erfassen und auszuwerten.

Lebensqualität

„Besser statt mehr“ wird zur Leitdevise von immer mehr individuellen und kollektiven Strategien, die auf höhere Lebensqualität setzen: besser Zeit mit der Familie als mehr Gehalt, besser eine neue Grünfläche in der Stadt als noch ein Einkaufszentrum, lieber weniger und dafür besseres Fleisch auf dem Teller usw. Viele internationale Organisationen suchen derzeit nach validen Maßstäben für die Erfassung globaler, nationaler und individueller Lebensqualität.

LGBTQ

Die weltweite LGBTQ-Bewegung (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer) setzt sich für die Akzeptanz und mehr öffentliches Bewusstsein der Gender-Vielfalt ein. Sie ist Vorreiter in Sachen Offenheit und progressiver Lebensweisen. Nicht nur, weil sie neue Formen der Partnerschaft und alternative Familienmodelle vorlebt, sondern auch weil sie Normen, Traditionen und Rollenzuschreibungen hinterfragt, die auch für heterosexuelle Menschen nicht mehr zeitgemäß sind.

Lifelong Learning (LLL)

Arbeitsumfelder, Jobprofile, Qualifikationsanforderungen – all das wandelt sich stetig. Der einmal absolvierte Abschluss reicht meist nicht mehr ein Leben lang aus. Beschäftigte müssen sich fortlaufend weiterbilden, zusätzliche Qualifikationen oder gar völlig neue Skills erwerben. Lifelong Learning ist allerdings nicht nur eine berufliche Notwendigkeit, sondern auch der Wunsch vieler Menschen, sich vielfältig weiterzuentwickeln.

Mass Customization

Weil Konsumenten Angebote wollen, die auf ihren persönlichen Geschmack und ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind, setzen immer mehr Unternehmen auf Mass Customization, also individualisierte Massenproduktion. **3D-Druck und Industrie 4.0 machen es möglich, in der Fertigung noch schneller und präziser auf hochindividuelle Kundenwünsche einzugehen.**

Megacitys

Megacitys sind Städte mit 10 Millionen oder mehr Einwohnern. Viele dieser riesigen Metropolen haben hohe Wachstumsraten. Schon heute lebt etwa jeder achte Erdbewohner in einer der rund 30 Megacitys. Ihre Anzahl wird nach Prognosen der UN bis zum Jahr 2035 auf fast 50 steigen. Die schiere Größe der Megastädte stellt sie vor gewaltige Herausforderungen in Bezug auf Infrastruktur, Lebensqualität und Nachhaltigkeit.

Micro Housing

Micro Housing bedeutet möglichst viel Lebensqualität auf kleinstmöglichem Raum. Tiny Houses kombinieren oft innovatives Green Tech mit heimeligem Design bei optimaler Ausnutzung des Raums. Vorreiter für diesen Trend ist Japan: In Tokio hat jeder Bewohner im Durchschnitt 19 Quadratmeter Wohnraum zur Verfügung. Aber auch in anderen wachsenden Städten und für moderne Nomaden auf der ganzen Welt wird Micro Housing immer beliebter.

Mikromobilität

Im immer dichter werdenden Stadtverkehr steigt der Bedarf an effizienten Mobilitätslösungen. Der öffentliche Verkehr entwickelt sich in Richtung individueller Massenmobilität weiter und wird durch ein dichtes Netz **sogenannter Public Private Vehicles und Microcarrier wie Elektro-Roller, autonome Shuttle-Fahrzeuge, Fahrräder** und andere Kleinstmobile komplettiert. Auch Flug-Taxis werden entwickelt und bereits getestet.

Mind-Sport

Immer mehr Menschen sind heute auf der Suche nach Freizeitaktivitäten, die sie nicht nur körperlich und geistig fit halten, sondern auch wieder „in Resonanz“ bringen, mit anderen Menschen, mit der Umwelt oder mit sich selbst. **Mind-Sport sind solche Sportarten, bei denen der bewusste und achtsame Kontakt mit der Natur, mit anderen oder mit sich selbst im Vordergrund steht.**

Minimalismus

Minimalismus ist der Trend des bewussten und achtsamen Verzichts. Für die einen ist der neue Minimalismus eine Art mentale und praktische Selbsthilfe, um mit dem Überangebot und der Immer-Verfügbarkeit von Produkten zurechtzukommen und damit ihr Wohlfühl-Level zu erhöhen. Für die anderen ist es der Anspruch, durch das eigene Konsumverhalten die Gesellschaft zu verändern.

Movement Culture

Sport ist heute für viele normaler Bestandteil des Lebens. Dabei verändert sich für eine wachsende Gruppe von Menschen die Bedeutung von Sport – weg von der reinen Selbstoptimierung und hin zu einem Comeback der Bewegung: **Es geht nicht mehr darum, eine bestimmte Leistung oder ein bestimmtes Aussehen zu erreichen, sondern um die Bewegung selbst.** Egal ob beim Schwimmen, Yoga, Parkour oder Spazierengehen, der achtsame und genussvolle Umgang mit dem Körper steht im Zentrum.

Multigrafie

Viele Jahrzehnte lang folgte die Biografie der meisten Menschen einer linearen Abfolge von Lebensphasen: Kindheit und Jugend, Berufstätigkeit, Familienleben und schließlich Ruhestand. Längst haben wir uns von dieser Normalbiografie verabschiedet. Heute werden Lebensläufe immer unberechenbarer, aus linearen Biografien werden vielseitige, parallel und sprungweise verlaufende Multigrafien.

Multipolare Weltordnung

Statt von einzelnen wenigen nationalen Supermächten wird die Welt zunehmend von mehreren mächtigen Kräften beherrscht. Sei es militärisch, politisch oder wirtschaftlich, die Tendenz geht hin zu mehreren wichtigen Globalmächten, die den Einfluss untereinander aufteilen und miteinander konkurrieren, aber auch kooperieren. **Wo stehen wir in Europa?**

Nearshoring

Die Standortwahl von Unternehmen ist zunehmend vom Ziel geprägt, absatzmarktnah zu agieren und zu fertigen. Flexibilitätseinbußen, Qualitätsprobleme und die Veränderung von Lohnniveaus in unterschiedlichen Teilen der Welt führten zu einer Trendwende. Aus dem lange Zeit favorisierten Offshoring wird inzwischen immer öfter ein Nearshoring: **Produziert wird dort, wo der Kunde ist.**

Neo-Nationalismus

Als Gegenteil zur Globalisierung verkörpert der Neo-Nationalismus den Wunsch nach einem starken Staat, der seine Bürger vor Bedrohungen von außen schützt, meist verbunden mit der Sehnsucht nach „den guten alten Zeiten“ einer vermeintlich übersichtlicheren Welt ohne globale gesellschaftliche und wirtschaftliche Verflechtungen.

Neo-Tribes

Menschen suchen und finden Resonanzbeziehungen innerhalb sozialer Gruppen, die an Stammesstrukturen erinnern. Diese Neo-Tribes zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Mitglieder sich frei für eine Zugehörigkeit entscheiden und sie häufig nur für bestimmte Lebensphasen oder Lebensbereiche relevant sind. Diese Tribes sind Inseln der Gemeinschaft, die ähnlich wie der Hygge-Lebensstil Gefühle von Geborgenheit, Sicherheit und Vertrautheit vermitteln.

New Feminism

Die Feminismusbewegung von einst schlägt eine neue Richtung ein. Sie zielt auf Selbstbestimmtheit ohne Zwänge von Rollenerwartungen und gesellschaftlichen Restriktionen, auf wirtschaftliche Gleichstellung sowie eine faire Organisation von Haus- und Familienarbeit. **Anhänger des New Feminism sind längst nicht mehr nur Frauen, sondern auch Männer und Menschen, die nicht ins Mann/Frau-Schema passen.**

OMLINE

Der OMLINE-Trend beschreibt eine digitale Achtsamkeit, hergeleitet aus einer Verbindung von „online“ und dem meditativen Urklang „Om“. Im Kern steht ein ganzheitliches, real-digitales Mindset, das einen reflektierten Umgang mit vernetzter Digitalität ermöglicht. Ziel ist nicht die Abschottung gegenüber neuen Medien, sondern ein reflektierter Umgang mit dem Internet: eine real-digitale Balance in vollvernetzten Lebenswelten.

Omnichanneling

Omnichanneling bezeichnet ein kanalübergreifendes Geschäftsmodell für Unternehmen zum Verbessern des Kundenerfahrungsmanagements. **Neben physischen Standorten oder Telefonkommunikation kommen dabei vor allem digitale Kanäle zum Einsatz, etwa Webseiten, soziale Medien, Live-Webchats oder Apps.** Omnichanneling erlaubt es Kunden, über mehrere Kanäle gleichzeitig in ständigem Kontakt mit einem Unternehmen zu sein.

Open Innovation

Die Entwicklung neuer Produkte mit dem oder sogar durch den Kunden, Partner, Zulieferer oder die Crowd wird als Open Innovation bezeichnet. Die Bandbreite reicht von Online-Plattformen, auf denen Produktverbesserungen und -entwicklungen diskutiert werden, bis hin zu Workshops mit den treuesten Kunden. Ziel von Open Innovation ist es, die Innovationsqualität und -bandbreite zu steigern und Kunden zu binden.

Open Knowledge

In der Informationsgesellschaft und der Wissensökonomie wird zunehmend das Ziel verfolgt, den Prozess der Wissensproduktion sowie den Zugang zu Informationsquellen und -ressourcen zu öffnen. **Forschungsergebnisse, Daten, Software, technologische Entwicklungen und vieles mehr werden vielfach frei verfügbar, so dass jeder an ihnen partizipieren, sie nutzen und daran weiterarbeiten kann.**

Permanent Beta

Der Begriff „Beta“ benennt ursprünglich eine noch nicht vollständig zu Ende entwickelte Software-Version. Übertragen auf die moderne Arbeitswelt benennt der Trendbegriff das immer häufiger anzutreffende Phänomen, dass sich Prozesse, Projekte und Produkte und letztlich auch die individuelle Berufsbiografie in einem permanenten Wandel bzw. Anpassungsmodus befinden, der nie zu einem Abschluss kommt.

Plattformökonomie

Als Plattformökonomie wird eine Wirtschaftsform bezeichnet, in der Online-Plattformen die Basis für den Austausch von Ressourcen und die Vermittlung von Geschäftsbeziehungen darstellen. Sie steuern die Bereitstellung von Waren und Dienstleistungen und damit den Zugang zum Markt. Zu den bekanntesten Beispielen gehören Unternehmen wie Airbnb oder Uber, die selbst keinerlei Immobilien oder Fahrzeuge besitzen, aber zunehmend zu marktbestimmenden Global Playern werden.

Playfulness

Unsere hypervernetzte Welt mit ihrem hohen Komplexitätslevel und den ständigen Überraschungen erfordert Playfulness – ein spielerisches Denken und Handeln. Ergebnisoffenes, exploratives Ausprobieren, Trial-and-Error und das Begreifen von Scheitern als Feedback machen den spielerischen Ansatz aus, durch den wir als Kinder komplexe Dinge lernen. Diese Playfulness gilt es in allen Bereichen des Erwachsenenlebens zu reaktivieren.

Post-Carbon-Gesellschaft

Der Klimawandel zwingt Menschen, Gesellschaften und Unternehmen, ihr Verhalten zu ändern und neue, nicht-fossile Energieressourcen zu nutzen. Aufgabe der nahen Zukunft wird es sein, den Übergang in die postfossile, in die Post-Carbon-Gesellschaft zu wagen.

Postdemografie

Angesichts steigender Individualisierung verlieren klassische soziodemografische Merkmale wie Geschlecht, Einkommen, Wohnort, Berufstätigkeit oder gerade das Alter an Bedeutung zur Beschreibung gesellschaftlicher Gruppen. „Jugendlichkeit“ beispielsweise kann altersübergreifend ein Charakteristikum von Einstellungen und Verhaltensweisen sein. Statt sozialer Milieus bilden sich neue postdemografische Lebensstile heraus, deren gemeinsamer Nenner geteilte Werte, Überzeugungen, Konsummuster und Alltagspraktiken sind.

Post-Gender-Marketing

Künftig werden immer mehr Angebote, Marken und Produktdesigns gefragt sein, die sich jenseits der klassischen Mann-Frau-Binarität bewegen. Hersteller reagieren auf die neuen Bedürfnisse bereits mit Post-Gender-Marketing, das auf die Ansprache einer stereotypen weiblichen/männlichen Käuferschaft verzichtet und stattdessen Design, Individualität, Modifizierbarkeit, Funktionalität oder Unternehmenswerte in den Vordergrund der Markenkommunikation setzt.

Postwachstumsökonomie

Die Weltwirtschaft wächst zwar weiter, aber deutlich langsamer, mancherorts zeigt sich bereits Stagnation. Unternehmen in solchen Umfeldern brauchen neue Geschäftsmodelle und müssen unabhängiger vom Wachstum werden. Damit stellt sich automatisch die Sinnfrage nach dem Zweck des Wirtschaftens: Immer mehr Profit? – Oder vielleicht doch bessere, sozial und ökologisch vorteilhaftere Problemlösungen für Kunden und andere Stakeholder?

Predictive Analytics

Predictive Analytics beschreibt die datenbasierte Auswertung und Vorausberechnung eines Nutzerverhaltens mithilfe selbstlernender Algorithmen. Die Fortschritte im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI), insbesondere hinsichtlich semantischer Auswertungen und Metadatenanalysen, werden in Zukunft helfen, noch präzisere Aussagen aus den Daten abzuleiten.

Preventive Health

Prävention ist zum wichtigen Pfeiler der Gesundheitsversorgung und eines wachsenden Gesundheitsbewusstseins geworden. Gesundheitliche Eigenverantwortung nimmt durch einen immer leichteren Zugang zu Informationen sichtbar zu. Zusätzlich ebnet die wachsende Zahl digitaler Anwendungen den Weg für eine datengetriebene Gesundheitsvorsorge in Form von individualisierten Präventionsmaßnahmen.

Privacy

Privatsphäre und Datenschutz werden in einer vernetzten Welt immer wichtiger. Privacy befindet sich im Wandel und ist künftig keine Grundvoraussetzung mehr, sondern muss aktiv erzeugt werden und wird somit zu einer technischen On-Off-Option. Privacy setzt Datenkompetenz voraus, d.h. Kontrolle über die

eingesetzten Technologien zu haben, Situationen richtig einschätzen zu können und zu wissen, wie sich Informationen verbreiten.

Progressive Parents

Der Progressive Parent hat Kinder, ist berufstätig und führt aktiv meist zusammen mit seinem Partner den Haushalt. Familie, Partnerschaft und Kinder sind für Menschen mit diesem Lebensstil essenziell wichtige Aspekte des Lebens. Erfolg im Beruf allerdings ebenso – der Progressive Parent will im Leben privat wie beruflich viel erreichen und sich dabei auch noch selbst verwirklichen. **Das Besondere: Das Geschlecht hat bei der Rollen- und Aufgabenverteilung kein Gewicht mehr.**

Progressive Provinz

Parallel zur fortschreitenden Urbanisierung erleben Dörfer und ländliche Regionen eine Renaissance. Lokale Visionäre, transitorische Architekturen, Offenheit, Storytelling und Selbstbewusstsein können ganze Regionen zur progressiven Provinz machen. Sie bringen ein urbanes Mindset in den ländlichen Raum und können ganze Dörfer revitalisieren.

Proll-Professionals

Proll-Professionals inszenieren ihren Lifestyle mit Glitzer-Accessoires, klassischen materiellen Luxusprodukten wie dicken Autos und gestylter Körperlichkeit. Drang zur Selbstdarstellung, Narzissmus und Freude an primitiven Vergnügungen entsprechen ihrem Lebensgefühl. Sie tun dies aber durchaus mit professionellem Habitus und Leistungswillen.

Real-Digital

On- und Offline-Welt verschmelzen immer stärker und gehen vielfältige Verbindungen ein. So legen Augmented-Reality-Technologien eine Ebene „über die Realität“ und erweitern die physische Wirklichkeit um eine digitale. **Damit einher geht ein neues Verständnis von Realität:** Es trennt nicht mehr zwischen „real“ und „digital“, sondern betrachtet das Zusammenspiel beider Dimensionen ganzheitlich.

Resonanzgesellschaft

Aus den individualistischen Suchbewegungen der Abwehr, der Rebellion, der Loslösung aus traditionellen Bindungen und des Autonomiestrebens werden früher oder später Fragen der Zugehörigkeit. Insofern führt der Megatrend Individualisierung zu einer neuen Stufe gesellschaftlicher Verfasstheit. Er schafft zunehmend die Grundlage für eine neue Gemeinschaftsform, **die auf Wir-Kultur und Achtsamkeit basiert:** die Resonanzgesellschaft.

Rural Citys

Die Landlust vieler Städter, ihre Sehnsucht nach naturnahen, beschaulichen, stressfreien Lebensräumen fördert den Trend hin zu kleinräumigen, dörflichen Strukturen innerhalb von Städten. Stadtentwickler, vor allem aber auch die Bürger selbst erschaffen hybride Orte, die ihren Ausdruck beispielsweise im Urban Gardening, in gemeinschaftlich genutzten Grünflächen und Nachbarschaftsinitiativen finden. **Lokale Communitys schaffen sich so Inseln gemeinsamer Identität und ländlicher Idylle in ihrer Stadt.**

Seamless Mobility

Fluide und nahtlose Übergänge von einem Transportmittel zum anderen werden dank digitaler Vernetzung realisierbar. Integrierte Konzepte, die Mobilität nicht mehr in unterschiedlichen Verkehrsmitteln denken, organisieren und anbieten, sondern entlang von Mobilitätsketten, ermöglichen eine multimodale Mobilität. **Die Nutzung verschiedener Verkehrsträger wird intelligent miteinander verzahnt und so immer reibungsloser funktionieren, inklusive durchgängiger Buchungs- und Bezahlmöglichkeit.**

Self Balancer

Der Self Balancer führt einen achtsamen Lebensstil und hat es sich zum Lebensziel gemacht, im Inneren stets ausgeglichen und bei sich zu sein. Für ihn ist das eigene Wohlbefinden wichtiger als der Gedanke, um jeden Preis gesundes Essen zu sich zu nehmen oder sich für eine sportliche Tätigkeit zu motivieren. Damit schafft er es, seine Prioritäten im Leben ganz klar zu setzen und zu verfolgen, ohne sich durch äußere Einflüsse beirren zu lassen.

Selftracking

In dem Streben nach Gesundheit, Fitness und Lebensqualität werden digitale Anwendungen für Smartphones, Sport-Armbänder oder andere tragbare Geräte zum Mittel der Wahl, **um körperliche Leistungen oder Gesundheitswerte und Vitaldaten aufzuzeichnen, zu visualisieren und auszuwerten.**

Service-Ökonomie

In der Entwicklung von der Industrie- zur Wissensgesellschaft wird Service weltweit zur wichtigsten volkswirtschaftlichen Größe. Der Dienstleistungssektor hat in den letzten Jahrzehnten einen immer größeren Anteil an der Wirtschaftsleistung und der Wertschöpfung. In dem Maße, wie die Wirtschaft immer mehr auf Wissen, Information und digitalen Prozessen basiert, wächst die Bedeutung der Service-Ökonomie. **Hinzu kommt, dass Zeit- und Lebensqualität materielle Statussymbole als Luxusgüter zunehmend ablösen. Dienstleistungen, die dem Kunden Zeit sparen, gewinnen daher an Wert.**

Sex-Design

Nie zuvor waren Körperbilder dermaßen vom Wunsch nach Perfektion und dem Wissen um ihre Gestaltbarkeit geprägt wie heute. Inzwischen ist auch das Geschlecht keine fixe Kategorie mehr, sondern wird zum individuell wähl- und gestaltbaren Persönlichkeitsmerkmal. In dem Maße, wie die Gesellschaft Geschlechtsstereotype überdenkt und Vielfalt zulässt, sind Menschen im Zuge des Sex-Designs freier, ihr körperliches Geschlecht und ihre sexuelle Identität individuell zu leben.

Sharing Economy

Sharing ist das Leitmotiv einer neuen Generation von Konsumenten, die mit dem Tauschen und Teilen im Internet aufgewachsen ist und eine andere Logik des Gebens und Nehmens verinnerlicht hat: „**Nutzen statt Besitzen**“ ist ihr Motto. **Das Prinzip hat sich auf große Bereiche der Businesswelt ausgedehnt und ist zu einem neuen Wertschöpfungsmodell geworden – gerade dort, wo man es mit begrenzten Ressourcen zu tun hat.**

Simplexity

Simplexity bezeichnet die einfache, intuitive Bedienbarkeit und damit Anwenderfreundlichkeit von komplexen Systemen oder Programmen. **Das steigende Bedürfnis nach Simplexity, also der Wunsch nach der unkomplizierten, leicht verständlichen Anwendung technischer Geräte,** ist eng verbunden mit dem Thema User Experience und zentral für gelungene Mensch-Maschine-Schnittstellen.

Single-Gesellschaft

Immer mehr Menschen entscheiden sich bewusst dazu, als Single unabhängig und frei zu sein. Die Single-Gesellschaft äußert sich in immer mehr Einpersonenhaushalten. **Viele davon werden allerdings von Menschen bewohnt, die durchaus in einer Partnerschaft leben, jedoch nicht das traditionelle Familienbild anstreben, sondern lieber alleine wohnen.**

Sinn-Ökonomie

Neue Dimensionen der Wertschöpfung abseits des Denkens in Wachstum und Profitmaximierung rücken in den Vordergrund: sozialer Mehrwert, Nachhaltigkeit, eine glückliche Mitarbeiterschaft, gesellschaftlicher Fortschritt. Unternehmen, die in den Zeiten nach dem Wachstumskapitalismus erfolgreich sein wollen, müssen diese neuen Wertvorstellungen der Sinn-Ökonomie selbst leben und vorantreiben.

Slow Culture

Das Berufs-, Freizeit- und Familienleben findet heute nicht selten unter einem erheblichen Maß an Zeitnot statt. Hohe Flexibilität und permanentes Unterwegssein werden ab einem bestimmten Punkt als Belastung empfunden. **Deshalb suchen immer mehr Menschen in unserer hypermobilen Gesellschaft nach Möglichkeiten der Entschleunigung, eines achtsamen und bewussteren Lebens und Konsumierens.**

Smart Citys

Der Smart-City-Ansatz sucht, über technologische Insellösungen hinaus, nach intelligenten Systemen, die ganzheitliche Lösungen für verschiedenste Herausforderungen der Stadt bieten und diese durch sinnvolle Vernetzung bewältigen. **Eine Smart City ist aber nicht nur technologisch smart, sondern auch sozial intelligent, indem sie das Wissen und die Wünsche ihrer Bewohner berücksichtigt.**

Smart Devices

Unter Smart Devices werden Geräte verstanden, die „intelligent“ vernetzt sind. Zum Beispiel, indem sie mit einer Stimmerkennung ausgestattet sind, automatisch GPS-Signale suchen oder Videokommunikation ermöglichen. **Smart Devices** können kabellos operieren und **sind kontinuierlich vernetzt**.

Social Business

Im vernetzten Wirtschaftssystem etabliert sich eine neue Unternehmenskultur. **Sie strebt nicht mehr nach Profitmaximierung, sondern nach Maximierung des sozialen oder ökologischen Nutzens**: Der Trend zum Social Business rückt gesellschaftliche Probleme in den wirtschaftlichen Fokus und will diese mit neuen unternehmerischen Mitteln lösen.

Social Networks

Social Networks wie Facebook, Instagram oder Twitter, LinkedIn oder Xing haben einen festen Platz in der privaten und beruflichen Kommunikation, in der Selbstdarstellung, als Eventkalender und als wichtige Schnittstelle zwischen Marken und Kunden eingenommen. Sie haben sogar neue Berufsbilder wie den Influencer hervorgebracht und sind aus der Alltagskultur genauso wenig wieder wegzudenken wie aus der Unternehmenskommunikation.

Sportivity

Sport hat sich als Alltagspraxis und als Lebensgefühl grundlegend in der Kultur verankert. Er durchdringt sämtliche Lebensbereiche bis hin zur Arbeitswelt. Sport adressiert unterschiedliche Bedürfnisse, von Wohlbefinden und Unterhaltung über Imagegewinne und Gemeinschaft bis hin zum Lebenssinn. **Damit ist Sport auch ein riesiger Markt für Dienstleistungen, Ernährung, Fashion, Lifestyle und Gesundheit geworden**.

Start-Up Culture

Das Heer der Freischaffenden, Gründer und Jungunternehmer, die mit nicht ganz geradlinigen Lebensläufen das Angestelltendasein zugunsten eines Start-ups aufgeben, wird nicht nur zum Wirtschaftsfaktor. **Mit ihrer Interdisziplinarität, ihren Geschäftsideen, ihrer Art zu arbeiten und an Probleme heranzugehen, übernehmen sie eine Vorbildfunktion in Sachen Arbeitskultur und setzen etablierte Unternehmen und ganze Branchen unter Innovationsdruck**.

Super-Safe Society

Dank systematischer Bestrebungen für mehr Sicherheit wurden in den letzten Jahrzehnten enorme Fortschritte erreicht. Entgegen den durch Medien weit verbreiteten Unsicherheitsgefühlen leben wir faktisch in der sichersten aller Zeiten. Egal, welche Indikatoren man in puncto Sicherheit betrachtet, die Entwicklung ist fast überall positiv. Aus der Risikogesellschaft von einst ist in vielfacher Hinsicht eine Super-Safe Society geworden.

Talentismus

Der „War for Talents“, der Konkurrenzkampf um Fachkräfte, verschärft sich weltweit. **In der Wissensgesellschaft sind kluge, kreative Köpfe zunehmend gefragt**. Dabei geht es jedoch nicht mehr nur um standardisierte Qualifikationen und miteinander vergleichbare Abschlüsse. Stattdessen sind vielfältige Talente gefragt. Sie werden zu einer wichtigen ökonomischen und sozialen Währung für Unternehmen, aber auch für jeden Einzelnen. Der globale Wettbewerb fordert eine ständige Weiterentwicklung des Personalmanagements und Employer Brandings, aber auch der individuellen Beschäftigungsfähigkeit.

Third Places

Die Homebase der Zukunft ist überall. Dritte Orte sind all das, was sich zwischen dem Heim und dem Arbeitsplatz abspielt: Bahnhöfe, Flughäfen, Wartebereiche, Shoppingmalls. Orte, an denen man mithilfe von Technologie fast alles machen kann, die in einer mobilen Gesellschaft stark an Bedeutung gewinnen und somit mit neuen Anforderungen durch ihre Benutzer konfrontiert werden.

Transparenz-Märkte

Herkunft, Regionalität und Verantwortung werden zu wichtigen Kaufargumenten. Konsumenten wollen wissen, woher die Produkte stammen und wie und von wem sie gefertigt wurden. **Transparenz ist heute schon ein entscheidender Hebel, um Vertrauen beim Kunden zu erzeugen**. Die Blockchain Technologie könnte künftig im Handel für noch mehr Transparenz sorgen, indem sie zum Beispiel Lieferketten lückenlos nachverfolgbar macht.

Trust Technology

Trust Technology beschreibt den Wandel, dass Transparenz, Vertrauen und Sicherheit in den Fokus von Technologie-Anwendungen und -Entwicklungen rücken. Der Trend zur Trust Technology wird sich künftig verfestigen – auch **weil Gesetze und Verordnungen** voreingestellten Datenschutz durch Technikgestaltung und datenschutzfreundliche Voreinstellungen **rechtlich verbindlich vorschreiben**.

Ungendered Lifestyle

Das Individuum wird durch sein Geschlecht künftig viel weniger auf bestimmte Verhaltensweisen, Berufe oder Hobbys festgelegt. Das bedeutet nicht, dass es künftig verpönt ist, als Mann Fußball zu mögen und sich als Frau die Nägel zu lackieren, sondern dass das Geschlecht in sämtlichen Lebensbereichen, sei es Ausbildung, Berufswahl, Kindererziehung, Freizeitaktivitäten oder Konsumpräferenzen, weniger entscheidend wird und hinter persönlichem Geschmack und individuellen Vorlieben und Talenten zurücktritt.

Universal Design

Universal-Design-Konzepte sorgen dafür, dass Alltagsprodukte bis hin zu Wohnungseinrichtungen so gestaltet sind, dass eine flexible, leichte und intuitive Nutzung mit hoher Fehlertoleranz möglich ist. Barrierefreiheit und Ästhetik sind nicht länger ein Gegensatz. **Es geht um einfache, intuitive Bedienbarkeit und damit fehlertolerante Anwendung von Produkten.**

Un-Ruhestand

Als Teil der neuen Multigrafie der Menschen **bezeichnet der „Un-Ruhestand“ den Lebensstil der Älteren**, die eigentlich im Ruhestand wären, aber kein Interesse am passiven Rentnerdasein haben. Menschen im Un-Ruhestand wollen weiterarbeiten oder ihre freie Zeit in vollen Zügen genießen. Da die Alten immer älter werden und dabei immer gesünder bleiben, tut sich so eine Zeitspanne auf, die von Aktivität, Gelassenheit und Lebensfreude geprägt ist.

Unterwegs-Märkte

Der immer mobilere Lebenswandel führt auch zu wachsenden Unterwegs-Märkten. Einkäufe werden an neu heranwachsenden Verkaufsorten praktisch „im Vorbeigehen“ getätigt. Flughäfen etwa realisieren heute bereits einen Großteil ihrer Umsätze über die Handelsflächen. Auch bei Tankstellen, Bahnhöfen und anderen Third Places drängt der Einzelhandel immer stärker in den Vordergrund.

Urban Farming

Immer öfter werden brachliegende und andere Flächen in Städten zum lokalen Anbau von Lebensmitteln umgenutzt. **Oft spielen neue Technologien wie Vertical Farming eine Rolle.** Während beim Urban Gardening Lebensqualität und Erholung im Vordergrund stehen, geht es beim Urban Farming darum, wieder einen Teil der Lebensmittelproduktion in die Stadt zu verlagern, um so größere Kundennähe zu erreichen.

Urban Manufacturing

Der Wunsch nach Individualität und Qualität, ein steigendes Bewusstsein für lokale Wertschöpfung und die zunehmende Nachfrage nach regionalen Produkten schaffen einen neuen Markt für kleine produzierende Betriebe in Städten. Sie entwickeln sich zu Geschäftsmodellen jenseits der Nische. Ob Lifestyle-Objekte, Bekleidung, Delikatessen oder Möbel – **die Stadt wird dank der Nähe zum Kunden als Produktionsstandort zurückerobert.**

Wir-Kultur

Überall in der Gesellschaft tauchen neue Formen von Gemeinschaft, Kollaboration und Kooperation auf. Die technologische Vernetzung treibt die Entstehung einer Wir-Kultur entscheidend voran. Einerseits als Notwendigkeit, sich in einer hochkomplexen Welt neu und sinnvoll zu organisieren. **Andererseits wächst angesichts zunehmender Individualisierung die Bedeutung selbstgewählter Gruppenzugehörigkeiten für die eigene Identität.**

Womanomics

Künftig wird die Frage nach der Rolle der Frau in Wirtschaft und Gesellschaft nicht mehr normativ-moralisch, sondern vor allem ökonomisch beantwortet. Unternehmen setzen immer öfter gleichwertig auf die Arbeitskraft, Intelligenz und Führungskompetenzen von Frauen und nehmen ihre Wünsche als Kundinnen ernst.

Work-Life-Blending

Die kluge Verbindung von Privat- und Berufsleben, z.B. durch Home-Office-Modelle und Mobile-Office Lösungen, wird zur großen Aufgabe der kommenden Jahre. Statt weiterhin krampfhaft den Spagat zwischen zwei scheinbar trennbaren Welten zu versuchen, steht Work-Life-Blending für einen neuen Ansatz von Vereinbarkeit, indem Arbeitgeber und Arbeitnehmer Lösungen finden, um die steigende Belastung durch geschäftliche und berufliche Anforderungen zu kompensieren.

Zero Waste

Die Weltwirtschaft ist in ihrer jetzigen Form hinsichtlich der verfügbaren Ressourcen langfristig nicht tragfähig. Zusätzlich zu Angeboten wie BioProdukten, Fair-Trade-Strategien und Sharing Lösungen entwickelt sich mit Zero Waste ein weiterer zukunftsweisender Ansatz nachhaltigen Konsumierens. Die Idee dahinter: Statt beispielsweise Verpackungsabfall aufwendig zu entsorgen und wiederzuverwerten, erst gar keinen Müll zu produzieren.

Jahresmottos 2019:

Zeit ist Leben und macht Visionen möglich

Denn in unserem Leitbild steht:

Innovation im Kleinen und Grossen entsteht nur durch begeisterte Mitarbeiter

Was bedeutet das ...

- Führung konzentriert sich auf die Erschaffung einer gemeinsamen Vision, die vereint
 - Fokussierung bedeutet daraus, die richtigen, sinnvollen und kreativen Produkte und Dienstleistungen für unsere «interessierten Parteien» zu realisieren
- Grossartige Menschen ermöglichen durch ihre Leidenschaft Visionen – also machen wir die Menschen grossartig
 - Das heisst, jeder Mensch ist einzigartig, also ein «Macher» unter vielen «Machern» mit seinen individuellen Fähigkeiten – fördern wir dies (Individualisierung nicht Gleichmacherei).
- Menschen die faszinieren haben Zeit und «leben» ihr Leben im Sinne der Vision
 - Also ist Zeit nicht Geld, sondern auf dem Weg zur Erreichung der Visionen, erschafft man «gutes Geld».
- Ressourcen achtsam nutzen, heisst leben mit der Natur und nicht dagegen (wir haben nur eine Erde – leben wir also Achtsamkeit)
 - Produktlebenszyklus bedeutet: «Cradle to cradle» (Von der Wiege zu Wiege) ohne Abfall. Diese Bewegung «Nie mehr Müll» hat zum Ziel, ein Leben ohne Abfall, so wie es die Natur) vormacht
- Über die sogenannte heutige «Digitalisierung» – schaffen wir uns Zeit, um mehr an unseren Visionen arbeiten zu können – das heisst «Neues» mit «Tradition» verbinden
 - Industrie 4.0 und IoD ist also nichts anderes, als «back to the Roots» in die 2. Hälfte des letzten Jahrhunderts, mit dem Unterschied, dass heute nur die «Sensoren viel, viel kleiner und die «Rechner» viel, viel schneller geworden sind. Diesem Phänomen sagt man heute «Digitalisierung» mit «big data».
 - Durch die Digitalisierung wird «Die Rückkehr der Visionen» ermöglicht. Die Welt wird noch besser werden, wenn wir alle «Menschen» an der digitalen «Effizienzeinsparung» grosszügig teilhaben lassen
 - Die Möglichkeiten der Digitalisierung stellt auch das heutige «Demokratieverständnis» weltweit auf die «Waage». Gehen wir (die Schweiz) die Veränderung aktiv an, mit unserer langen stabilen Tradition aber immer innovativ und mit hoher Kreativität



Das Workbook Navigieren unterstützt Sie mit Impulsen, praktischen Übungen, Methoden, Remindern und Zusammenfassungen rund um die Frage nach strategischer Neuausrichtung für Zukunftsprojekte.

Megatrend-Map

