



MEGATRENDS

WAS BEDEUTEN SIE FÜR IHRE ZUKUNFT?

Megatrends skizzieren den grossen Wandel in den nächsten Jahrzehnten, wie er sich schon hier und jetzt in verschiedenen Bereichen abzeichnet - Bereiche, die sich vielfach gegenseitig beeinflussen und sogar voneinander abhängig sein können.

TRENDS

Die Trendforschung kann Ihnen wertvolle Hinweise für die Zukunftsgestaltung geben, denn sie

- sieht die «Zeichen der Zeit»
- erkennt die dynamischen Kräfte hinter diesen Zeitzeichen
- kombiniert sie mit Erfahrungswissen
- und entdeckt darin neue Muster für die Zukunftsgestaltung

Was macht einen Trend zum Megatrend?

Megatrends sind die großen Veränderungsprozesse, die unser Leben, beruflich wie privat, über grössere Zeiträume grundlegend verändern. Es sind Entwicklungen und Prozesse, die

- über 2 - 5 Jahrzehnte anhalten
- überall auf dem Planeten spürbar sind, wenn auch nicht immer gleichzeitig und gleich stark
- einen universellen Charakter haben
- auch Rückschläge verkraften können (= sich vielleicht vorübergehend wieder abschwächen)

Megatrends zeigen sich in *allen* Lebensbereichen, von der Ökonomie über die sozialen Lebenswelten bis zur Arbeits- und Konsumwelt, Bildung, Politik.



Megatrends

| Gesellschaft | Arbeitswelt | Individuum |
|--------------|--|--|
| Bildung | Connectivity <i>Unsere vernetzte Welt</i> | Individualisierung |
| Gesundheit | Globalisierung | Silberne Revolution <i>Alt werden? Ja, gerne!</i> |
| Ökologie | Mobilität | Female Shift <i>Wird die Zukunft weiblich?</i> |
| | New Work <i>Die neue Arbeitswelt</i> | |

Trends = sichtbare Fakten, nicht Wunschdenken oder Spekulation

Die folgenden drei Megatrends betreffen drei ganz grosse gesellschaftspolitische Bereiche. Sie sind schon seit langem ein Thema, zur Zeit aber ungeheuer aktuell.

1. BILDUNG

Auf dem Weg von der Industrie- zur Wissensgesellschaft werden Bildung und Wissen als *die* Schlüsselressource für den wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt erkannt. Darüber hinaus ist Bildung auch ein entscheidendes Wettbewerbsselement – nicht nur für Unternehmen, sondern auch für ganze Volkswirtschaften.

- Der Megatrend «Bildung» beschreibt den Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft. Inzwischen werden Bildung und Wissen überall in der Welt als *die* Schlüsselressource für den wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt erkannt.
- Die Wettbewerbsfähigkeit nicht nur von Unternehmen, sondern von ganzen Volkswirtschaften hängt immer stärker von ihrem Humankapital und ihrer Innovationsfähigkeit abhängt.
- Aber auch der/die Einzelne muss laufend in lebenslanges Lernen investieren, um mit einer Arbeitswelt, die sich immer wieder verändert, Schritt zu halten.

Der Megatrend bietet aber auch viele neue Chancen:

- Bildung wird zu einem vielversprechenden Geschäftsfeld, das einen grossen Wachstumsmarkt für innovative Geschäftsmodelle eröffnet.
- Lernen wird künftig noch wichtiger – nicht nur im Bereich von Schulen und Hochschulen, sondern auch in der beruflichen Aus- und Weiterbildung.

2. GESUNDHEIT

Gesundheit ist zwar schon immer ein Thema gewesen, aber im nächsten Jahrzehnt wird sich der Begriff «Gesundheit» drastisch verändern: Er bezeichnet nicht nur die Abwesenheit von Krankheit, sondern beinhaltet ein grosses Stück Eigenverantwortung.

- Niemals zuvor hat Gesundheit einen so hohen Stellenwert gehabt wie in unserer Zeit: Der Gesundheitsmarkt ist bereits heute einer der wichtigsten Eckpfeiler der Wirtschaft.
- Gesundheit ist eine Schlüsselressource in der Gesellschaft von morgen sowie ein bevorzugtes Konsumgut und Lifestyle-Produkt.
- Symptombekämpfungsmedizin wird abgelöst von proaktiver Gesundheitsvorsorge und komplementären Behandlungsformen.
- Aus Patienten werden Kunden und gesundheitsbewusste Lifestyle-Konsumenten.

3. ÖKOLOGIE

So lange ist es noch nicht her, dass Menschen, die etwas für die Umwelt tun wollten, belächelt wurden. Das hat sich sehr geändert – Umweltschutz, Bio-Produkte, *car sharing* oder Reduzierung des Wasserverbrauchs gehören heute zum Basis-Programm verantwortungsbewusster KonsumentInnen.

- Umweltschutz, Ressourcenschonung, *Corporate Social Responsibility* – der Megatrend «Ökologie» wird das gesamte Wirtschaftssystem in Richtung einer neuen Business-Moral verschieben. Der inzwischen vielzitierte Lebensstil **LOHAS** = *Lifestyle of Health and Sustainability* ist dabei ein prägendes Element.
- Schon jetzt ist klar, dass Ökologie eine markante Zäsur darstellt, die unsere Märkte in den nächsten Jahren radikal verändern wird.

Megatrends 4 - 7 betreffen hauptsächlich die Arbeitswelt und enthalten, neben den vertrauten Wörtern *Globalisierung* und *Mobilität*, zwei neue Begriffe: *Connectivity* und *New Work*.

4. CONNECTIVITY: UNSERE VERNETZTE WELT

Die Möglichkeiten der digitalen Vernetzung beschränken sich nicht mehr auf die reichen Länder – eine Entwicklung in Richtung Eliminierung der digitalen Kluft zwischen Entwicklungs- und Schwellenländern wird sichtbar.

Eine neue Generation wächst heran, für die Bezeichnungen wie *SMS*, *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* oder *Blogs* zur Alltagswelt gehören.

- Die zunehmende digitale Vernetzung ist der neue Megatrend, der Wirtschaft und Gesellschaft in den kommenden Jahrzehnten entscheidend prägen wird.
- In der Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts werden Handys und das Internet andere soziale Funktionen erfüllen als noch vor wenigen Jahren: Sie werden zu Alltagsbegleitern und bilden die Basis neuer Netzwerke und Konsumgewohnheiten - und eröffnen so einen riesigen Zukunftsmarkt für innovative Anwendungen, die nur smart genug auf die Bedürfnisse und modernen Lebenswelten reagieren müssen.
- Das Internet und die mobile Telekommunikation eröffnen so einen riesigen Zukunftsmarkt für innovative Anwendungen, die nur smart genug auf die Bedürfnisse und modernen Lebenswelten reagieren müssen

5. GLOBALISIERUNG

Ein Wort, das in den letzten Jahren fast nur noch im negativen Sinn gebraucht worden ist: *Globalisierung* als Sündenbock für so vieles, was in unserer Wirtschaft schief läuft. Das Wort kann nichts dafür, dass es missbraucht worden ist; versuchen Sie mal, die Chancen in der Globalisierung zu sehen.

- Die Globalisierung ist eine der zentralen Herausforderungen für die Welt des 21. Jahrhunderts.
- Doch entgegen vieler negativer Überzeugungen, die die Medien und öffentliche Meinung bestimmen, haben sich viele globale Trends in den letzten Jahrzehnten zum Positiven entwickelt.
- Globalisierung sorgt dafür, dass die Welt gewissermaßen zum Dorf wird. Entfernungen und Grenzen sind viel leichter zu überwinden. Auch davon profitieren viele Länder, sei es der Dienstleistungssektor durch das steigende internationale Reiseaufkommen oder ganze Volkswirtschaften durch die Zuwanderung motivierter und qualifizierter Köpfe.

6. MOBILITÄT

AmerikanerInnen würden keinen Moment zögern, wenn sie in Florida wohnen und einen Traumjob in Seattle angeboten bekommen: Sie organisieren ihren Umzug und arrangieren sich mit der neuen Umgebung. Aber würden sie ihr Auto freiwillig aufgeben...? EuropäerInnen suchen derzeit eine Harmonisierung zwischen *Mobilitätsanforderungen* und *-wünschen*:

- Menschen werden in Zukunft immer mobiler sein – im Sinne von alltäglichen Wegzeiten, mehr Umzügen, Reisen etc., beruflich wie privat.
- Doch in der Masse, wie Mobilität für ganze Volkswirtschaften ebenso wie für jeden Einzelnen zunehmend wichtiger und unvermeidbar wird, steigt auch die Suche nach Möglichkeiten, die den Menschen helfen, ihre Mobilitätsanforderungen und -wünsche ökonomisch und genussvoll umzusetzen.
- Unsere Möglichkeiten der Vernetzung («Connectivity») können diesen Prozess beschleunigen.

7. NEW WORK: DIE NEUE ARBEITSWELT

Unsere Arbeitswelt ist immer noch weitgehend von industrieller Arbeitsorganisation, starren Berufsbildern und regulierten Beschäftigungsformen geprägt. Doch in den kommenden Jahren wird ein Übergang zu flexiblen, mobilen, team- und projektorientierten Arbeitsformen stattfinden.

- Während flexible, mobile, team- und projektorientierte Arbeitsformen massiv zunehmen, verlieren die starren Berufsbilder und regulierten Beschäftigungsformen an Einfluss und Bedeutung.
- Wir stehen an der Schwelle zum Zeitalter der Kreativ-Ökonomie; hier rückt Arbeit noch näher an die Sphäre der Selbstverwirklichung.
- Junge Menschen zeigen schon heute, unter welchen Bedingungen sie künftig arbeiten wollen: Für sie sind mobile Internetanwendungen und vernetzte Kommunikationsplattformen längst integraler Bestandteil des Arbeitslebens – mit allen Konsequenzen für Arbeitsorganisation, interne Kommunikation und unternehmerische Wertschöpfung.
- Auf der anderen Seite wird aber auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verstärkt eingefordert. Mitarbeitermotivation, Produktivitätssteigerung und Recruiting-Massnahmen entwickeln sich deshalb in Zukunft zu einem beträchtlichen Teil auf das strategische Ziel «familienfreundliche Unternehmen» zu.

Megatrends 8 - 10 betreffen Sie als Individuum,

- wenn Sie 60+ sind
- wenn Sie mitten im Arbeitsleben stehen
- wenn Sie die Welt verändern wollen in Ihrer Eigenschaft als UnternehmerIn, ProduzentIn und, besonders wichtig, als Konsumentin.

Wenn Sie hier Trends kombinieren können, wird Ihre Zukunft garantiert anders aussehen.

8. INDIVIDUALISIERUNG

Ein Trend, der auf den ersten Blick zu Missverständnissen führen kann, weil er mit Egoismus verwechselt werden kann; bei näherer Betrachtung entpuppt er sich als wichtiger Baustein im Thema «Werte», das ja gerade eine Renaissance erfährt.

- Durch den allgemeinen Wohlstandszuwachs seit den 1960er Jahren entstehen für die Menschen neue Freiheiten und Optionen.
- Das ermöglicht immer mehr individuelle Entscheidungen z.B. im Bereich der privaten Lebensführung, des Konsums, der Mediennutzung etc: Jeder kann sein Leben in eigener Regie, nach eigenen Wünschen gestalten.
- Individualisierung bedeutet jedoch nicht nur den Trend zur "Single-Gesellschaft" und zu einer Kultur der Selbstverwirklichung, sondern bringt auch neue Formen sozialer Vergemeinschaftung jenseits alter Konventionen hervor.

9. SILBERNE REVOLUTION: ALT WERDEN? JA, GERNE!

Ein Trend von grosser Aktualität! Vergessen Sie Begriffe wie "Überalterung", "Vergreisung" oder "Rentnerschwemme", und stellen Sie sich auf die "neuen Alten" ein - und die sind ziemlich anders, als man sich bisher die 70- oder 80jährigen vorstellen musste.

- Durch Fortschritte in Medizin, Gesundheitspflege und Ernährung ist die Lebenserwartung gestiegen: Heute können 60-Jährige davon ausgehen, dass sie einen Grossteil ihres Lebens noch vor sich haben.
- Wer aber auf eine Lebenserwartung von 80 Jahren oder mehr blickt, sieht keinen Grund, sich mit 60 schon innerlich vom Leben zu verabschieden.
- Das Alter wird derzeit von den Menschen radikal neu definiert: Heute gilt für die meisten Menschen das "gefühlte Alter", also tatsächliches Alter minus 10 bis 15 Jahre.
- Dieser Trend, *Pro-Aging* genannt, prägt die Silberne Revolution massgeblich und wird ihre Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Konsum in den kommenden Jahren massiv zur Geltung bringen.

10. FEMALE SHIFT: WIRD DIE ZUKUNFT WEIBLICH?

Der wahrscheinlich wichtigste Trend, denn hier bahnt sich eine Verlagerung von Entscheidungskompetenzen und Einflussmöglichkeiten an, der nicht nur Frauen, sondern die Gesellschaft als Ganzes betrifft:

Der Einfluss von Frauen in Wirtschaft und Gesellschaft, in Politik, Wissenschaft und Kultur nimmt massiv zu; insbesondere bei der höheren Bildung laufen Frauen inzwischen in vielen Ländern den Männern den Rang ab.

- Höhere Bildung und verbesserte berufliche Möglichkeiten für Frauen haben enorme Folgen:** Frauen werden ökonomisch unabhängiger und damit auch als Konsumentinnen immer wichtiger.
- «Female Shift» bedeutet einerseits, dass der Einfluss von Frauen steigt, andererseits den Trend zum "Neuen Mann".
- Beides wird in Zukunft Gesellschaften, Märkte und Unternehmen entscheidend prägen.

Sich mit der Zukunft zu beschäftigen, heisst, sie zu gestalten. Dies ist Ihre Chance,

- **Dinge, die Sie verändert sehen möchten, zu ändern;**
- **Ideen umzusetzen, die noch vor fünf Jahren keine Chance hatten;**

**Die Zukunft gehört denen,
die an die Schönheit ihrer Träume glauben.**

Eleanor Roosevelt

