

Das Zukunftsinstitut hat für die großen gesellschaftlichen Veränderungsströme elf Megatrends identifiziert. Der Begriff der Megatrends wurde von John Naisbitt geprägt.

Megatrends muss man nicht „voraussagen“, denn sie sind schon da und markieren Veränderungen, die uns schon lange prägen und auch noch lange prägen werden. Megatrends sind Tiefenströmungen des Wandels. Als Entwicklungskonstanten der globalen Gesellschaft umfassen sie mehrere Jahrzehnte. Sie wirken in jedem einzelnen Menschen und umfassen alle Ebenen der Gesellschaft: Wirtschaft und Politik ebenso wie Wissenschaft, Technik und Kultur. Megatrends sind unbequem, komplex und bisweilen paradox. Doch wenn wir sie richtig verstehen, helfen sie uns, die Zukunft nicht nur zu ahnen, sondern zu gestalten.

Individualisierung

Ausbildung, Arbeit, Heirat, Kinder, Tod? Die neuen Biografien kennen nicht nur eine Richtung, sondern sie verlaufen entlang neuer Brüche, Umwege und Neuanfänge. Sie sind zu „Multigrafien“ geworden. Und in einer Gesellschaft, die uns immer mehr Freiheiten gibt, uns aber auch immer stärker unter Entscheidungsdruck setzt, verändern sich die Werte – und mit ihnen die Wirtschaft.

Female Shift

Traditionell weibliche Stärken wie Empathiefähigkeit und Kommunikation werden in der vernetzten, globalisierten Gesellschaft wertvoller denn je. Was wir erleben, ist nicht nur eine „Emanzipation“ der Frauen, sondern eine heilsame „Verweiblichung“ politischer und wirtschaftlicher Strukturen. Je mehr Frauen in Führungspositionen, desto besser geht es der Wirtschaft.

Silver Society

Auf der ganzen Welt steigt die Lebenserwartung. Damit verändert sich auch die Art, wie die Menschen leben. Zum Älterwerden gesellt sich das „Downaging“, das Heraustreten aus traditionellen Altersrollen derer, die man einst als „Senioren“ bezeichnete. Wir werden nicht nur älter, wir altern auch anders – und wir werden später alt.

Neues Lernen

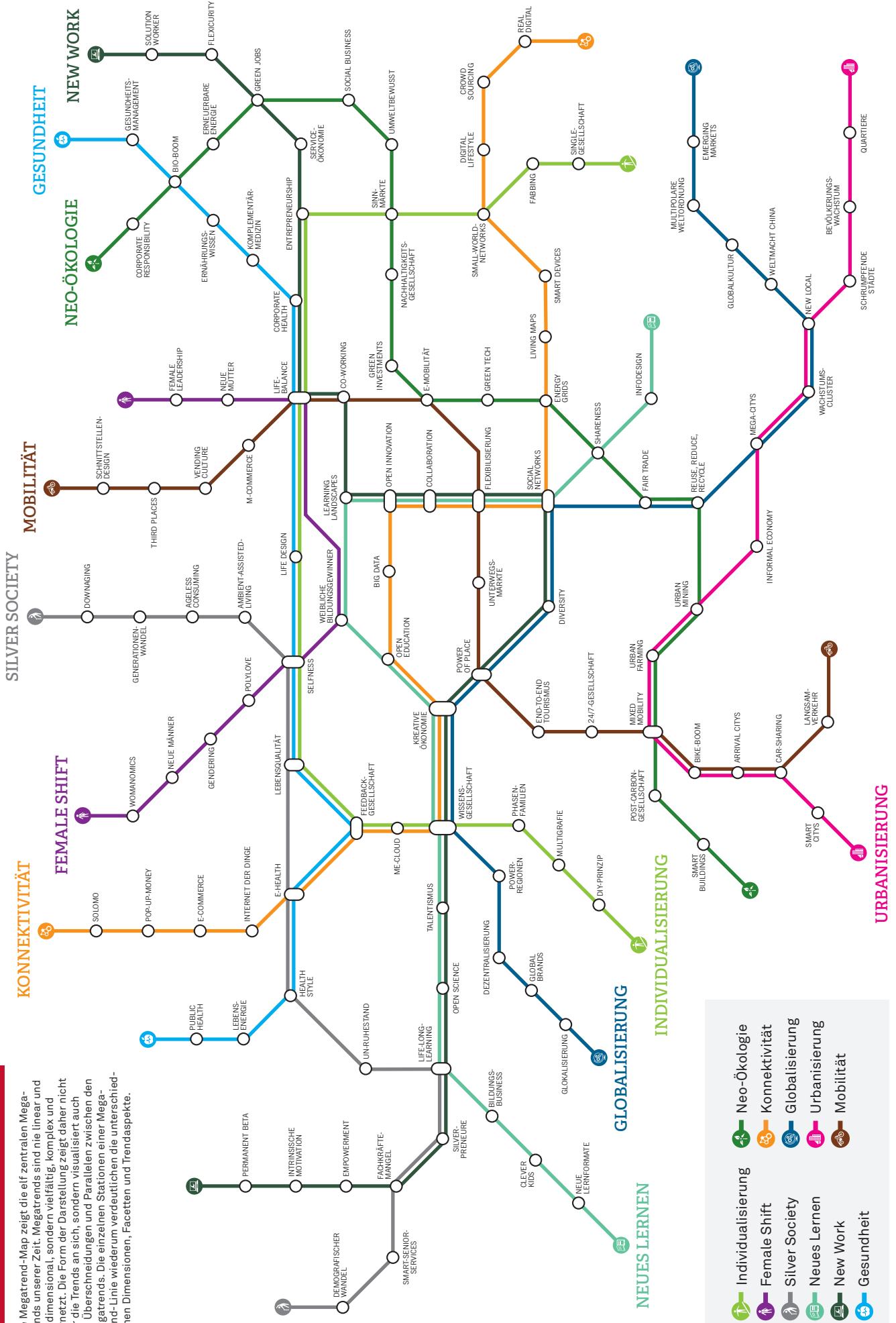
In der Wissensgesellschaft wird sich die Idee des Talentismus, einer neuen Breiten-Hochbildung, in allen erfolgreichen Ländern durchsetzen. Denn Bildung ist ein Schlüssel zu einer hoffnungsvollen Zukunft: Wo jetzt individuelle Talente gefördert werden und leidenschaftliche Neugier entfacht wird, sind die Voraussetzungen für Innovationen und sozialen Aufstieg geschaffen.

New Work

Unsere Gesellschaft befindet sich im Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft. Dementsprechend verändert sich auch das Arbeitsleben: Service-, Informations- und Kreativarbeiter rücken ins Zentrum des Wirtschaftens, und während die Work-Life-Balance beschworen wird, verschwimmen die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben. Als kreative Arbeiter werden wir zunehmend selbstständig – auch, wenn wir fest angestellt sind.

MEGATREND-MAP 2.0

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielfältig, komplex und vernetzt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends. Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendspekte.



	Individualisierung		Neo-Ökologie
	Female Shift		Konnektivität
	Silver Society		Globalisierung
	Neues Lernen		Urbanisierung
	New Work		Mobilität
	Gesundheit		

Gesundheit

Gesundheit bedeutet nicht mehr nur das Gegenteil von Krankheit, sondern ein umfassendes Wohlbefinden, das jeder Einzelne in Eigenverantwortung für sich erarbeiten muss. In der Konsequenz verwandelt sich die Medizin vom spezialisierten Reparaturbetrieb in einen gewaltigen Sektor im Dienste des proaktiven Gesundheitskonsumenten. Gesundheit ist ein gutes Verkaufsargument und durchdringt längst alle Lebensbereiche, von Körper über Psyche bis hin zu der Wahl des Wohnorts und des sozialen Umfelds.

Neo-Ökologie

Neo-Ökologie ist mehr als „Naturschutz“ und hat längst nichts mehr mit Birkenstock-Sandalen und kratzigen Wollpullis zu tun. Neo an der Ökologie ist, dass sie Nachhaltigkeit und Effizienz in allen Bereichen bedeutet. Und im moralischen Konsum werden Marken und Produkte nach sozialökologischen Maßstäben bewertet. Was in den vergangenen Jahrzehnten eher eine Beschäftigung für elitäre Minderheiten war, wird jetzt zum Schlüsseltrend für Konsumverhalten.

Konnektivität

Konnektivität bezeichnet die neue Organisation der Menschheit in Netzwerken. Dieser Wandel ist nur vordergründig ein technischer; der wahre Impact liegt nicht im Technischen, sondern im Sozialen. Die Auseinandersetzungen über die E-Identity, über die Rechte an den eigenen Daten, der Google-Streit etc. sind Vorboten einer neuen Ethik des Netzes. Zugleich verändern Soziale Medien und mobile Endgeräte die Art, wie wir Beziehungen gestalten.

Globalisierung

Die alte Erste-Zweite-Dritte-Weltordnung wird nicht zurückkommen. Ehemalige Schwellenländer sind zu Wirtschaftsgiganten geworden und fordern Sitz und Stimme in der neuen Weltgemeinschaft. In der jetzigen Phase der Globalisierung muss ein neues, komplexeres Regelsystem entstehen. Dabei verliert Nationalität immer mehr an Bedeutung, während die unmittelbare Region immer wichtiger wird: Die Globalisierung ist zur „Glokalisierung“ geworden.

Urbanisierung

Im Jahr 2009 lebten zum ersten Mal in der Geschichte mehr Menschen in der Stadt als auf dem Land. Städte erleben eine Renaissance als Lebens- und Kulturform – und ihren endgültigen globalen Siegeszug. Der Aufstieg der Wissensgesellschaft führt zu einer weiteren Verdichtung von urbanen Gebieten und gibt ihnen, entlang von Sozio-Techniken und neuen technologischen Möglichkeiten, eine neue Bedeutung. Städte werden mehr als jemals zuvor die kulturellen, ökonomischen und kreativen Zentren der Welt sein.

Mobilität

Beweglichkeit ist eine Grundvoraussetzung unseres Lebens und Wirtschaftens geworden. In der globalen Wirtschaft hängt von ihr ab, ob wir in Zukunft konkurrenzfähig bleiben. Von unserer privaten Mobilität hängt ab, ob wir künftig die guten Jobs bekommen und unsere Lebensqualität steigern können. Mit der Diskussion um Ressourcenknappheit und der Forderung nach Nachhaltigkeit verändert sich jedoch unsere Auffassung von Mobilität – und unser Mobilitätsverhalten. Zum leichteren Verständnis hat das Zukunftsinstitut die Megatrend-Map entwickelt. In ihrer Version 2.0 zeigt sie die Entwicklungsstellen, Zusammenhänge, Schnittstellen und Verknüpfungen der Megatrends.