

## 100 Top Trends

### Die wichtigsten Driving-Forces für den kommenden Wandel

#### Kurzinfo

In den „100 Top Trends“ finden Sie die wichtigsten Trends für Business, Marketing und Konsum übersichtlich und verständlich in neun Themenkapiteln zusammengefasst – von Gesellschaft & Familie bis Arbeit & Bildung, von Wertewandel bis Management, von neuen Bedürfnissen bis Design, von Soziales & Nachhaltigkeit bis Medien & Kommunikation.



Wer die 100 Trendentwicklungen kennt, kann sich mit Fug und Recht als Zukunftsexperte fühlen. Denn „100 Top Trends“ liefert Ihnen:

- **Wettbewerbsvorsprung:** Als Früherkennungsradar und Navigationsinstrument für Ihre strategische Planung.
- **Stütze bei der Analyse Ihres Konkurrenzumfeldes:** Mit zahlreichen Best-Practice-Beispielen, die Ihnen die Einschätzung von Zukunftsmärkten, neuen Produkten und innovativen Dienstleistungen erleichtern.
- **Inspiration:** Als „kognitive Sparringspartner“ machen Ihnen unsere Autoren Zukunft greifbar. In ebenso unterhaltender wie fundierter Schreibe mit zahlreichen Links und Literaturempfehlungen, Abbildungen, Zahlen & Fakten belegen sie die substantielle Bedeutung der einzelnen Trends für unternehmerische Konzepte.

#### Schwerpunkte

##### Ein Logbuch für die „Driving Forces“ der Zukunft

In der völlig neu überarbeiteten 2. Auflage der „100 Top Trends“ erklären wir Ihnen auf je einer Doppelseite, welche substantiellen Trends Sie im Auge behalten sollten, um sich auf den Märkten von morgen zu positionieren. Denn die gegenwärtigen Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft, transformieren Konsumbedürfnisse, evozieren neue Wertevorstellungen und prägen nicht zuletzt Märkte und Institutionen.

Bei der Neukonzeption dieses Logbuchs der Driving Forces haben wir besonders auf die Nutzerfreundlichkeit geachtet:

Jeder Trend wurde hinsichtlich der Branchenrelevanz (von Automobil über Handel bis Werbung) bewertet. So erleichtern wir Ihnen die Bedeutung für Ihr Geschäftsumfeld.

- Etiketten mit korrelierenden Trends machen „100 Top Trends“ zu einem Navigationstool, mit dem Sie sich schnell einen Überblick verschaffen können.
- Eine Trendprognose zu jedem beschriebenen Trend verdichtet die Aussagen und Beispiele zu einer Handlungsempfehlung.

##### Die neun Themenbereiche im Einzelnen:

- Neue Werte, Glaube, Spiritualität (von 1. Neo-Spießer bis 11. Postpolitik)
- Gesellschaft, Familie, Lebenswelten (von 12. Relationeering bis 22. Easy Access)
- Arbeit, Bildung, Wissen (von 23. Teaching Industries bis 32. Responsible Autonomy)
- Ökonomie, Management, Business (von 33. Open Innovation bis 45. Transparenz-Ökonomie)
- Konsum, Märkte, Neue Bedürfnisse (von 46. Neuer Luxus bis 60. Gourmet Gardening)
- Gesundheit, Psychologie, Medizin (von 61. Health Style bis 68. Selfness)
- Ethik, Soziales, Nachhaltigkeit (von 69. Megatrend Neo-Ökologie bis 77. Feel-Good-Consuming)
- Medien, kommunikation, Marketing (von 78. Total Gaming bis 89. E-Mancipation)
- Design, Ästhetik, Lifestyle (von 90. Design In-Reach bis 100. Das DIY-Prinzip)

## Autor/en

**Andreas Haderlein** leitet neben seiner Forschungstätigkeit mit den Schwerpunkten Neue Medien, Wissenskultur und sozialer Wandel die Online-Redaktion des Zukunftsinstituts.

**Anja Kirig** ist seit 2004 für die Redaktion des Zukunftsinstituts tätig, unter anderem als Autorin des monatlichen Zukunftsletters sowie der Studien „Gesundheitstrends 2010“, „Lifestyle-Report“ und „Zielgruppe LOHAS“.

**Christian Rauch** ist Projektmanager im Bereich Research & Consulting des Zukunftsinstituts und verantwortlich für trendgestütztes Innovationsmanagement, international vergleichende Analysen und Change Management.

**Dr. Eike Wenzel** ist Chefredakteur des Zukunftsinstituts und in Beratungsprojekten mit Unternehmen aus den verschiedensten Branchen sowie als Referent in den Bereichen Tourismus, Medien, Food, Handel und Wertewandel tätig.

Ja, ich bestelle \_\_\_\_\_ Exemplar(e) der Studie „**100 Top Trends**“  
zum Preis von 175 EURO zzgl. MwSt.

NAME: \_\_\_\_\_ VORNAME: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_ BRANCHE: \_\_\_\_\_

STRASSE: \_\_\_\_\_ PLZ/ORT: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_ TEL.: \_\_\_\_\_ FAX: \_\_\_\_\_

UNTERSCHRIFT \_\_\_\_\_

### GfK Austria

▪ Kontaktperson: Mag. Sabina Nassner-Nitsch, PR and Communications Manager ▪ Tel.: +43 (1) 71710-187 ▪ Fax: +43 (1) 71710-176 ▪ E-Mail: [sabina.nassner-nitsch@gfk.com](mailto:sabina.nassner-nitsch@gfk.com)