

Trend-Report 2007

Soziokulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen

Kurzinfo



Im „Trend-Report 2007“ schildert Ihnen Matthias Horx die soziokulturellen Schlüsselrends von morgen. Er erläutert Ihnen die haarkleinen Veränderungen bei unseren Wünschen und Bedürfnissen und benennt das, was sich noch nicht auf den kulturellen Oberflächen niedergeschlagen hat. Mit dem Trend-Report liefern wir Ihnen einmal im Jahr die Nachricht vor der Nachricht, die soziokulturellen Hintergründe dafür, warum etwas Trend wird, warum ein Veränderungsprozess zukünftig für Ökonomie und Gesellschaft relevant wird.

Schwerpunkte

Wissen, was kommt

Jeweils zum Ende des Jahres sind Sie es von uns gewohnt, dass wir Ihnen die wichtigsten Trends und Entwicklungen für das nächste Jahr liefern. In diesem Jahr haben wir unsere Recherche auf die unterschiedlichsten Brennpunkte der Trend-Welt gerichtet. Wir wollten wissen, wie es bestellt ist um die Zukunft unserer Lüste, wie sich Sexualität in einer Welt verändert, die eigentlich keine Geheimnisse mehr kennt.

Doch in der globalisierten Welt gibt es sehr wohl noch Geheimnisse. Dazu gehört Indien: Zwischen Bollywood und Modekitsch kommt eine neue Farbe in unsere Konsumwelt, die der Erläuterung bedarf. Aber auch das Business steht vor neuen Herausforderungen. Die Unternehmen müssen sich in den nächsten Jahren mit einem „neuen Moralismus“ auseinandersetzen, soziales Engagement wird zur unternehmerischen Aufgabe, frei nach dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber!“ Wir zeigen Ihnen auch, was sich hinter der „Me-Volution“ verbirgt, in die uns das neue Wir-Gefühl im Web 2.0 hineinkatapultiert hat.

Die einzelnen Kapitel in der Übersicht:

Der Neue Moralismus – Wie Engagement für das Gute zum ökonomischen Zwang wird

Me-Volution – Wie das Internet neue soziale Strukturen schafft

Neo-Citys – Der neue Global-Urbanismus

Das Indien-Gefühl – Kitsch, Buntheit, Buddhismus: Indiens Kultur wird Kult in Europa

Happyologie – Die neu-alte Wissenschaft vom Glück

Gourmet-Sex – Die neue erotische Inszenierungs-Kultur

Home-Heroes – Die Romantisierung der Häuslichkeit für *beide* Geschlechter

Smart Basics – Die neuen Billig-Convenience-Marken: Jung, Cool, Chic, designerhaft

Clever Kids – Die neuen Projekt-Kinder

Autor/en

Matthias Horx ist Gründer des Zukunftsinstituts. Er ist Autor zahlreicher Studien, Trenddossiers und Bücher und gilt als einflussreichster Redner Deutschlands zum Thema Trend- und Zukunftsforschung.

Ja, ich bestelle _____ Exemplar(e) der Studie „**Trend Report 2007**“
zum Preis von 116 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