



Virtuelle Akademie  
Nachhaltigkeit

# Megatrends

## Episode 1: Megatrends und Einflüsse auf den Tourismus

Prof. Dr. Claudia C. Brözel  
Hochschule für Nachhaltige Entwicklung, Eberswalde





## Eingangszitat

Gehe einmal im Jahr  
dorthin, wo du noch  
niemals warst.

Dalai Lama



# Übersicht zur gesamten Lerneinheit

## Episode 1:

## Megatrends und Einflüsse auf den Tourismus

## Episode 2:

Internetökonomie setzt „neue“ Rahmenbedingungen

## Episode 3:

Interview: „*nachgefragt*“



## Lernziele dieser Episode

### **Lernziel 1:**

Sie können definieren, was ein Trend und was ein Megatrend ist.

### **Lernziel 2:**

Sie kennen aktuelle Beispiele für Trends/Megatrends und können deren Veränderungspotenzial für Wirtschaft und Gesellschaft diskutieren.

### **Lernziel 3:**

Sie können die den Digitalen Wandel und den Einfluss auf Tourismus beschreiben.

### **Lernziel 4**

Sie können beispielhaft einen Megatrend beschreiben und seinen Einfluss auf das Reisen/die Tourismuswirtschaft.



## Gliederung dieser Episode

- Definition Trend und Megatrend
- Die MegaTrend Map
- 21 Megatrends verändern unser Leben langsam
- Megatrends verändern das Reisen
- Digitaler Wandel



# Was ist ein (Mega)Trend?

## Ein Trend ist nichts anderes als eine Veränderungsbewegung oder ein Wandlungsprozess.

Es kann sich um reine Oberflächenphänomene (z.B. Produkttrends) oder um tiefe, nachhaltige Strömungen handeln (z.B. Megatrends).

**Megatrend:** der Begriff geht auf den Begründer der modernen Zukunftsforschung, John Naisbitt, zurück, der im Jahr 1980 zwei Weltbestseller zu diesem Thema schrieb. Megatrends sind Blockbuster der Veränderungen.

Drei Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit ein Megatrend diagnostiziert werden kann:

- 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.

Quellen: <http://www.horx.com/zukunftsforschung/Docs/02-M-03-Trend-Definitionen.pdf> und <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/trends-grundlagenwissen/>



# Entwicklungen verlaufen in Zyklen

Ein Terminus, der im Zusammenhang mit langfristigen, meist global wirkenden Trends verwendet wird, ist der Begriff des „**Megatrends**“; Beispiele hierfür sind Schlagwörter wie Gesundheit, Globalisierung oder auch demographischer Wandel.

Diese Trends sorgen dafür, dass sich langfristig neue Lebensstile, Konsummuster, Bedürfnisse und Werthaltungen der Menschen herausbilden (vgl. Naisbitt/Aburdene 1990: 9 f.; Naisbitt 1984: 22 f.).

Neben den gesellschaftlichen Auswirkungen haben diese Trends somit auch einen erheblichen Einfluss auf die Wirtschaft.

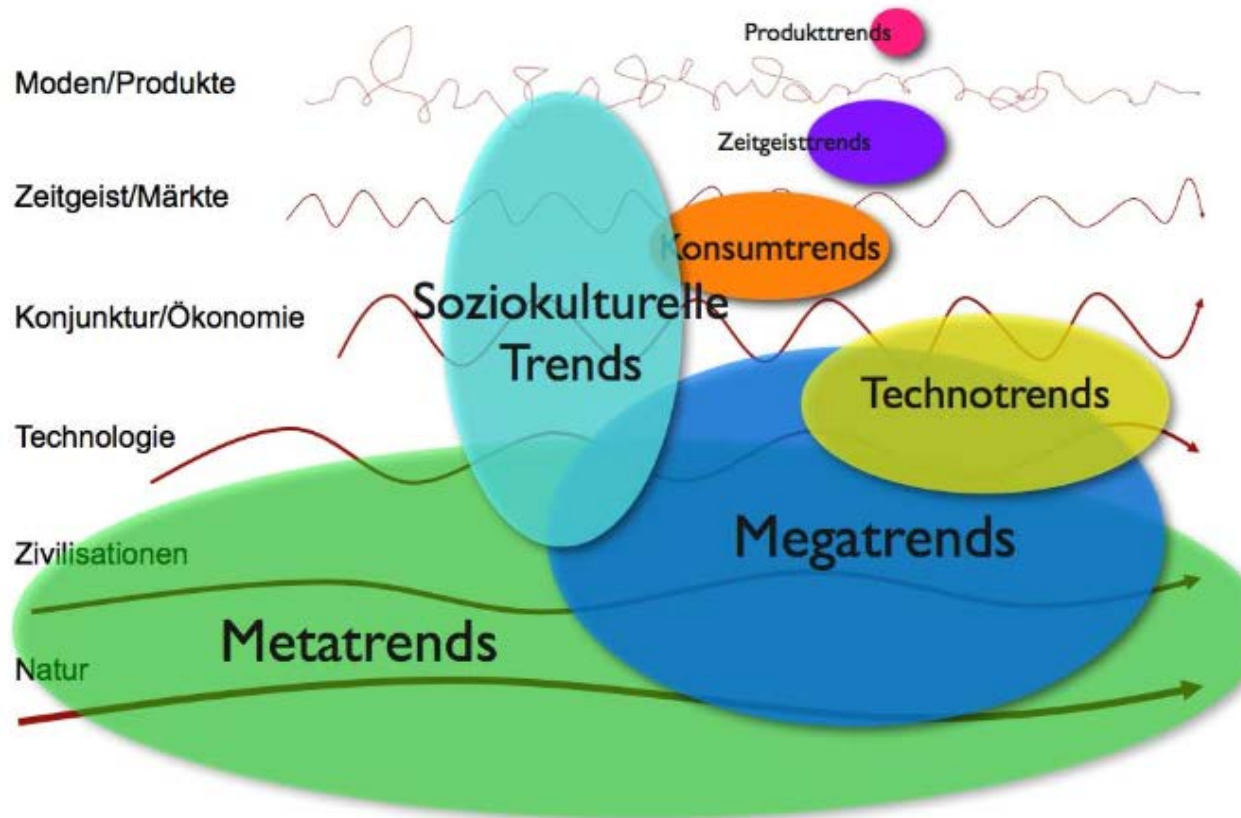
Sie beeinflussen eine Gesellschaft in ihrer Tiefenstruktur und bilden sich meist langsam, aber wenn sie einmal wirken, kann ihr Einfluss jahrzehntelang anhalten (vgl. Froehlich 2010: 11).

**Bei jedem Megatrend stehen dabei der Mensch und seine Art zu leben im Fokus. Es geht um die Art, wie er aktuell und zukünftig isst, welche Medikamente, Kleidung und Statussymbole er kauft, wie er wohnt, wie er arbeitet und wo er all das tut.**

Quelle: Vgl. Seiter/Ochs (o.D.) [http://www.w.hs-karlsruhe.de/markezin/links/Markezin\\_Heft5\\_A1Simon%20Ochs.pdf](http://www.w.hs-karlsruhe.de/markezin/links/Markezin_Heft5_A1Simon%20Ochs.pdf)



# Trendarten



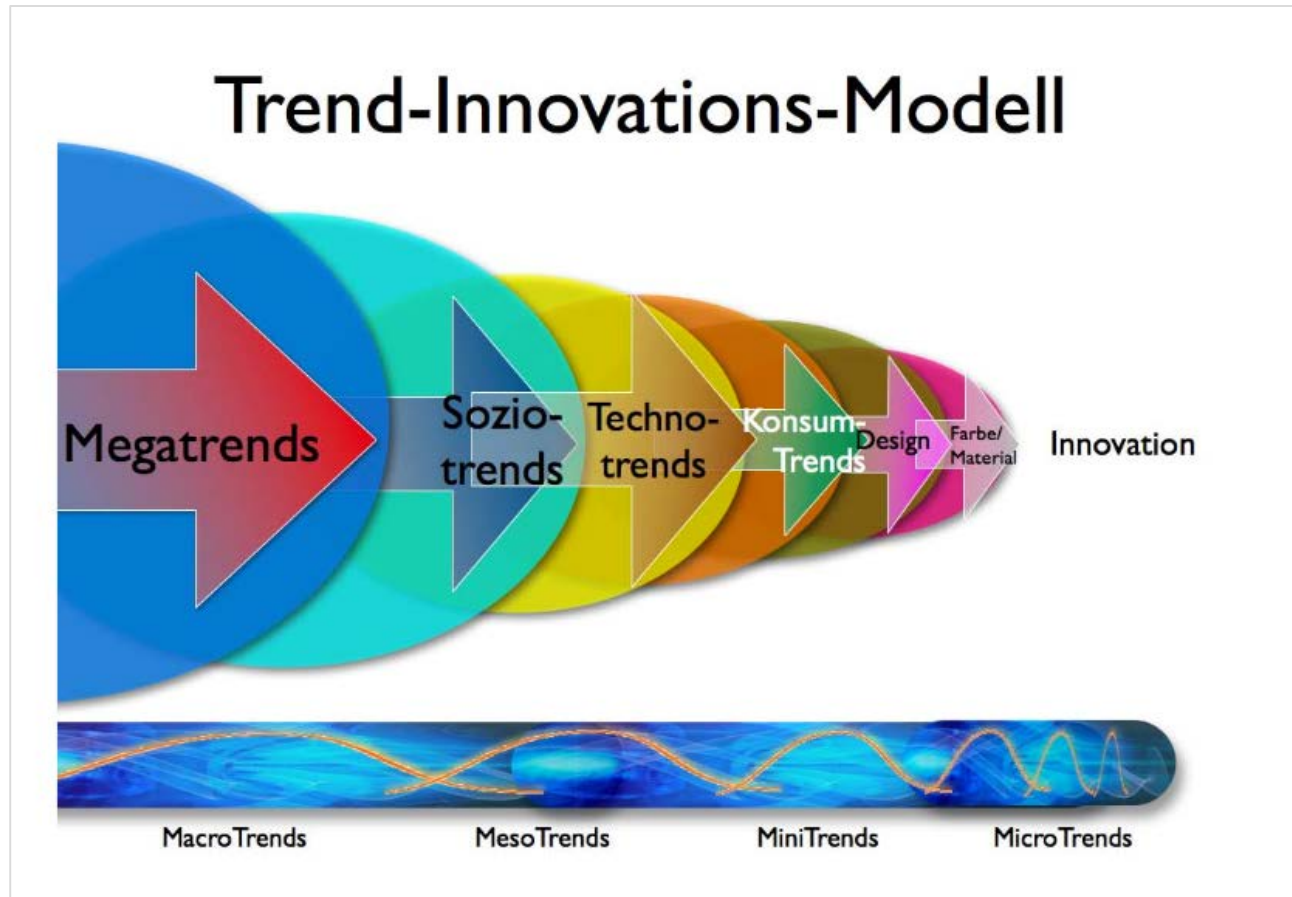
**Branchentrends:** Entwicklungen, die besonders in einer Branche dominant sind.





# Das Trendmodell

Diese Trendarten lassen sich auch in einer strategischen Reihung darstellen. Auf diese Weise wird versucht, ein kognitives System zu erzeugen, das in der Lage ist, Innovationen zu generieren und zu steuern: Durch die Deduktion von Trends auf Produkte oder Artefakte.



Quelle: <http://www.horx.com/zukunftsforschung/Docs/02-M-03-Trend-Definitionen.pdf>











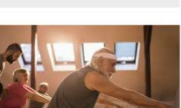












# Megatrend-Map: Verbirdlichung des Wandels



Quelle: Zukunftsinstitut (2015)



# 21 MegaTrends

 <p><b>Megatrend Gesundheit</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Gesundheit ist nicht mehr das Gegenteil von Krankheit, sondern ein Bewusstsein für die Balance der individuellen Lebensenergie. Die Medizin verwandelt sich dabei vom spezialisierten Reparaturbetrieb in einen gewaltigen Sektor im Dienste des Gesundheitsprozesses. Der Gesundheitsmarkt ist und bleibt auch in Zukunft ein wichtiger Eckpfeiler der Wirtschaft.</p>	 <p><b>Megatrend New Work</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Unsere Gesellschaft befindet sich im Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft. Demensprechend verändern sich auch Unternehmensstrukturen und Arbeitsweisen. Die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben verschwimmen, und als Kreativarbeiter werden wir zunehmend selbstständig, auch wenn wir fest angestellt sind.</p>	 <p><b>Megatrend Gender Shift</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Der Megatrend Gender Shift beschreibt einen grundsätzlichen Wandel unserer neu "männlichdominierten" Welt. Massive Einbrüche im Berufs- und Privatleben von Männern und Frauen bringen große Chancen mit sich. Neue Männer und Frauen finden ihre Lebensbalance nicht nur in beruflicher Verwirklichung, sondern auch in neuen Beziehungs- und Familienmodellen.</p>	 <p><b>Megatrend Neo-Ökologie</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Umweltschutz, Ressourcenrecherche, Corporate Social Responsibility: Der Megatrend Neo-Ökologie verschiebt die Koordinaten des Wirtschaftssystems in Richtung einer neuen Balance-Moral, die Märkte und Konsumverhalten radikal verändert. Wachstum wird künftig als eine neue Mischung bestehend aus Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlichem Engagement verstanden.</p>	 <p><b>Megatrend Globalisierung</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Die Globalisierung ist eine der zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Doch entgegen vieler negativer Überzeugungen und Prognosen haben sich viele globale Trends in den letzten Jahrzehnten zum Positiven entwickelt. Dank der Internationalisierung der Märkte partizipieren nun auch Schwellenländer am Weltmarkt, Wohlstand und wirtschaftlichem Wachstum.</p>	 <p><b>Megatrend Individualisierung</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Unsere Biografien verlaufen heute entlang neuer Brüche, Umwege und Neuzugänge. Sie sind viel mehr zu "Multigraften" geworden. In einer Gesellschaft, die uns immer mehr individuelle Freiheiten gibt, uns aber auch immer stärker unter Entscheidungsdruck setzt, verändern sich Werte - und mit ihnen ändert sich die Wirtschaft, in der DTV Kultur und Nischenmärkte entstehen.</p>	 <p><b>Senior Robots: Die Pflege-Maschinen</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Im Pflegektor finden Roboter ihre Bestimmung: Sie werden nicht müde - und können sowohl Maschinen-Jobs als auch menschliche Aufgaben übernehmen.</p> <p>Janine Selz</p>	 <p><b>Dealing with Reality</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Warum erleben wir den demografischen Wandel und den Flüchtlingszustrom als "Krisen"? Weil das Denken und das Handeln den Umweltveränderungen stets hinterherhinken.</p> <p>Verena Mutschick</p>	 <p><b>Gesundheit in der Pro-Aging-Gesellschaft</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Der demografische Wandel bedeutet auch den Abschied vom Anti-Aging-Wahn. Statt um Selbstoptimierung geht es künftig um Wohlfühlkompetenzen und Gesundheitsfriedenheit.</p> <p>Janette Huber</p>
 <p><b>Megatrend Silver Society</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Die weltweit steigende Lebenserwartung lässt uns nicht nur älter werden, sondern auch anders altern. Zum Älterwerden gewöhnt sich das „Downaging“, das Herausretten aus traditionellen Altersrollen der einstigen „Seniors“. Statt sich in den Ruhestand zu begeben, nehmen ältere Menschen selbstverständlich weiter aktiv am Gesellschaftsleben teil.</p>	 <p><b>Megatrend Mobilität</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Kaum etwas prägt das Leben in unserer globalisierten Gesellschaft so sehr wie der Megatrend Mobilität. Sie bildet die Basis unseres Lebens und Wirtschaftens. Heute stehen wir am Beginn eines multiplen Zetahärs - mit facettenreichen staatlichen Institutionen, hin zu Unternehmen und Individuen.</p>	 <p><b>Megatrend Sicherheit</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Die Gesellschaft verunsichert, der Staat überfordert. Wir sind auf dem Weg in eine neue Sicherheitskultur, die von zwei Faktoren geprägt wird: der allmählichen Verortung der Welt und dem Wandel der Verantwortung - weg von übergeordneten staatlichen Institutionen, hin zu Unternehmen und Individuen.</p>	 <p><b>Megatrend Wissenskultur</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Digitale Medien schaffen einen immer leichteren Zugang zu einer wachsenden Wissensmenge. Im „War for Talents“ der neuen globalen Kreativ-Ökonomie ergibt sich, dass Bildung ein Schlüssel zu einer hoffnungsvollen Zukunft ist. Die Förderung von individuellen Talenten und leidenschaftlicher Neugier schafft die Voraussetzungen für Innovationen und sozialen Aufstieg.</p>	 <p><b>Megatrend Urbanisierung</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Wir befinden uns erst am Beginn einer neuen Stufe der Urbanisierung. Städte erfahren eine Renaissance als Lebens- und Kulturform. Die Städte der Zukunft werden vielfältiger, vernetzter, lebenswerter und in jeder Hinsicht „grüner“ sein als wir sie lange Zeit erlebt haben. Vor allem aber wandelt sich das Verhältnis und Bewusstsein der Menschen zu ihren Städten.</p>	 <p><b>Megatrend Konnektivität</b></p> <p>DOSSIER</p> <p>Konnektivität bezeichnet die neue Organisation der Menschheit in Netzwerken. Über das „Internet der Dinge“ kommunizieren nicht mehr nur Menschen, sondern auch Maschinen miteinander. Doch der wahre Impact dieses Wandels liegt im Sozialen: Die neue Kultur der Openness öffnet Unternehmen und administrative Strukturen nach außen.</p>	 <p><b>Das Gesundheitssystem der Silver Society</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Im Zeichen des demografischen Wandels ändert sich unser Bild vom Alter(s) - und die Altersmedizin entwickelt zum zentralen Gesundheitsplayer.</p> <p>Prof. Dr. Andreas Klein</p>	 <p><b>Silver Society: Die neue Alterskultur</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Die gesellschaftliche Alterung ist weltweit sichtbar und wird alle Bereiche unseres Lebens verändern. Die immensen Umbrüche verlangen nach neuen Antworten.</p> <p>Online-Publikation</p>	 <p><b>Loud &amp; proud: Die neue Story der Alten</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Altern als Chance begreifen und die Freiheit im zweiten Lebensabschnitt auskosten. Davon erzählt die Story der neuen Alten. Sie schließen nicht ab, sondern brechen auf - als Freier.</p> <p>David Mock</p>
 <p><b>Ageless Living: Design für alle</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Wohnen und Leben in der Silver Society geht weit über barrierefreie Konzepte hinaus: Erfolgreiche Wohnmodelle müssen die Bedürfnisse von Alt und Jung integrieren.</p> <p>Christiana Varga</p>	 <p><b>Die stille Ressource</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Der „War for Talents“ spitzt sich zu. Beim Kampf um die jungen Talente wird das Potenzial der Älteren oft vergessen - zukunftsweisend ist jedoch eine kluge Integration aller Generationen.</p> <p>Lena Passonias</p>	 <p><b>Pro-Aging: Altersreichtum statt Altersarmut</b></p> <p>ARTIKEL</p> <p>Warum der demografische Wandel keine Katastrophe ist, sondern der eigentliche Schlüssel zu einer innovativen und attraktiven Gesellschaft.</p>						

Quelle: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>



## Beispiel: New Work (Auszug)

- **Hierarchien** werden flacher, Erwerbsformen flexibler und mobiler.
- Arbeit löst sich von der **Präsenz**.
- INTEGRATION oder **Work-Life-DYNAMIK**: Es gibt Zeiten im Leben, in denen das Leben die Arbeit ergreift – Arbeit wird dann schöpferische Zeit. Und es gibt Zeiten, in denen die Familie in ihren vielen Formen Freiräume vom Erwerb einfordert. Kreativität, Resilienz, Störungsbereitschaft, Neugier ... **Lebensfreude**.
- Jeder Technologieschub erzeugt eine Rekursion, eine **Komplexitäts-Kaskade**, die zu gesteigerten Nachfragen und ganz neuen Bedürfnissen führt und neue Formen von Aufgaben/Arbeit hervorbringt



## Wie verändern Megatrends das Reisen?

- Wenn die ARBEIT – Lebensfreude ist, brauchen wir dann noch einen GEGEN-Alltag?
- Wenn unser Alltag bereits sehr mobil ist, wollen wir dann in freien Zeiten nicht eher zu Hause/im Garten/ in unserer Umgebung sein?
- Wenn wir mobil leben und arbeiten und keine „festen“ Arbeitszeiten mehr folgen müssen, ist dann das Konzept des Alltags-Gegenalltags (Urlaub) nicht hinfällig?
- Haben wir dann nicht in jedem Tag Freiräume, Mobilität, Erlebnisse?

Quelle: Auszug aus <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/tup-digital/03-from-strategy-to-culture/01-longreads/fuenf-thesen-zur-zukunft-der-arbeit/>

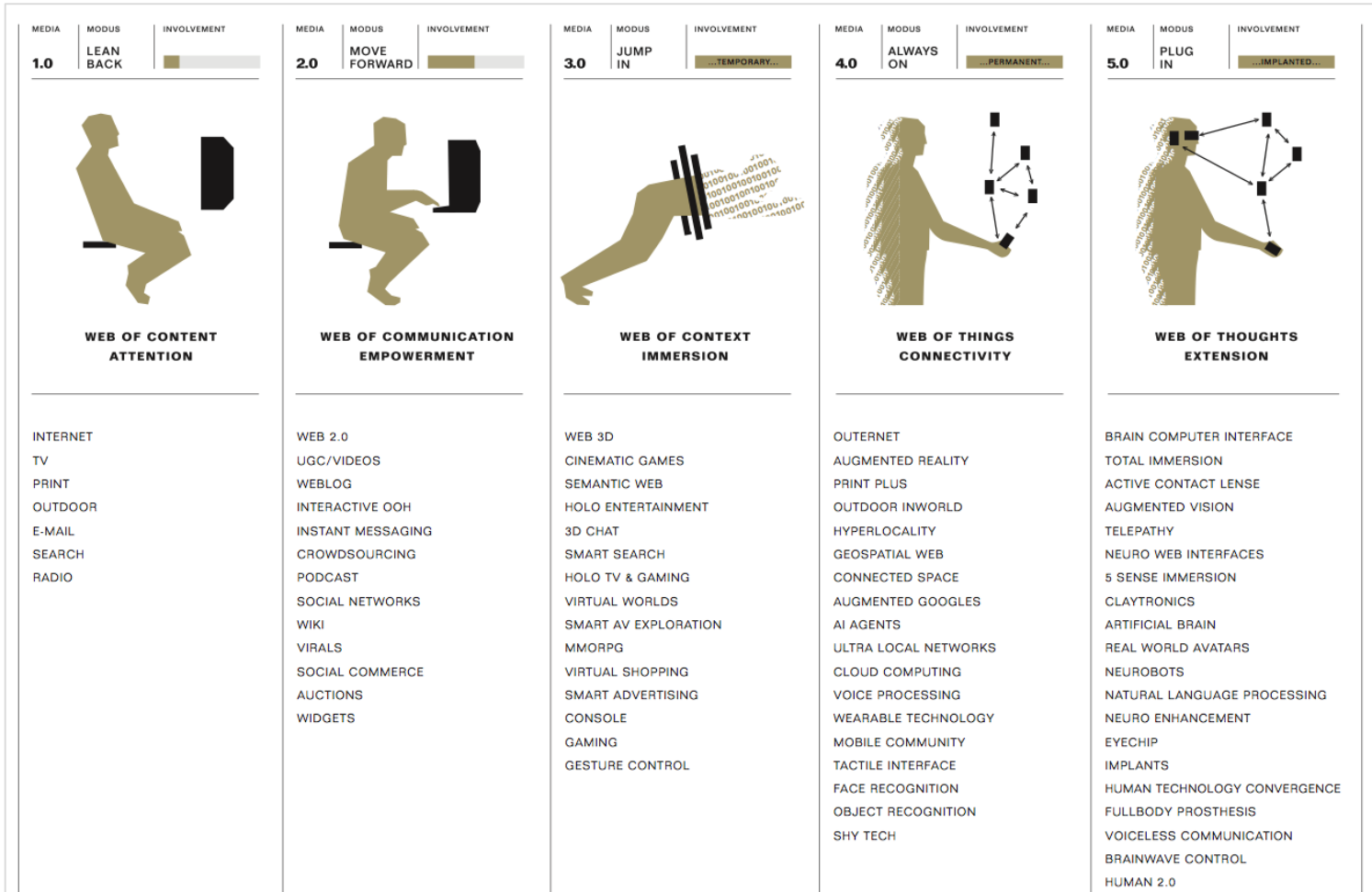


## Digitalisierung ein Trend oder Treiber?

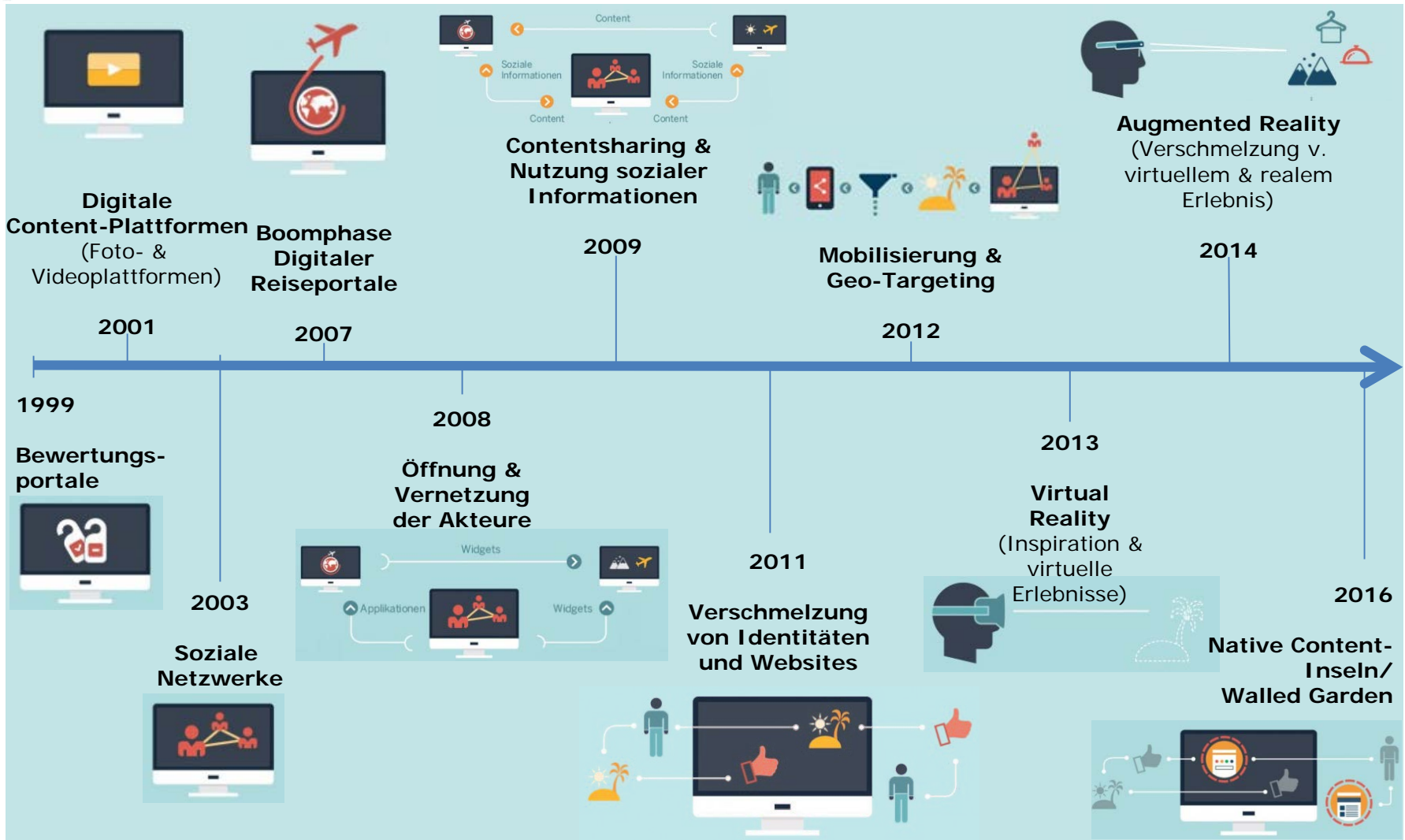
- Die Digitalisierung wird einerseits als MegaTrend und andererseits als TREIBER anderer Trends und Innovationen bezeichnet.
- Digitalisierung beeinflusst Lebenswelt, Arbeitsräume, Industrie, Mobilität und das weltweit.
- Digitalisierung schafft Vernetzung und damit neue Systeme.
- Digitalisierung ist die Technologie der Systeme.
- Digitalisierung wirkt in vielen Wirtschaftsbereichen disruptiv (zerstörend, unterrechend) aber schafft auch neue Geschäftsmodelle (sharing economy) durch neue Zugangsmöglichkeiten zu Märkten.
- Digitalisierung ist die verändernde Kraft des 21. Jahrhunderts, die in einer ungeahnten Geschwindigkeit voranschreitet.



# Media Evolution



# Digitalisierung verändert Tourismus



Eigene Darstellung nach Infografik von Tourismuszukunft (2016)





# Reisen mit der Datenbrille



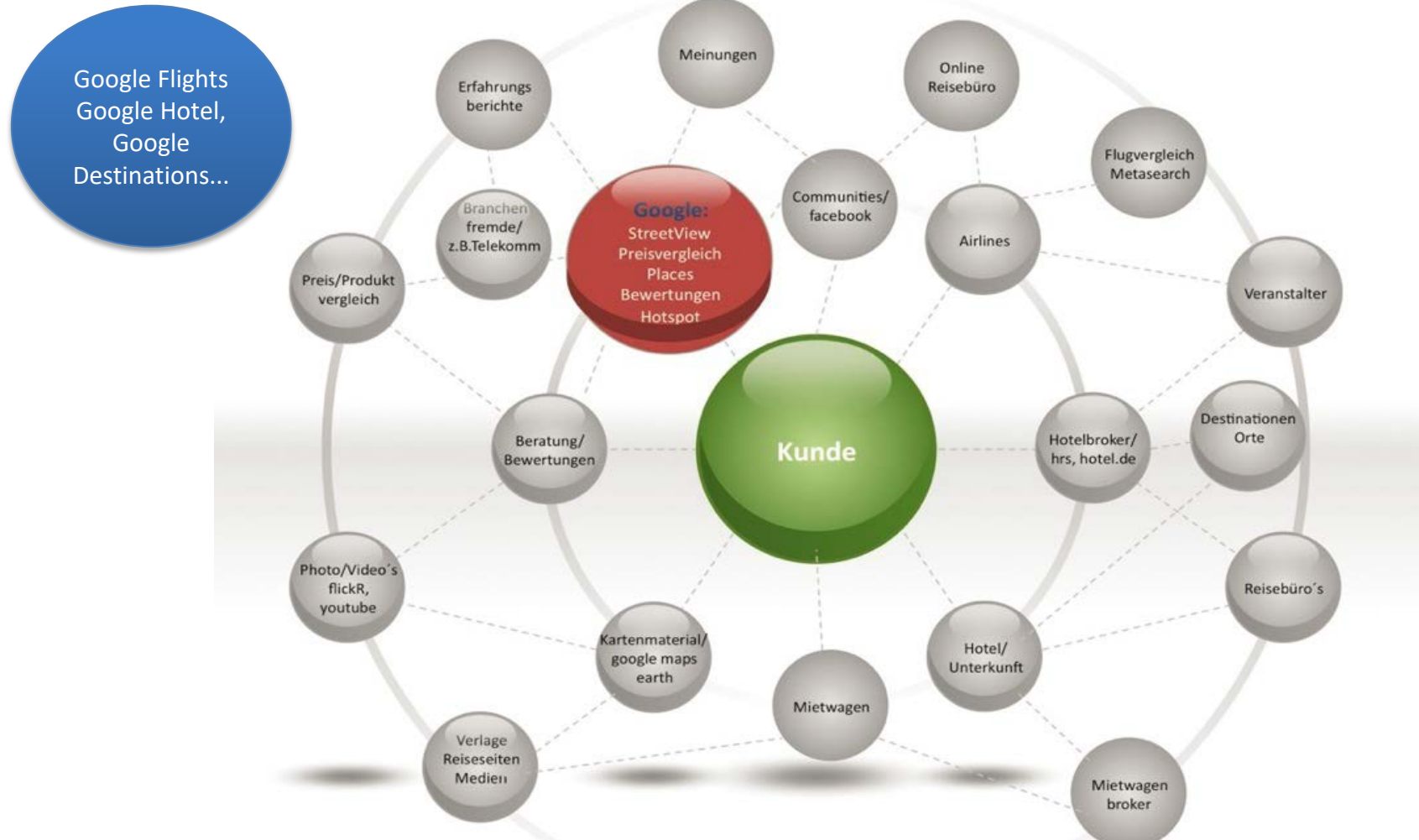
Photo: Oculus Rift @ Gamescom 2014 by wuestenigel  
Quelle: commons.wikimedia.org und  
<http://flickr.com/photos/30478819@N08/14954490112>



Photo by Steffen Faradi



# Touristische Wertschöpfungsmatrix

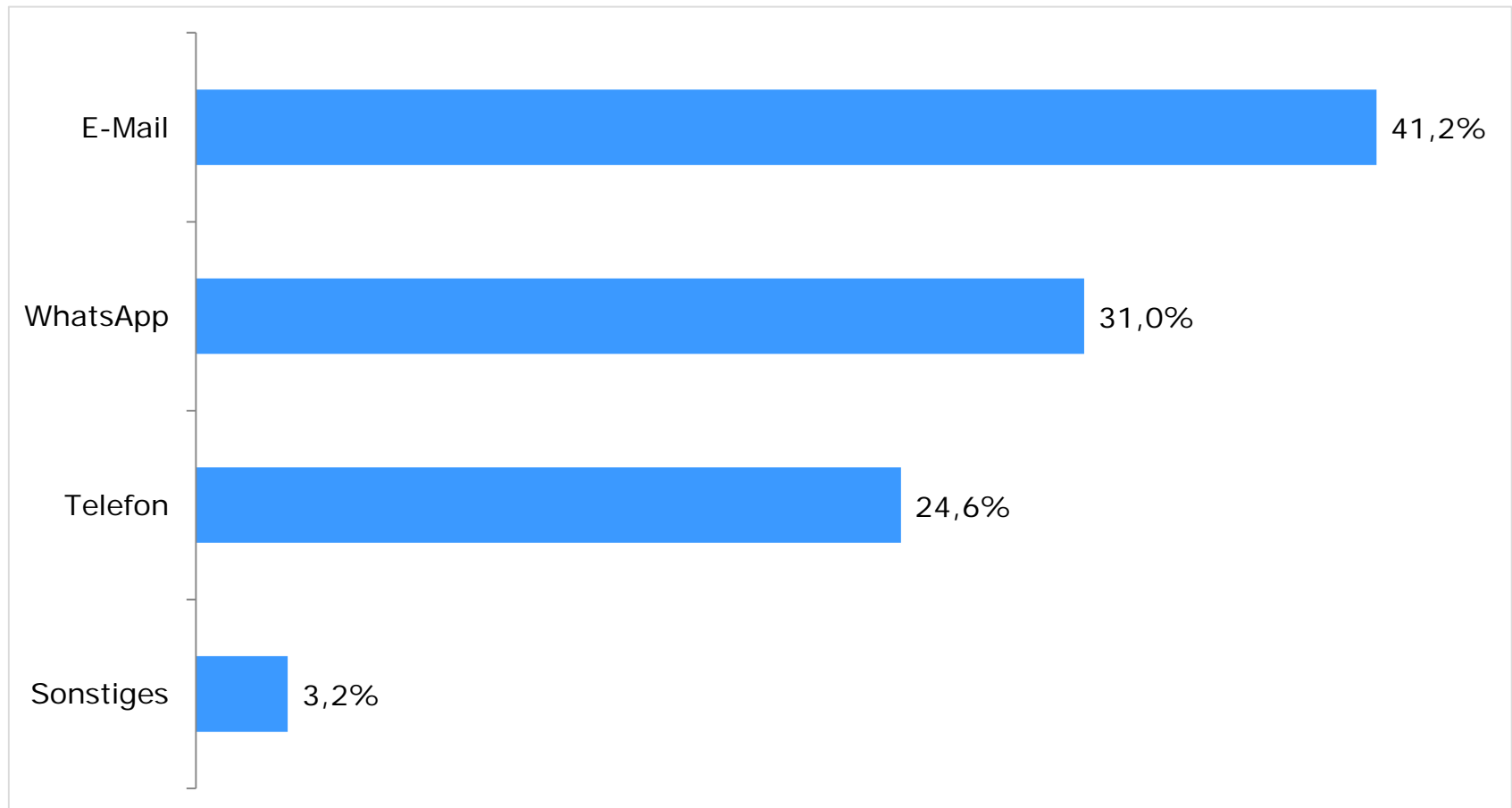


Quelle: Brözel (2012)



## Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden

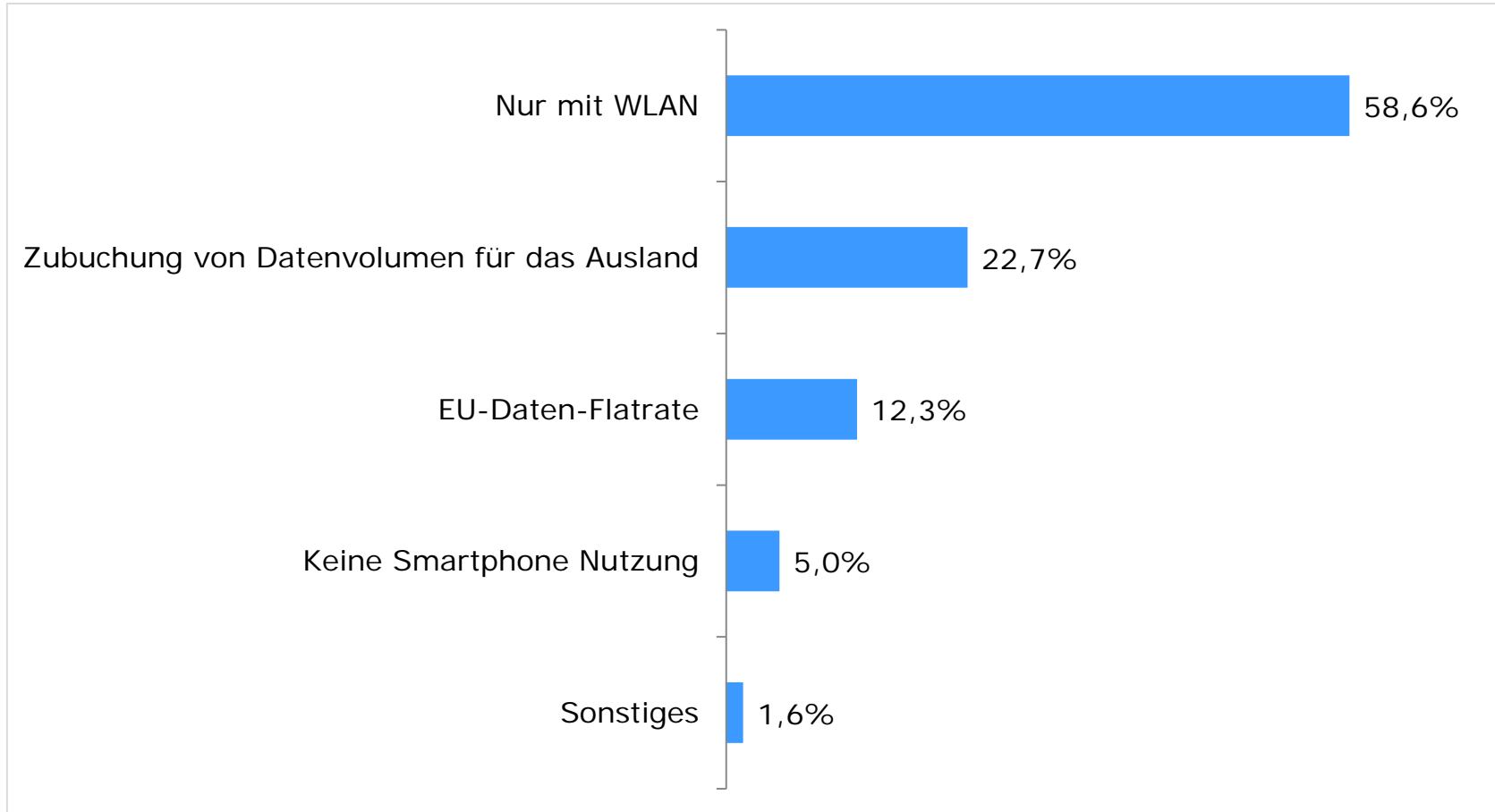
Wie würdest Du lieber mit Reiseunternehmen kommunizieren (wenn es die Möglichkeit gäbe)?





## Smartphone Nutzung im Urlaub

Wie nutzt Du dein Smartphone im Urlaub (außerhalb von Deutschland/in der EU)?



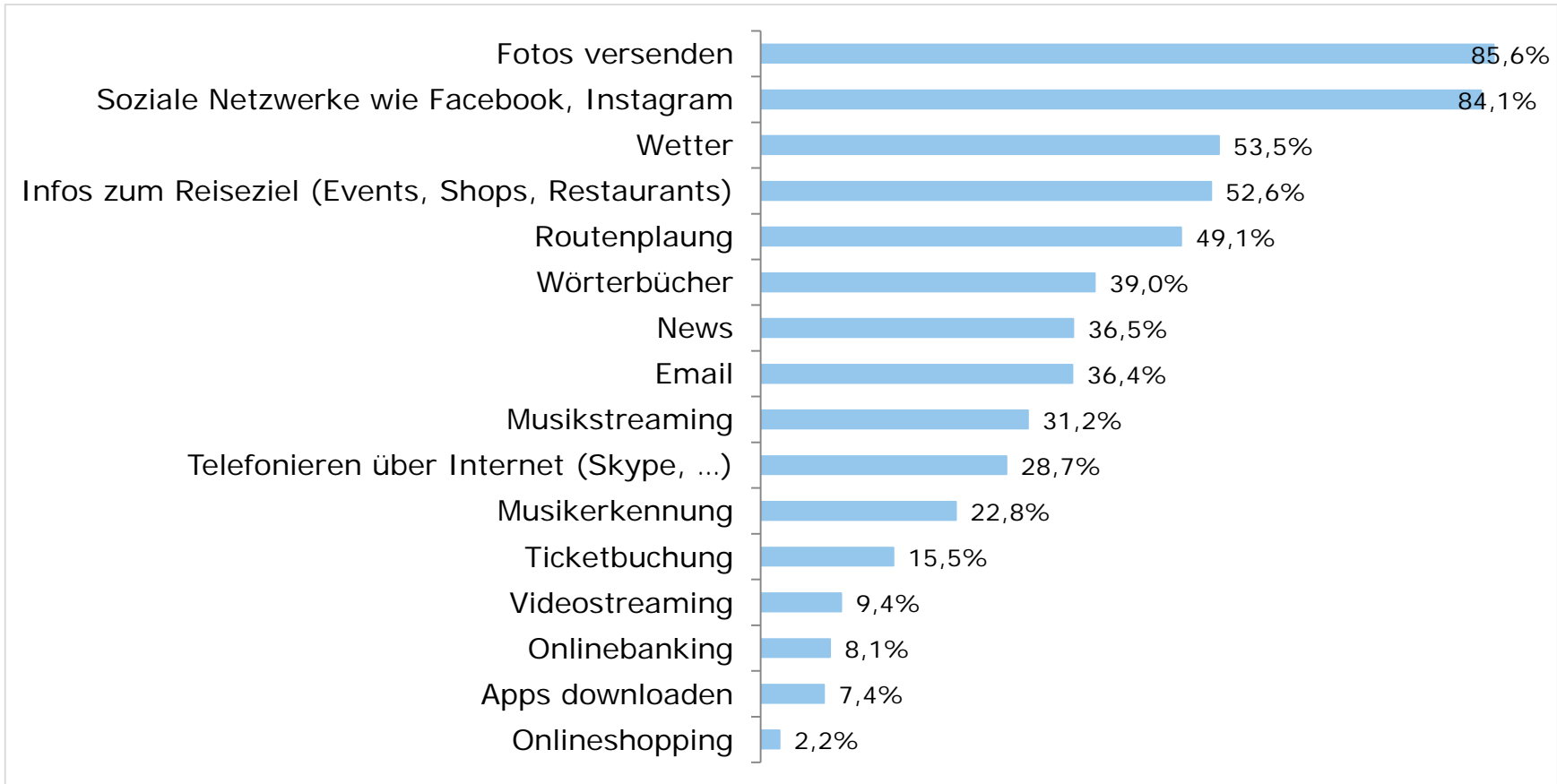
Quelle: Verband Internet Reisen (2016), Seite 56

Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671  
Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren



# Smartphone Nutzung im Urlaub

Wenn Du im Urlaub dein Smartphone nutzt, wozu genau nutzt Du es?  
(Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Verband Internet Reisen (2016), Seite 56

Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671  
Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren



## Aufgaben für das Selbststudium

1. Diskutieren Sie das Eingangszitat im Kontext der Megatrends.
2. Lesen/untersuchen Sie einige der Megatrends und verfolgen Sie welche aktuellen Nachrichten/Informationen dazu passen (siehe z.B. Sicherheit-Flüchtlinge-Datenschutz).
3. Entwickeln Sie eigene Vorstellungen über die Zukunft der Reisebranche - Wie werden wir in 20-30 Jahren reisen?



# Literatur und Quellen - weiterführende Links

- Tourismuszukunft (2016): Infografik Digitalisierung im Tourismus – Neue Zahlen & Entwicklungen unter: <http://www.tourismuszukunft.de/2016/03/infografik-digitalisierung-im-tourismus-neue-zahlen-entwicklungen>
- Verband Internet Reisen e.V. (2016): Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2016, Unterhaching
- Zukunftsinstitut (2015): Megatrends Map unter: <http://www.zukunftsinstitut.de/index.php?id=1532>
- Brözel, C. (2012) Perspektiven von Transaktionen in der Internetökonomie (Dissertation) , SLUB-Online, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-86522>
- NAISBIT T, J. (1984): Megatrends. 10 Perspektiven die unser Leben verändern werden. Bayreuth: Hestia Verlag
- NAISBIT T, J.; ABURDENE, P. (1990): Megatrends 2000. Zehn Perspektiven für den Weg ins nächste Jahrtausend. Düsseldorf, Wien, New York: Econ-Verlag
- Seiter, C./Ochs, S. (oD): Megatrends verstehen und systematisch analysieren - Ein Framework zur Identifikation von Wachstumsmärkten [http://www.w.hs-karlsruhe.de/markezin/links/Markezin\\_Heft5\\_A1Simon%20Ochs.pdf](http://www.w.hs-karlsruhe.de/markezin/links/Markezin_Heft5_A1Simon%20Ochs.pdf)
- Horx, M. (2010) Trend Definitionen (online) Zukunftsinstitut. <http://www.horx.com/zukunftsforschung/Docs/02-M-03-Trend-Definitionen.pdf>
- Das Zukunftsinstitut. <https://www.zukunftsinstitut.de/>