



# Megatrends – Chancen für LSB

Dozent (PD) Univ.Lektor Dr. Andreas Klein  
Universität Wien  
Ethik Consulting Klein GmbH, Wien

# Warum mit Megatrends beschäftigen?

- Betreffen uns alle!
- Worauf müssen wir uns einstellen?
- Challenges **wahrnehmen** und konstruktiv **aufnehmen**
- **Open Mindset** und kritische Begleitung
- Neue **Handlungsfelder** und Begleitoptionen für LSB
- Zukunft proaktiv mitgestalten – statt Einbahndenken!

**Zukunft beginnt gestern!**

Was sind  
Megatrends?



# Charakteristika

## **Dauer**

Halbwertszeit mind. 50 Jahre

## **Ubiquität**

Betrifft alle Lebensbereiche

## **Globalität**

Weltweite Phänomene – mit  
unterschiedlicher  
Ausprägung

## **Komplexität**

Mehrschichtig und  
mehrdimensional

# Gegentrends und Rückkoppelung

## ■ Trends evozieren **Gegentrends**

- Globalisierung      ➤ Nationalismus / Separatismus
- Konnektivität      ➤ Isolationismus
- Mobilität            ➤ Stillstand
- Crowdfunding      ➤ klassische Kreditwesen
- Bio-Boom            ➤ industrielle Nahrung
- Gender Shift        ➤ Männerwelt / Paternalismus
- Co-Worker          ➤ Lone Survivor

## ■ Krisen und Gegentrends führen zu Rekursion und **Synthese**

- **Glokalismus:**      Globalismus und Lokalität
- **Downaging:**      Jüngerwerden bei höherer Lebenserwartung
- **Flexurity:**        Flexibilität und Sicherheit



INDIVI  
DUALI  
SIE  
RUNG



GEN  
DER  
SHIFT



SIL  
VER  
SOCI  
ETY



GE  
SUND  
HEIT



WIS  
SENS  
KUL  
TUR



SI  
CHER  
HEIT



NEO-  
ÖKO  
LOGIE



NEW  
WORK



KON  
NEKTI  
VITÄT



MO  
BILI  
TÄT



URBA  
NISIE  
RUNG



GLO  
BALI  
SIE  
RUNG



# INDIVI DUALI SIE RUNG

# DAS Kulturprinzip der Moderne



## Lange kulturgeschichtliche Tradition

Anthropozentrik – Homo Mensura  
Sinn, Religion, Transzendenz ...  
Konstrukte des Menschen

## Autonomie und Selbstbestimmung

Strukturiert Wertesysteme  
Konsummuster, Alltagskultur  
Traditionen verlieren an Bedeutung  
Kultur (?) im Wandel

# Multioptionengesellschaft



## Qual der Wahl

**ICH entscheide, wer ich bin!**

- ... meine Biografie
- ... meine Vorlieben
- ... mein Sex-Design
- ... Reproduktion und Kultur
- ... überhaupt ALLES

**Selbstverwirklichung!**

Welches Selbst?

Wann bin ich eigentlich ich?

Was suche ich, wenn ich mich suche?



## Marke „**ICH**“

Abheben von der Masse

**Diversity** statt Uniformität!

**De-Standardisierung**

Z.B. Mass-Customization

## **Self-Coaching** und **Self-Balancer**

Talentismus, Kreativität,  
Innovativität

# INDIVIDUALISIERUNG

- Entscheidungen: Ein- und Ausgrenzungen
  - Drohender (Selbst-) Verlust / **Versagen**
- Single-Society und **Wir-Kultur**
  - Vereinzelung / Einsamkeit und Wir-Bedürfnis (Vernetzung)
  - Gefahr: Hermetische Clans, Fundamentalismen, Neo-Tribes
- Neue **Lebens-Trends**
  - Co-Living, WGs, Home-Sharing, Co-Gardening
  - „Yes I can!“ – Kreativgesellschaft: Do it yourself, Repair-Cafes
- **Zeit als Luxus** – Zentralressource und Statussymbol
  - Entschleunigung / **Slow Culture** / Hygge-Trend
  - **Gesundheitsförderndes Zeitmanagement** und Achtsamkeit
  - **Resonanz** und Erlebniskultur
    - Auch Nähe, Spüren und Berührung (Massagen, Wellness usw.)

A wooden signpost stands in a lush green field filled with numerous white daisies. The signpost has a rectangular sign with a black background and white text. The word 'Lebensqualität' is written in a clean, sans-serif font. The background is a soft-focus field of green grass and white flowers, creating a peaceful and natural setting.

Lebensqualität

# GEN DER SHIFT.



# Geschlecht quo vadis



## Biologie ist kein Schicksal

Traditionelle Bilder / Rollen erodieren  
Anders-Sein ist nicht existenzbedrohend  
ICH bestimme Lebensentwurf  
Homosexualität ist „durch“  
Das gemeinsam Menschliche zählt!

## Sex versus Gender

Biologisches Geschlecht setzt keine Rollen  
Mensch verhält sich zu seiner Biologie  
Rollen sind **Konstrukte**  
„Es geht immer auch anders!“

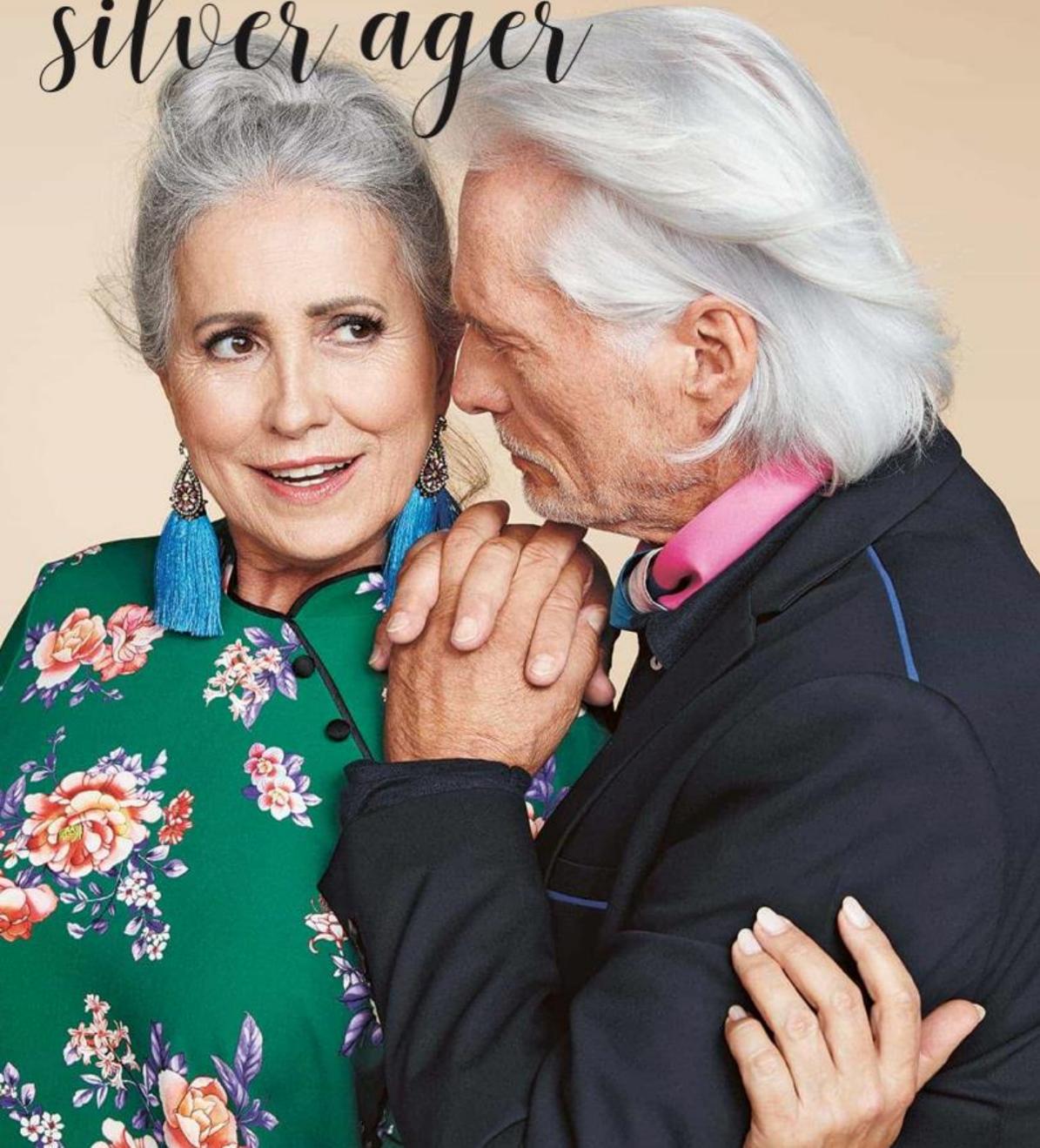
# GEN DER SHIFT.

- **Wirtschaft und Politik**
  - Noch stark männerdominiert – Frauenquote?
  - **Female Leadership**: flache Hierarchien, neue Vorgesetzte, Soft skills
  - Gender Pay Gap, **Gender Pricing**
- **Berufsoptionen**
  - Immer noch viele Männer-/Frauen-Berufe (z.B. Pflege)
    - Ist „uncool“ oder naturgegeben
- **Neue Unternehmenskultur**
  - Neue Anreize und Modelle
  - Neue Kommunikations- und Kooperationsprozesse
- **Gegentrends – Post-post-Gender-Bewegung?**
  - Klassische Geschlechterklischees und Rollenbilder (auch religiös)
  - **Barbie-Ken**-Phänomen – unreflektierte Internalisierung
  - Proll Professionals und akzeptierte sexistische Witze

# SIL VER SOCI ETY.



*silver ager*



# Unruhestand

Neue Selbst- und Sinnfindung

Selbstbestimmung und Selbstdeutung

Was ist ein „gutes Leben“?

De-Standardisierung

Emanzipation traditioneller Rollen

Großeltern war gestern

Selfness, Individualisierung

„Wer möchte ich sein?“

Enormes Anspruchverhalten

Nachrückende wollen ...

Finanzkräftig!

## **Alter verliert an Bedeutung!**

Was ist Alter überhaupt?

Bedürfnisse, nicht Alter zählen!

**Ming-Changing!**

**Ageless Consuming, Universal Design**

## **New Wording:**

Silver, Golden, Best u. Free Ager

## **No Goes („out“):**

Ältere, Senioren, 50+ usw.

Pathologisierung des Alters!

Würdigung des Alters!

80-Jährige „rocken die Bude!“



Lebensqualität

Zeit für  
Gesundheit

## Sinnvolle, anspruchsvolle Tätigkeiten

Aktivität / Selbstwirksamkeit (vs. Passivität)

**Life-Long-Learning** (Bildung; Gemeinnützigkeit)

**Golden Mentor:** Erfahrungen weitergeben

## Neue Interaktion und Gemeinschaftlichkeit

Home-Sharing, Co-Living, Slow Culture

**Gefüllte Zeit!** (Carpe Diem!)

Experimentiermodus und neue Sexualität



# GE SUND HEIT.



# Das gute Leben



## Dreh- und Angelpunkt

Verändert Denken, Werte,  
Verhalten, Konsum,  
Politik, Unternehmen

## Gesundheit wird Lebenssinn

„Hauptsache gesund!“  
Ideal, Lifestyle, Statussymbol  
Schlüsselressource  
Zentrales Konsumgut  
(Goldgrube)  
Physisch und psychisch

# Angebot und Nachfrage



## Sportivity, Movement Culture (Bike-Boom)

Fitness, Massage, Wellness,  
Homöopathie, Anti-Stress

Psychologische Angebote

Misstrauen gegen „Schulmedizin“

## Körper nach Maß

Das gesunde Aussehen

Körperkult (Optisches) Downaging

Forschung auf Hochtouren

3D-Druck, KI, Robotik, Genetik,

Gehirn-Doping (Neuro-Enhancement)

# Gesunde Ernährung



Bio-Boom, Green Food, Detoxing

Für jeden etwas

Nutrition Literacy

Spezialisierte Restaurants / Shops

Slow Food

Angebot signalisiert ein Problem:

Glutenfrei, Laktosefrei usw.

Flexitarier: Teilzeit-Vegetarier

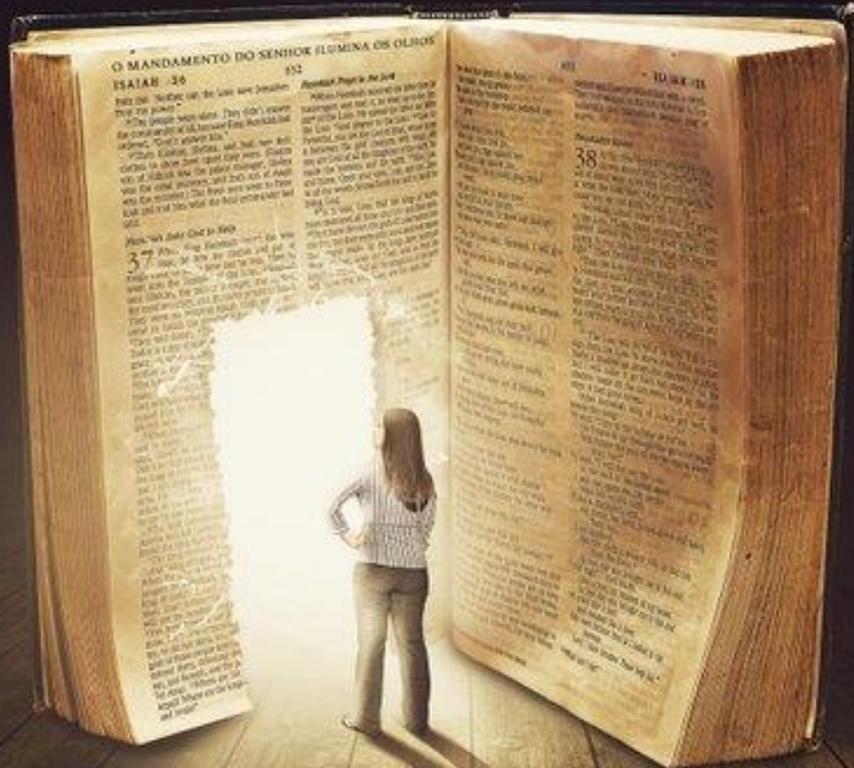
Cultured Meat

Zu viel: Orthorexie?

Ernährungsneurotisch

# WIS SENS KUL TUR<sup>®</sup>

# Informationsgesellschaft



## Information ist Trumpf

Demokratisierung und Gleichheit

Beschleunigt und global

Digitale Lernplattformen

Zugang und Selektion

Fake News und Postfaktum

## Digital Literacy

Kompetenz im Umgang

Beginnt bei Kindern

# WIS SENS KUL TUR

- **Arbeitswelt**
  - Wechselnde Anforderungen – neue Kompetenzen
  - Lifelong Learning
  - Internationaler Konkurrenzdruck – Rolle Europas?
  - „Werte“ als Attraktoren?
- **Wissenstransfer und Künstliche Intelligenz**
  - Multichannel Enviroments, KI-basierte Systeme, VR/AR usw.
  - **Smart Learning**: personalisiert, adaptiv, praxistauglich: Lern-Tracking
- **Ist unbeschwerte Kindheit noch möglich?**
  - Hamsterrad des Konkurrenzkampfes
  - Digitale Kompetenz vs. Selbstentfaltung

# SI CHER HEIT.

A small white information icon (a lowercase 'i' inside a circle) is located at the bottom right of the word 'HEIT'.

# Sicherheitsgesellschaft



## Angst und Sicherheit

Einbrüche, Anschläge, Terror  
Naturkatastrophen, Klimawandel

Migration

Lebensereignisse, Altersarmut

Mobilität und Vernetzung

Gesundheit, Kommunikation

Paarbeziehungen und Sex

Nahrungsmittel, Arbeitsplatz

Bezahlsystem, Digitale Angebote

# Daueralarm

Mediales und politisches **Story-Telling**

„Nichts ist mehr sicher!“

Bad News are Good News

Angst und Sorge als Grundbefindlichkeit

Entsicherung, unsichtbare Bedrohungen

Kontrolle-Verlust

Erzeugt emotionalen Stress

Psychische Überlastung und Reaktionen

**Sicherheit ist messbar!**

Sicherste aller bisherigen Zeiten!

Kriminalität rückläufig (aber Cyber-Crime)

Lebenserwartung, Feinstaub

Tod eher an Übergewicht als an Hunger/Gewalt



# SI CHER HEIT

- **Aufwind für Sicherheitsversprechungen**
  - Politische Parteien, Gruppen, Fundamentalismen
  - Abschottungstendenzen, überschaubare Wir-Kultur
  - Populismus, Nationalismus
  - Militärische und polizeiliche Aufrüstung
  - Eingriffe in digitale Selbstbestimmung
    - Überwachungskameras, Backdoors, Staatstrojaner, Gesichts- und Emotionserkennung
  - Ethnische Vorbehalte und Stereotype
- **Absolute Sicherheit gibt es nicht!**
  - Unsicherheit ist Motor für Entwicklung
  - **No Risk, No Fun!**
- **Selbst bestimmen, welche Erzählungen man in seinen Kopf lässt**

# NEO- ÖKO LOGIE

## Unendliche Möglichkeiten

Mischkulturen (statt Mono)

Öko-Landwirtschaft

Neue Transportoptionen

Green Building – Öko-Hausbau

Vertical / Urban Farming

Urban Gardening, Stadt-Imkern

Öko-Fassaden:

CO<sub>2</sub> umwandeln

Wasser u. Strom sammeln

Kühle



## ... ohne Ende

Regionalität, Nachverfolgbarkeit

Bio-Hype, Veggie-Trend

Sharing-Culture

On-Demand, Anything-as-a-Service

e-Mobilität und Eco-Tourismus

Smart City, Dekarbonisierung

Zero Waste, Ocean Cleanup

Selbst-Abfüllung

Wiederverwertung u. Erneuerbarkeit

Fair Fashion / Mode

Minimalismus: Qualität statt Quantität

Cultured Meat, 3D-Druck-Nahrung



# Introduction to Social Entrepreneurship

## New Ecology – Neues Denken

Altlasten der Vorgänger abtragen  
Umkehr ist alternativlos

## Werte und Ethik

„Wie lebst du?“

**Verantwortung** gegenüber einfach allem:

Sustainability, Responsibility

Wie „leben“ **Unternehmen** – Werte

Soziale/Umwelt-Verantwortung: Social Business/Entrepreneure

## **Zukunft** ist möglich – Optimismus

Realisierbarkeit für Schwächere  
Nachteile über die Hintertüre



# NEW WORK<sup>®</sup>

# Bring together



Flexibilität, Mobilität, Wissen  
Gesundheit, Individualisierung  
Globalisierung, Konnektivität

## Verhältnis zur Arbeit

Sinn und Freude  
Qualität – nicht Geld  
Work-Life-Balance  
Arbeit und Leben verschmelzen  
„Was ist Arbeit für uns?“

## 24/7-Gesellschaft

Home-Office

Digitales, e-Mobility

Flexibel, teamorientiert, projektbezogen

9to5 ist „out“

Biografiesensibel

„Mein Büro bin ich!“

Online-Dienstleistungen

## Selbstbestimmung

Gig Economy

Klick Worker

Digitale Tagelöhner

Dash Delivery

Digitales Nomadentum

Patchwork-Selbstständigkeit



# NEW WORK®

- **Kooperation**
  - Arbeitsstätte als Begegnungsraum
  - Diversität ist „in“ ... und produktiv
  - Talentismus und Selbstentfaltung
  - Ich erfinde / biete Dienstleistungen
- **Start-Ups und Crowdfunding**
  - Trial and Error, flexibel, Querdenken, lösungsorientiert
  - Flache Hierarchien, Kreativität, Innovation
- **Adaptivität an individuelle Bedingungen**
  - Eigene Ausstattung, Befindlichkeiten, Arbeitstyp, Rhythmus, Familie
  - Kreativität braucht Frei- und Spielräume
- **Gesundheit beim Arbeiten**
  - Angebote: **Resilienz**, Selbstmanagement, Wellness, Entspannung

# NEW WORK®

- **Bedenkenswertes ...**
  - Always on, Fear of missing out, Phubbing (Mails am WE)
  - Hohe Erwartung an Einzelne: „Wer kann noch mithalten?“
    - Kreativität auf Knopfdruck geht nicht
    - Klare Strukturen können helfen
  - Soziale Absicherung (Pension) und Monopolisierungen
- **Schafft Digitalisierung (KI) Arbeitsplätze ab?**
  - Bedingungsloses Grundeinkommen?
  - Investition in Bildung, Wissen, Kreativität, Soft Skills
- **Führungsstile und -kompetenzen**
  - Neue Anforderungen, flache Hierarchien und Vorbildwirkung
  - Empathie, Ganzheitlichkeit, Authentizität, Problemlösung, Kreativität
  - Mehr **Frauen** in Führungsebenen (Womanomics-Trend)
  - **Golden Mentor** und ihre Kompetenzen integrieren
  - Menschen mit besonderen Bedürfnissen / Straffällige usw. (!)

# KON NEKTI VITÄT®

# Netzwerkgesellschaft



## Alles zusammenbringen

Durch Digitalisierung  
Neues Verhalten, Lebensstile  
Interaktion, Kommunikation  
**Wir-Kultur**

## Mensch und Technik

IoT, Industrie 4.0  
Smartifizierung  
Mobile Vernetztheit  
**Kraft der Sozialen Medien**  
Bewertungsportale

## Immer und überall

Orts- und zeitunabhängig

Marke „ICH“ platzieren

Always on, Fear of missing out,

Phubbing

Konstruiert Erwartungen:

„Wo bist du?“

Überforderung?

Verunsicherung:

Hacking,

Fake News, Skandale,

**Chatbots** prägen Meinungen



# KONNEKTIVITÄT

- **Business-Changing**
  - E-Commerce, Sharing-Economy, Crowdfunding, Kryptowährung
  - Willhaben, Shpock, ebay usw.
  - Vernetzung von **Verkehrs-** und Transportmitteln
    - Stauvermeidung, Durchleitungen, klimaschonend
  
- **Tiefe Eingriffe in menschliche Lebensweise**
  - KI, Big Data, **Automated Decision-Making**
  - Unsere Daten sind wichtiger als Gold (Cyber-Naivität)
  
- **Humane Zukunft und Selbstbestimmung**
  - Notwendige Grenzen ziehen: Ethik. Intimität
  - Keine unkontrollierte Verselbstständigung
  - Zugewinn an **Humanität** durch Chancengleichheit möglich!
    - Freiheit, Beweglichkeit (Menschen mit Einschränkungen)

# MO BILI TÄT.



# Bewegung ist Leben



## Holistische Beweglichkeit

Physisch und mental  
Gesellschaftliche Teilhabe  
Fortschritt und Wachstum  
Selbstverwirklichung

## Flexibilität

Reisen und Tourismus  
Arbeits- und Lebenskonzepte  
Vernetzte Gesellschaft

Konsum und Kommunikation  
Commerce und Payment  
Versorgungsketten

# Mobilität im Wandel

**Auto** immer noch Lieblingskind

Freiheit, Unabhängigkeit, Status

Aber: Staus, Abgasskandal, Kosten

Stress, Umwelt, Unfälle

**Funktionalität** und **Untewegs-Sein**

Digital, vernetzt, postfossil

umweltschonend, dekarbonisiert, Sharing

Faktor „**Mensch**“ – statt Auto

**Zugang zu Mobilität** (On Demand) – statt Besitz

Dann, wann sie gebraucht wird

**Vielfalt** statt **Einfalt**

Multimobilität, Mobilitätsmix, Smart Mobility



# URBA NISIE RUNG.



# Ab in die Stadt



## Verstädterung geht weiter

Immer größer und voller  
Landflucht

Big Player der Globalisierung

### Machtzentren:

Wirtschaft, Finanz, Wissen  
Kreativität, Diversität

## Megacitys

Tokyo 38 Mio.

Jakarta 32 Mio.

Delhi 27 Mio

# Wie leben wir in Zukunft?

## Polyphonie und Dynamik

Diversität: Jeder kann er selbst sein  
Freie Meinung, Denken, Stile  
Kulturverschmelzung, Austausch  
Innovation, Kreativität, Talente  
„Everything goes!“

## Nicht alles ist rosig!

Schwierige Verkehrssituationen  
Umweltbelastung, Lärm, Schmutz  
Kriminalität, Armut  
Anonymität, Verinselung (Single-Haushalte)  
Einsamkeit, Ghettoisierung



# URBANISIERUNG

- **Ballungszentren der Beschleunigung**
  - **Leben auf der Überholspur!**
  - „Schlaflos aus Prinzip“
    - Unterwegs, vorwärts, getrieben, **neu erfinden**
  - **Permanent Beta**, gewollte Vorläufigkeit
  - Man „ist“ nie, man muss stets „werden“
    - Imperativ ersetzt Indikativ!
  - Modernes Nomadentum mit Absturzgefahr
  - Enorme **Resilienz**-Anforderung!
- **Entwicklungsboden für Alternativen**
  - Neue Modelle für Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Sicherheit (durch KI)
  - Effizientere Fortbewegung und autonome (e-)Mobilität
  - Mobiles Büro und menschengerechte Lebensweise
  - **Smart City**: energieautarke und vernetzte Stadt

# GLO BALI SIE RUNG®



## Weltbürgertum

Probleme nur gemeinsam lösbar  
Wir brauchen einander

„Es war nie besser!“

Armut, Hunger, Kriege  
Lebenserwartung und -qualität  
Sicherheit, Bildung

Global vs. national

Weltfinanzhandel  
Hochfrequenzbörsen  
Wer hat das Sagen?  
Internationale Vereinbarungen schwierig



# GLO BALI SIE RUNG®

- **Globaler Austausch**
  - Werte, Wissen, Vorlieben, Trends, Mobilität, Familien
  - **Kulturgrenzen** erodieren
  - #MeToo-Bewegung
  - Steigerung von **Diversität**: Es geht immer mehr!
  - Neugier an Anderem / Neuem
- **Glokalisierung** (Globalisierung und Lokalität)
- **Kapitalismus und seine Grenzen**
  - Wie geht es weiter? Postwachstumsökonomie? Minimalismus?
- **Sinn und Ziel des Wirtschaftens?**
  - Wohlstand vs. Wohl
  - Neue Werte, Modelle, Alternativen, Ergänzungen
  - Neo-Ökologie, Sharing, Social Business, Direct Trade usw.



## Was ist künftig noch unmöglich?

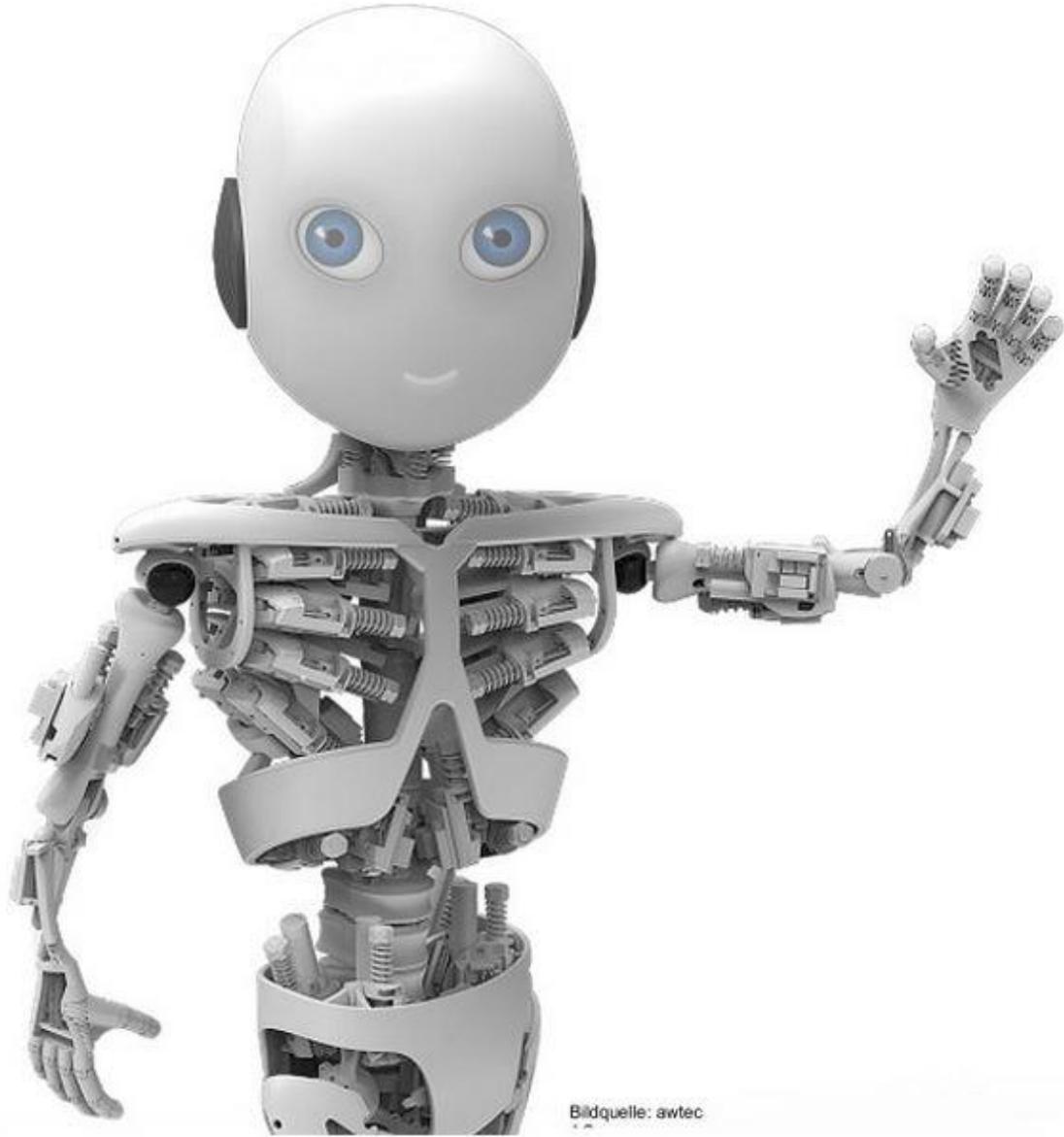


Welt wird bunter, weiter – unübersichtlicher  
Zentrifugale und zentripetale Kräfte

Anforderungen an Menschen steigen enorm  
Begleitung, Beratung und Unterstützung wichtig  
Sinnvolle Selbstbestimmung/Gestaltung von Freiheit  
Freiheit auch zu Größerem

Neue Ideen für Unternehmen, Wirtschaft, Politik  
Neues, konstruktives Denken

**Fit for Life, fit in Life und fit for Future**



Bildquelle: awtec