

CHRISTIAN HEHENBERGER

Jubiläumsedition Zukunft

12 Mega-Trends, die unser Leben und unsere Wirtschaft bis 2015
verändern!



Vorwort	15
Die Weltwirtschaftslandkarte wird bis 2015 neu geschrieben!	17
Die EU ist seit 2007 die größte Wirtschaftsmacht der Welt!	19
China ist 2015 die größte Weltwirtschaftsmacht!	23
Die harte Landung der US-Wirtschaft um 2012	26
Russland meldet sich als Wirtschaftsmacht wieder zurück!	28
Resümee und Prognose vom Institut für Marketing und Trendanalysen	35
Der prognostizierte Wirtschaftsaufschwung vom Institut für Marketing und Trendanalysen für 2005 ist da und hält bis 2012 an!	41]
Der prognostizierte Wirtschaftsaufschwung vom Institut für Marketing und Trendanalysen in der EU hält bis 2012 an!	43
Der Trend zu massiven legalen und illegalen Zuwanderungsströmen innerhalb der EU	49
Der Trend zur reicher werdenden Gesellschaft	58
Die deutsche Gesellschaft 2006 - eine Ist-Beschreibung	60
Die Gesellschaft im Jahr 2015 - eine exklusive Prognose vom Institut für Marketing und Trendanalysen	61

Inhaltsverzeichnis

! Der Trend zur „Green Mission“	631
Die dramatischen Folgen des Klimawandels	65
Der Trend zum bedrohlichen Anstieg des Meeresspiegels	65
Der Trend zu häufiger und intensiver werdenden Wetterkapriolen und Unwetterkatastrophen	67
Der Trend zum knappen Trinkwasser setzt sich fort!	69
Der Trend zu wachsenden Gesundheitsrisiken aufgrund des Klimawandels und der Umweltverschmutzung	70
Der Trend zum „Greening-up“ und zum aktiven Klimaschutzbeitrag	75
Der Trend zu effizienten Frühwarnsystemen	79
Der Trend zur neuen sozialen Wärme	82
Der Trend zum weltweiten Kampf um knappe Rohstoffe und Energie bis 2015	j 85 i
Der Trend zu den explodierenden Energiepreisen setzt sich fort!	87
Der Trend zu weltweit knappen und teurer werdenden Rohstoffen	91
Der Trend zu stark steigenden Rohstoffpreisen	92
Der Trend zur Miniaturisierung und zum Dematerialismus	94
Der Trend zur internationalen Rohstoffkontingentierung	96
Der Trend zur Renaissance der Nachhaltigkeit	97

Der Trend zur Gesellschaft der 100-Jährigen in der EU, in Japan und den USA!	101 j
Der Trend zur Entwicklung eines 100-Jahre-Lebensdesigns	103
Kommentar zum 6-Phasen-Modell im 100-Jahre-Lebensdesign vom Institut für Marketing und Trendanalysen	105
Der Trend zur Do-it-yourself-Gesundheitskultur stellt das Gesundheitswesen auf den Kopf!	109
Der Trend zu Pro-Aging - Anti-Aging ist out!	111
Der Trend zu Brain-, Body- und Soul-Fitness	114
Der Trend zu Wellness-Lebensmitteln mit Arzneiimage	119
Der Trend zum technologischen Systemabtausch	123
Der Eintritt ins Perpetuum-mobile-Zeitalter ab 2015 eröffnet ungeahnte Dimensionen!	125
Der Trend zur Hybridtechnologie - die intelligente Übergangs- lösung zum Eintritt in das Perpetuum-mobile-Zeitalter	126
Der Trend zur lautlosen Technik	132
Der Trend zur Reduktion der Komplexität	135,
Der Trend zur Reduktion der Komplexität	137
Der Trend zum „KISS-Customer“	137
Der Trend zur Triple-A-Marketingtechnik	141

Inhaltsverzeichnis

Triple-A-Tipps und Erkenntnisse aus und für die Praxis	141
Die intelligenten Cost-Cutters kommen	144
! Der Trend zum dreidimensionalen Denken und Handeln innerhalb der EU	149
Der Trend zum dreidimensionalen Denken und Handeln in der EU	151
Der Trend zur Work-Life-Nature-Balance	153
Der Trend zum dreidimensionalen Kunden	157
Der Trend zur Informations-, Wissens- und Umsetzungsgesellschaft	161
i Der Trend zum nachhaltigen Unternehmenswachstum mithilfe des neuen EMI-Modells	163 !
Das neue EMI-Modell steht für nachhaltiges Unternehmenswachstum	165
Schritt 1: Steigern Sie die Effizienz in Ihrem Unternehmen! Erkenntnisse und Empfehlungen	165
Schritt 2: Die Markterweiterungsstrategie im EMI-Modell	167
Fallstudie Außendienstaufbau in Polen inklusive systematischer Steuerung des Vertriebes	169
Allgemeine Informationen zum Länderprofil Polen	169
Spezielle Informationen zur Fallstudie Polen	170
Hinweise zur Lösung der Fallstudie Außendienstaufbau Polen inklusive systematischer Steuerung des Vertriebes	171

Inhaltsverzeichnis

Ergebniskommentar	176
Systematische Führung des Außendienstes mit 15 kompakten Kennziffern	177
Schritt 3: Innovationspolitik - die dritte Ebene für solides Unternehmenswachstum	179
Erkenntnisse und Empfehlungen zur Innovationspolitik	179
Die stillen Revolutionen in Europas Wirtschaft, Politik und Gesellschaft	181!
Der Trend zu den KMUs wird zur wichtigsten Wirtschaftskonstante bis 2015	183
Zehn goldene Trend- und Marketingempfehlungen für die KMUs	184
Die stille Revolution am Kapitalmarkt	187
Der Trend zur neuen Qualität in der Politik	192
Der Trend zur stillen Revolution in der Medienlandschaft und das neue Multitasking	199
Der Trend zur kritischen Öffentlichkeit, die die Qualität der Medienarbeit mehr denn je prüfend hinterfragt	203
Die Preise im privaten Konsum steigen bis 2015 überproportional stark an!	207
Die Preisentwicklung des privaten Konsums von 2008 - 2015	209
Antworten und neue Reaktionsmuster aus der Wirtschaft	214

Inhaltsverzeichnis

Der Trend zu Markturknallereignissen	j
jsetztjrighJFort!_____	215 i
Der Trend zu Markturknallereignissen setzt sich fort!	217
Das Restrisiko in der Trendanalyse und Zukunftsforschung	218
Die 80%ige Trefferquote vom Institut für Marketing und Trendanalysen bei seinen Zukunftsprognosen	221
Literaturverzeichnis	225