

Zukunftsinstitut

Denken für Morgen



: tristanhorx

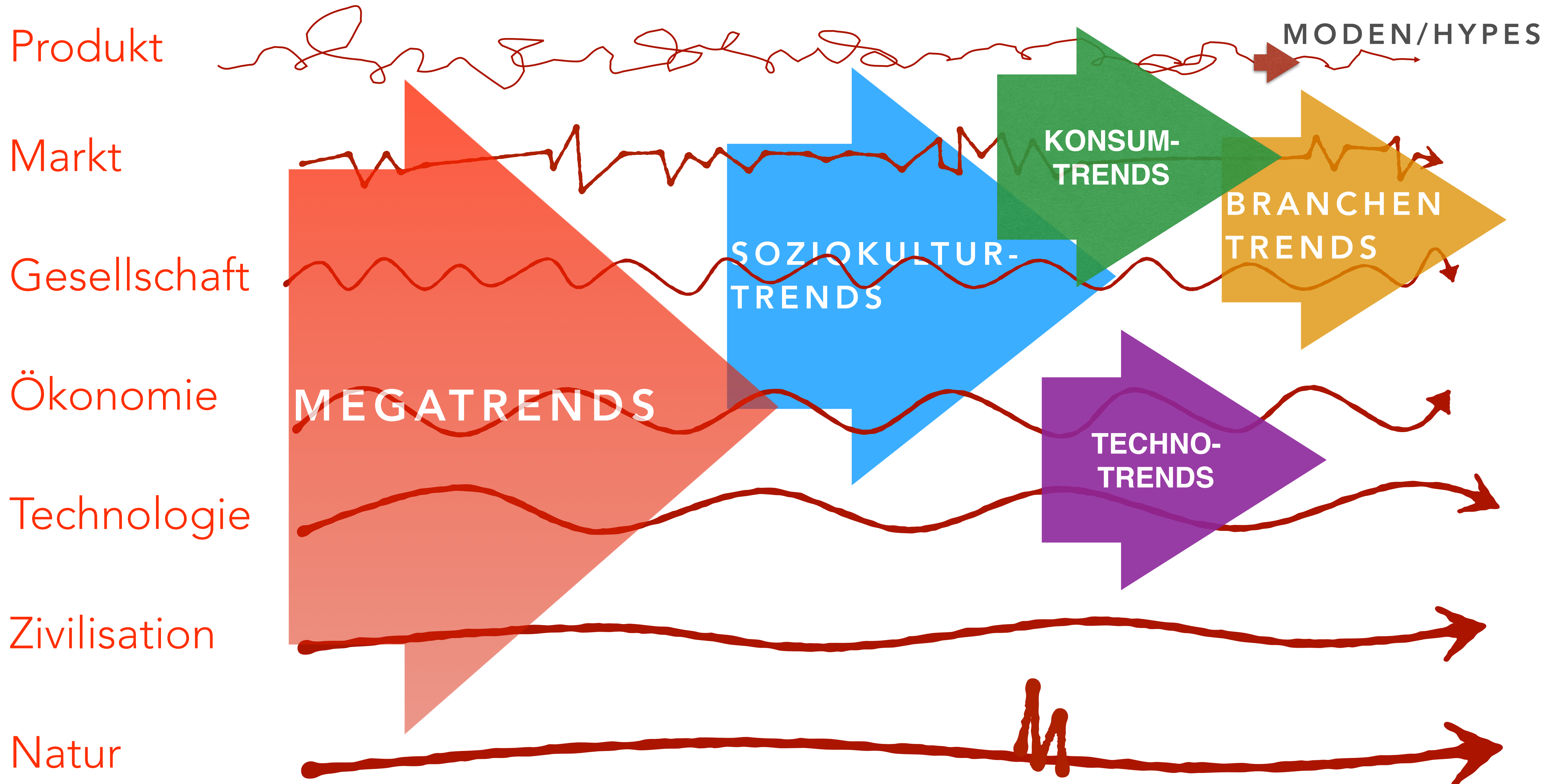


:Tristan Horx

t.horx@zukunftsinstitut.at



DIE MACHT DER MEGATRENDS



MEGATRENDS SIND REVOLUTIONEN IN
ZEITLUPE

50+ JAHRE LAUFZEIT

UBIQUITÄR

GLOBAL

MEGATRENDS SIND REVOLUTIONEN IN
ZEITLUPE

DIE CORONA-KRISE HAT DIE MEGATRENDS
BESCHLEUNIGT & GESPALTEN - ABER KEINE
NEUEN GESCHAFFEN

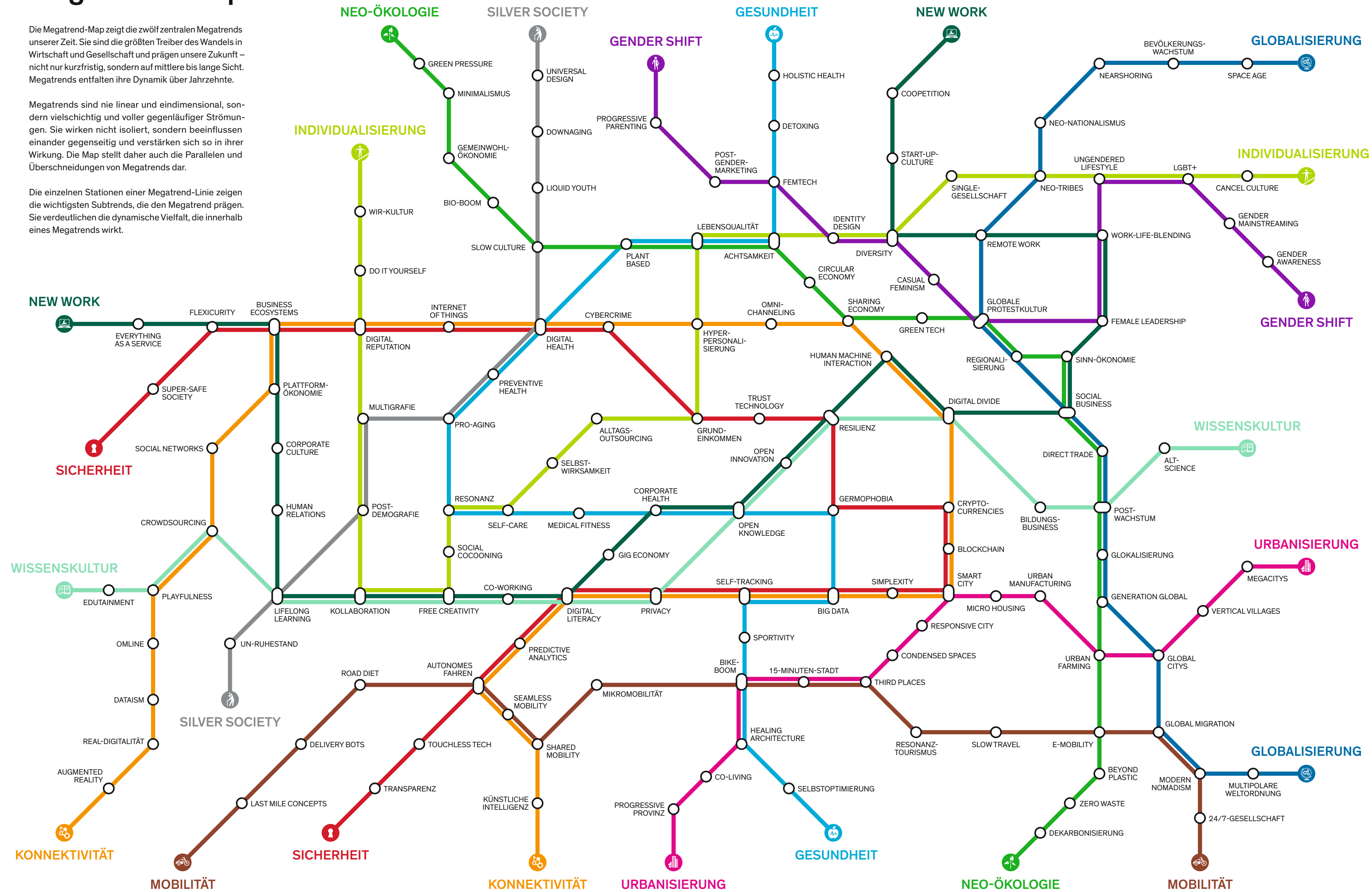
DER UKRAINE KRIEG HAT DEM MEGATREND
SICHERHEIT EINEN TURBO GEgeben

Megatrend-Map

Die Megatrend-Map zeigt die zwölf zentralen Megatrends unserer Zeit. Sie sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft – nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends entfalten ihre Dynamik über Jahrzehnte.

Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielschichtig und voller gegenläufiger Strömungen. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen einander gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung. Die Map stellt daher auch die Parallelen und Überschneidungen von Megatrends dar.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie zeigen die wichtigsten Subtrends, die den Megatrend prägen. Sie verdeutlichen die dynamische Vielfalt, die innerhalb eines Megatrends wirkt.



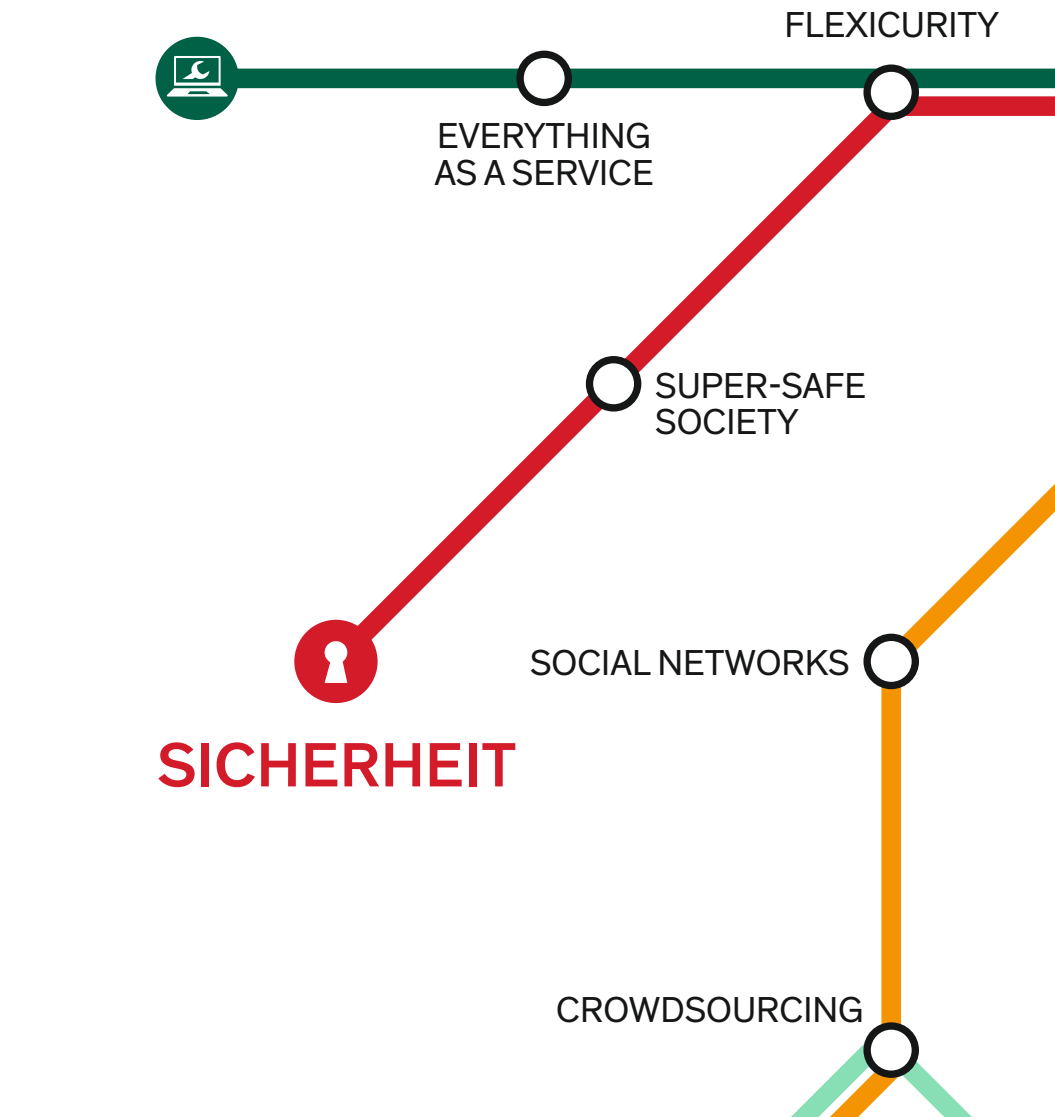
Megatrend-Map

Die Megatrend-Map zeigt die zwölf zentralen Megatrends unserer Zeit. Sie sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft – nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends entfalten ihre Dynamik über Jahrzehnte.

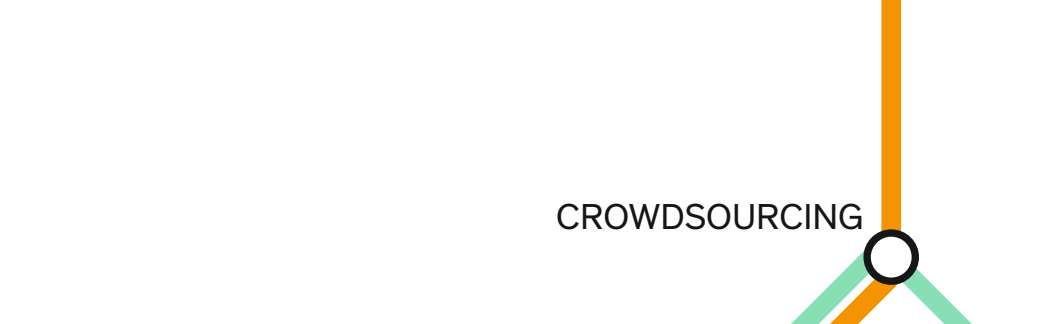
Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielschichtig und voller gegenläufiger Strömungen. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen einander gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung. Die Map stellt daher auch die Parallelen und Überschneidungen von Megatrends dar.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie zeigen die wichtigsten Subtrends, die den Megatrend prägen. Sie verdeutlichen die dynamische Vielfalt, die innerhalb eines Megatrends wirkt.

NEW WORK



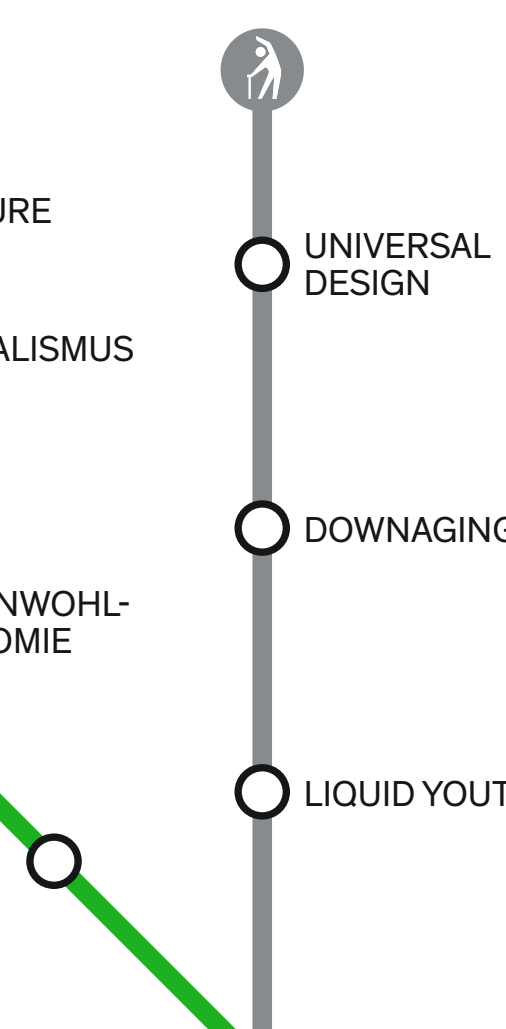
SICHERHEIT



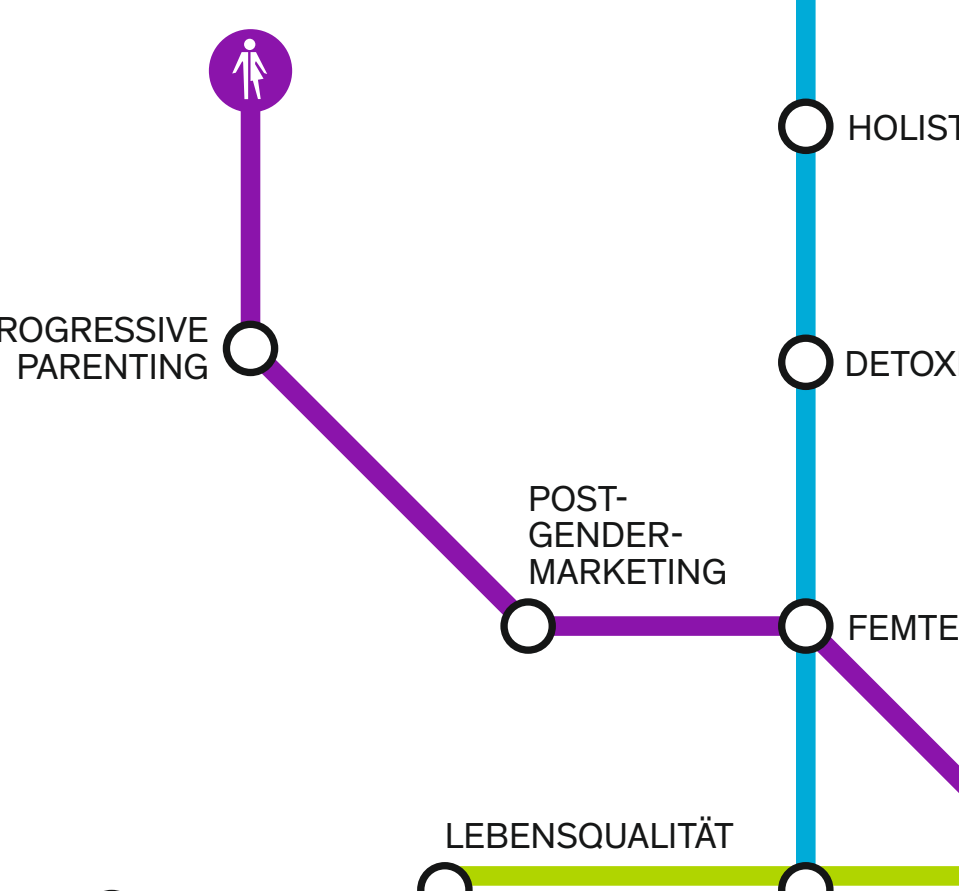
NEO-ÖKOLOGIE



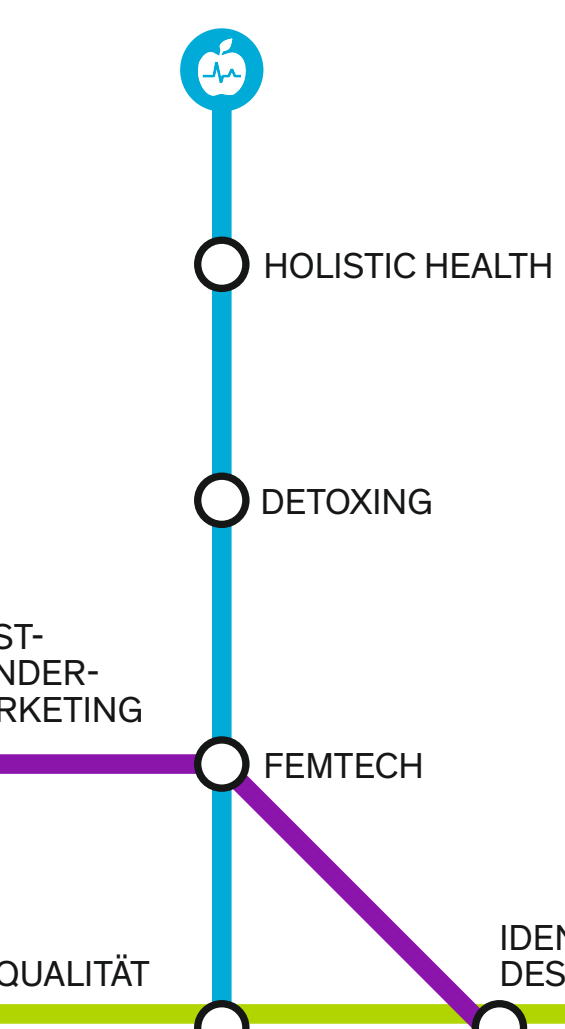
SILVER SOCIETY



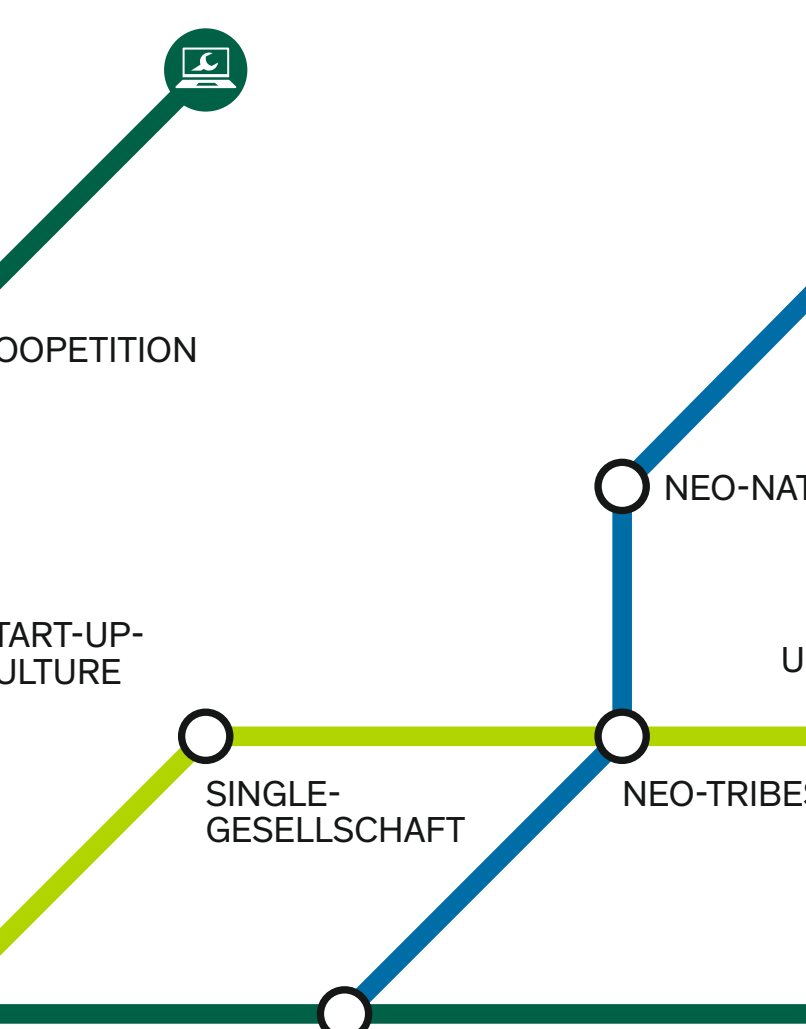
GENDER SHIFT



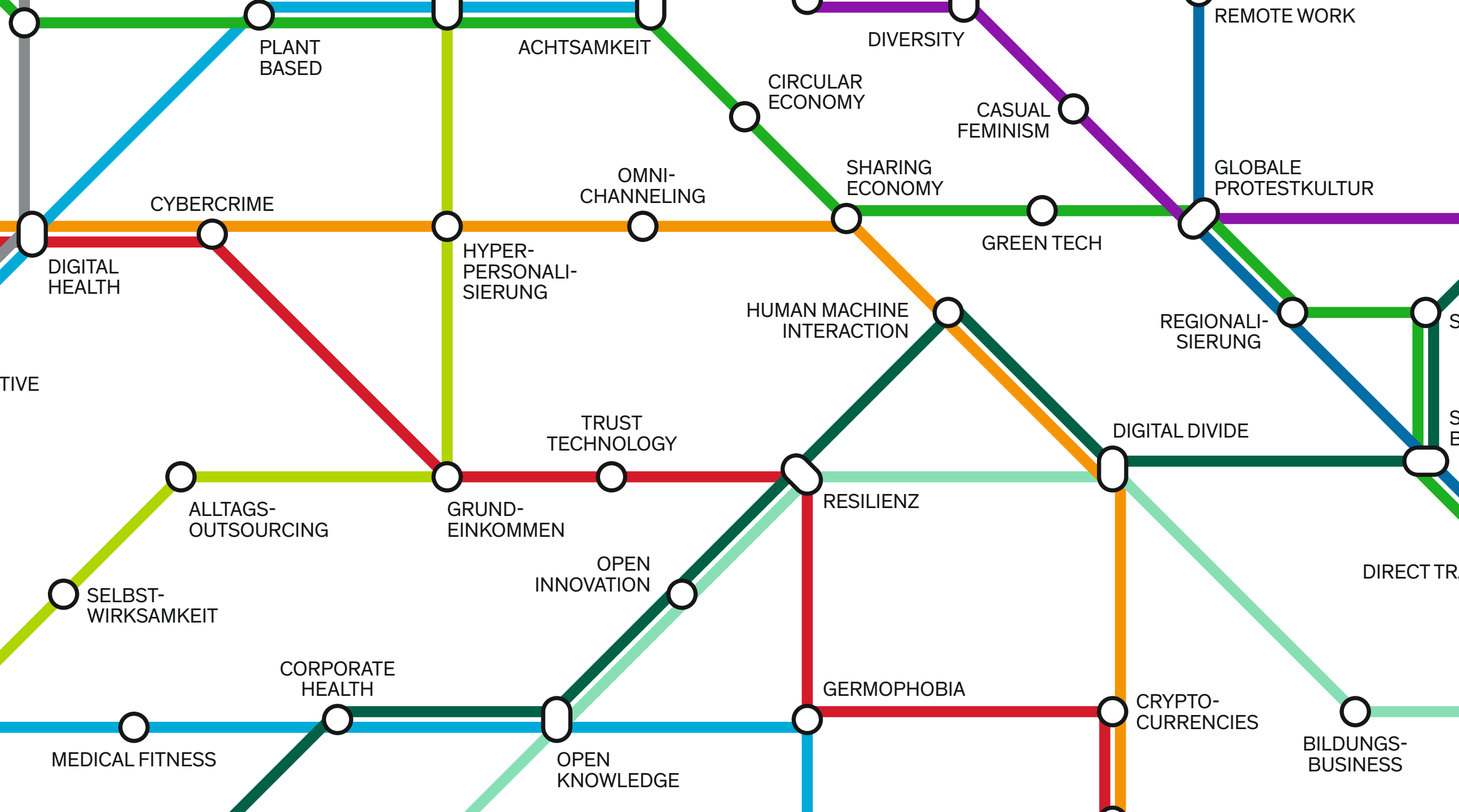
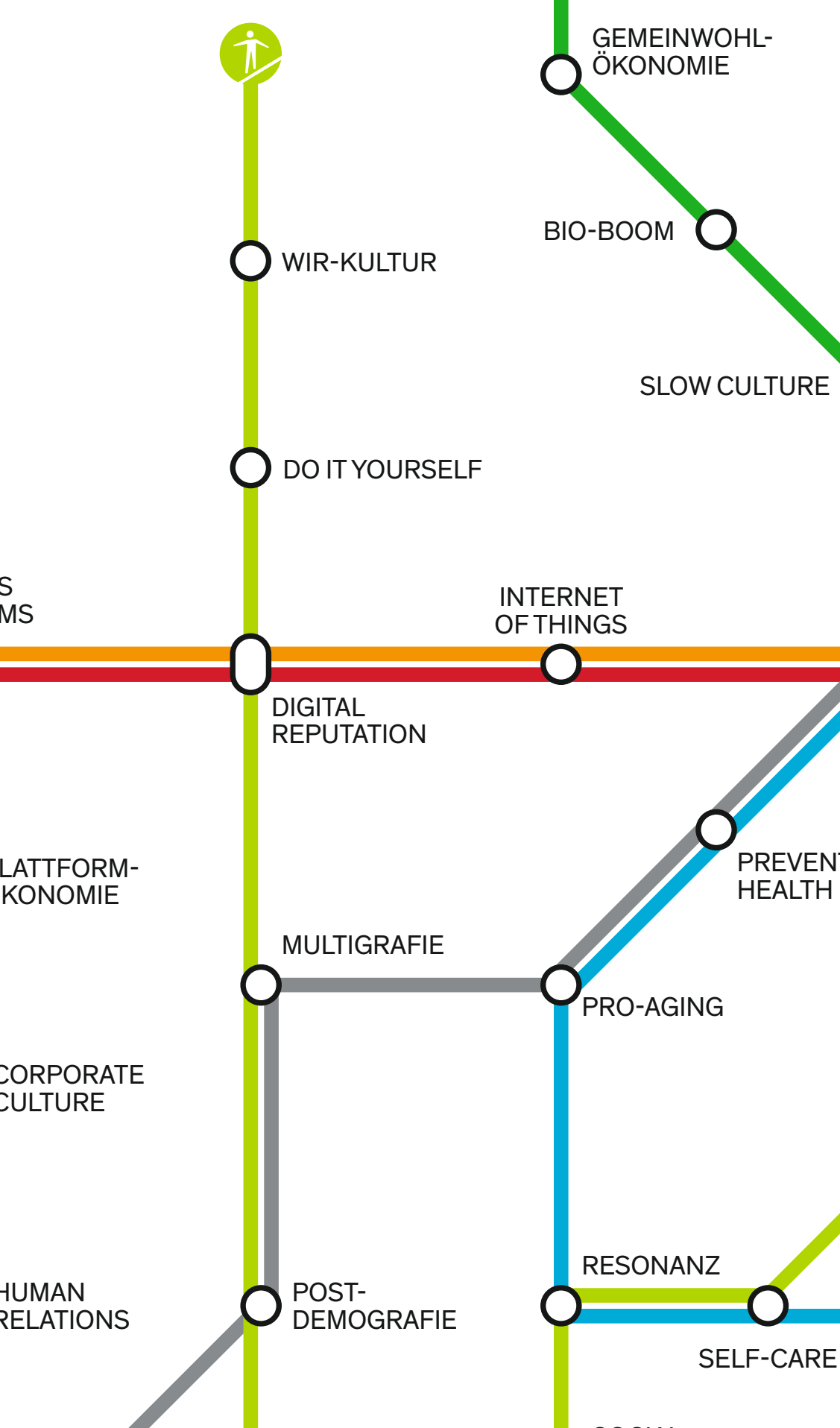
GESUNDHEIT



NEW WORK

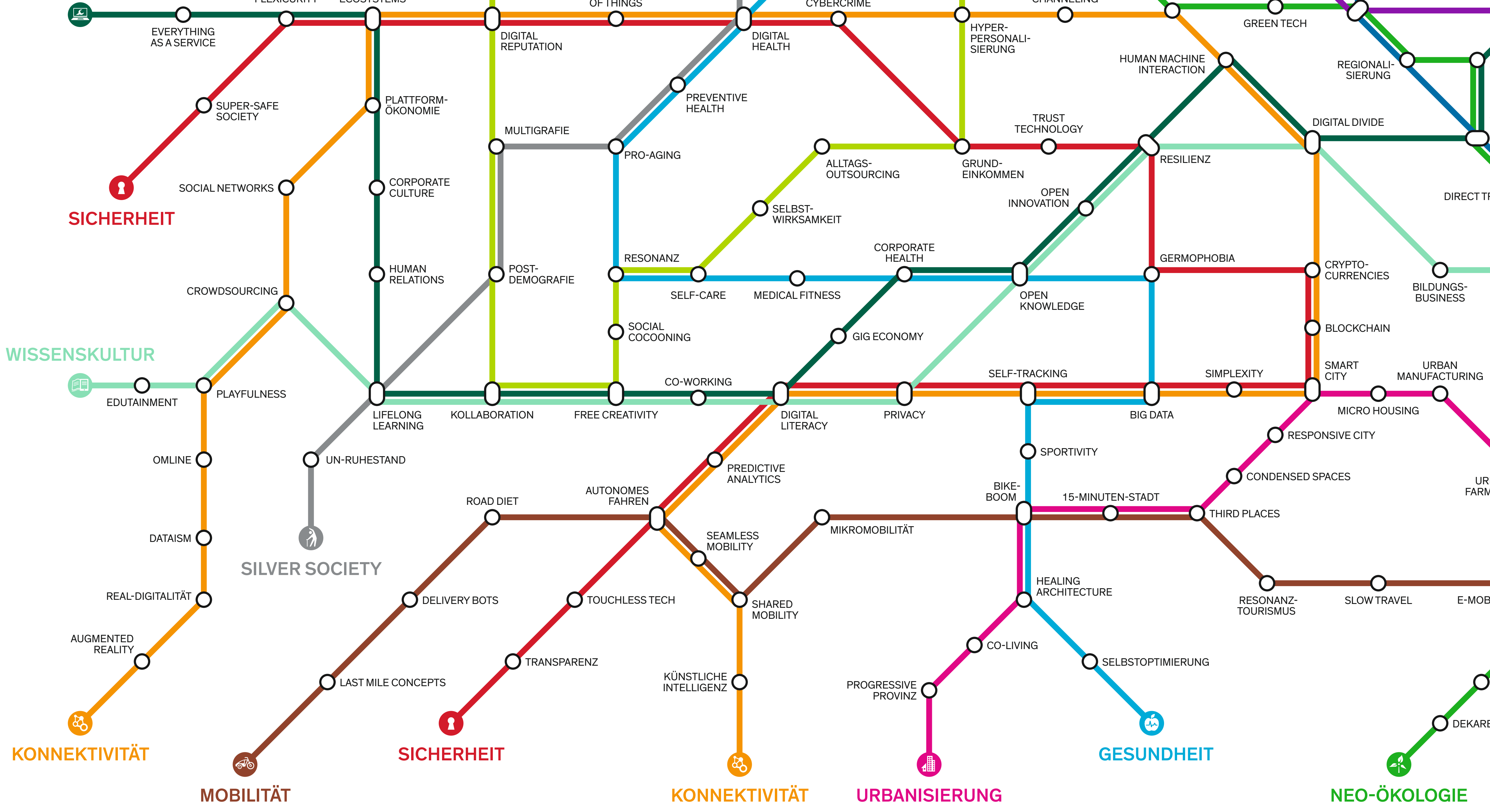


INDIVIDUALISIERUNG



zukunftsInstitut







DIE MEGATRENDS



INDIVIDUALISIERUNG



GENDER SHIFT



SILVER SOCIETY



WISSENSKULTUR



NEW WORK



GESUNDHEIT



NEO-ÖKOLOGIE



KONNEKTIVITÄT



GLOBALISIERUNG



URBANISIERUNG



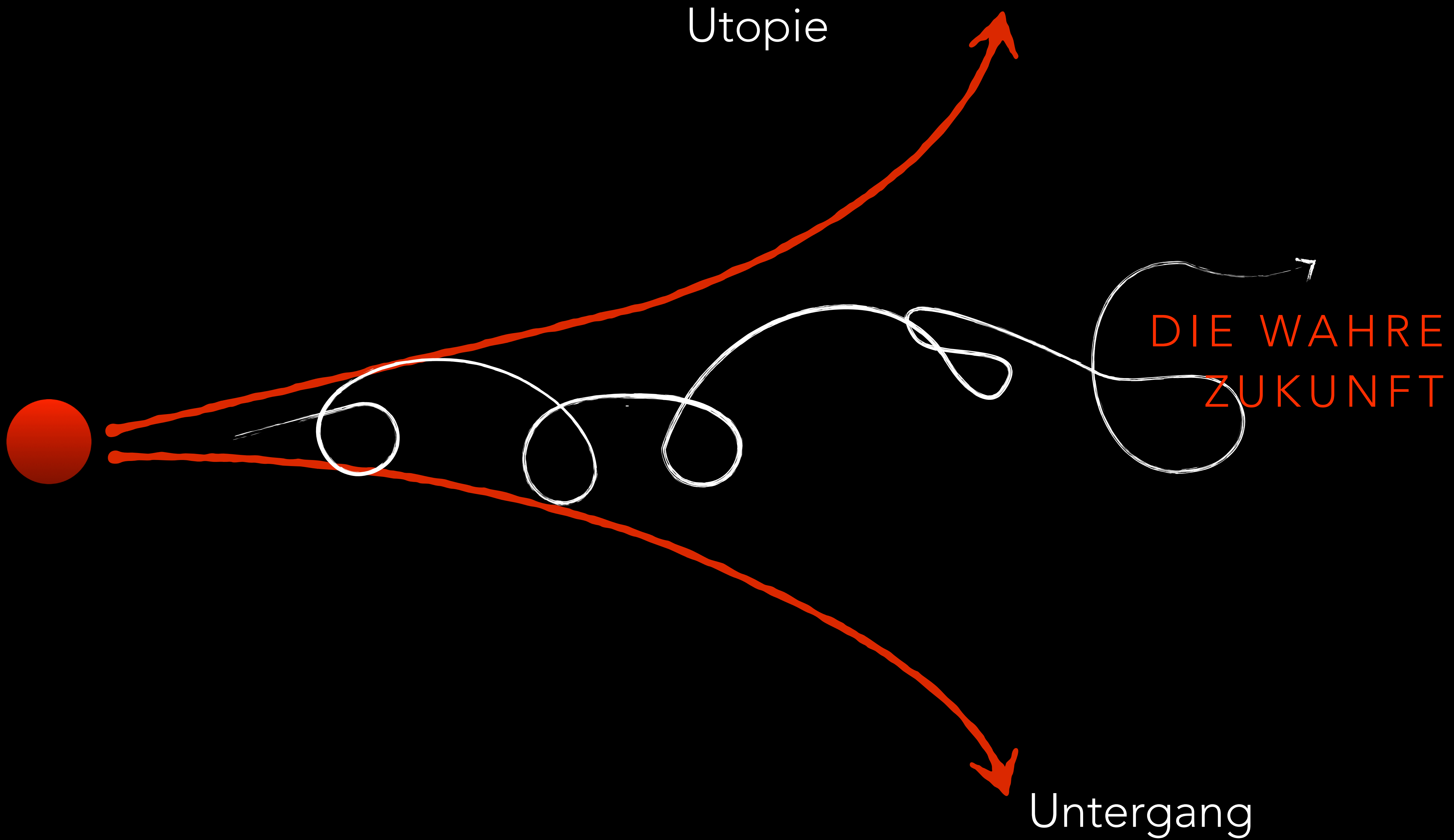
MOBILITÄT



SICHERHEIT



DER LINEARE
ZUKUNFTSFEHLER



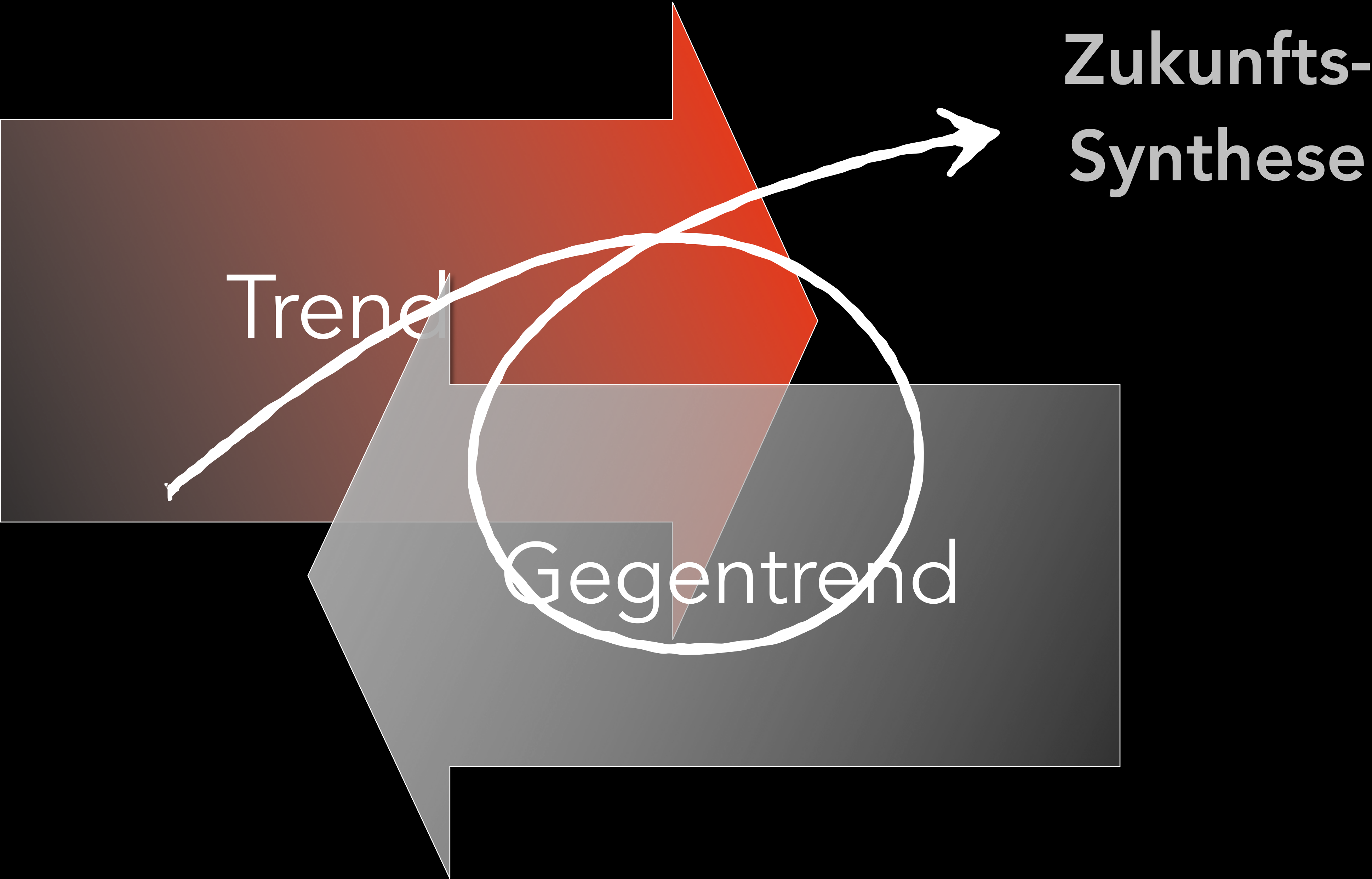
Utopie

Untergang

DIE WAHRE
ZUKUNFT



DIE REKURSION



Trend

Gegentrend

Zukunfts-
Synthese

das **vegan** magazin

april/
mai
2013

veganmagazin.de



veganer dürfen alles, wollen es aber nicht.



Bestandteil € 4,90
Jahresheft € 15,00
Schwarz € 1,50
Sonstige € 1,50

www.beef.de
BEEF!

FÜR MÄNNER MIT GESCHMACK

9,80 € ■ 3/2011
Kochverlag
Königsplatz 11
D-10119 Berlin

ROHE GEWALT

Spektakuläre Gerichte mit Kalb, Makrele, Auster, Elch – und alles roh

BRAUNER BÄR RELOADED

Hier sind die Eissorten Ihrer Kindheit zum Selbermachen

7 LUXUS-BURGER

So viel Liebe haben Sie noch nie in ein Brötchen gesteckt

AB INS KÖRBCHEIN!

Pilze suchen, finden, genießen, überleben

Kathedrale der Köstlichkeit:
Porterhouse-Steak

DIE ULTIMATIVE STEAK-SCHULE

Porterhouse oder Rib-Eye? Grill oder Pfanne? Vorher salzen oder nachher? So werden Sie zum Steak-Meister!

BLING-BLING

Wie ein Rapper den Markt für Champagner aufmischt. S. 84





**EAT
THIS,
GRETA!**

**Plant
WHO**
100% Nat

FLEXITARISMUS

40 %

Coopetition

Freemium

Prosumer

Glocalisation

FRENEmies

Flexicurity

OMline

RealDigital

Downaging

7,4 JAHRE PRO GENERATION

Downaging

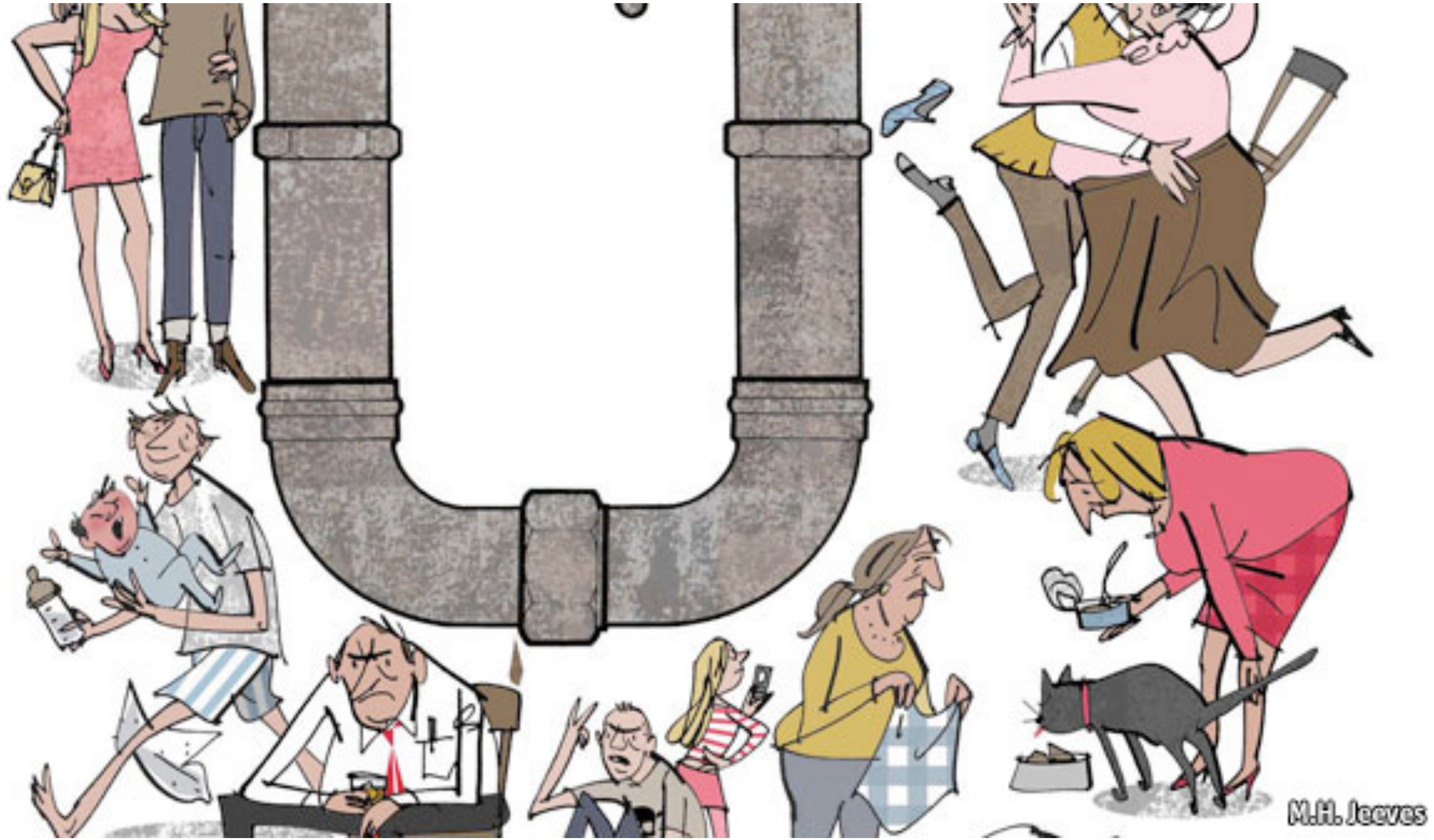


A photograph of two elderly individuals, a woman and a man, engaged in cross-country skiing on a snowy slope. The woman, on the left, has short white hair and is wearing a purple and green jacket with yellow and pink accents, purple pants, and white sunglasses. The man, on the right, has short grey hair and is wearing a teal jacket and pants, and dark sunglasses. Both are holding ski poles and are captured in a dynamic pose as they ski. The background shows a vast, snow-covered landscape with some trees in the distance under a clear sky. The text 'SILVER SOCIETY' is overlaid in a large, bold, black, italicized font across the center of the image.

SILVER SOCIETY

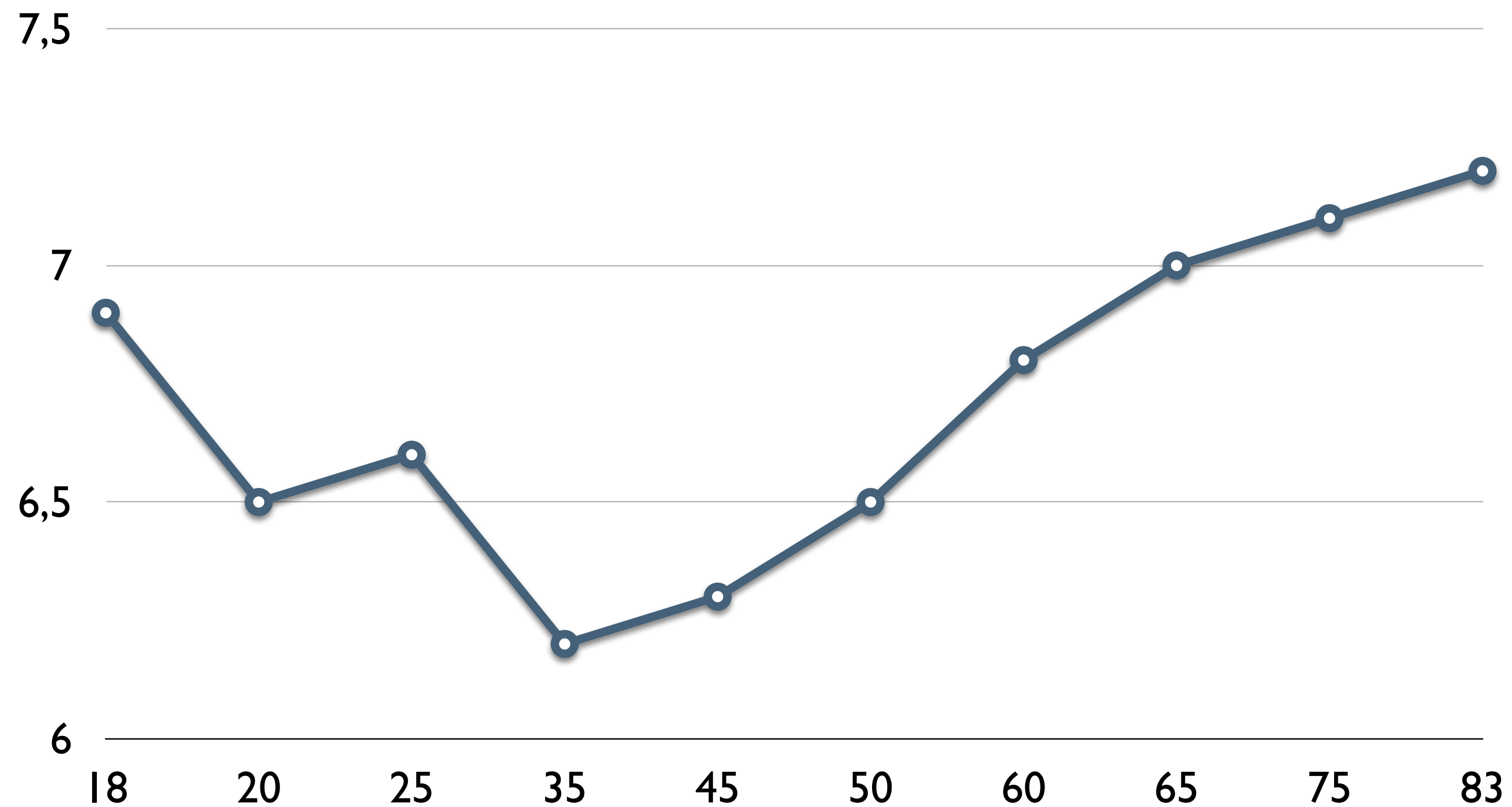
Das U des Lebens

Ältere sind glücklicher als „Mittlere“

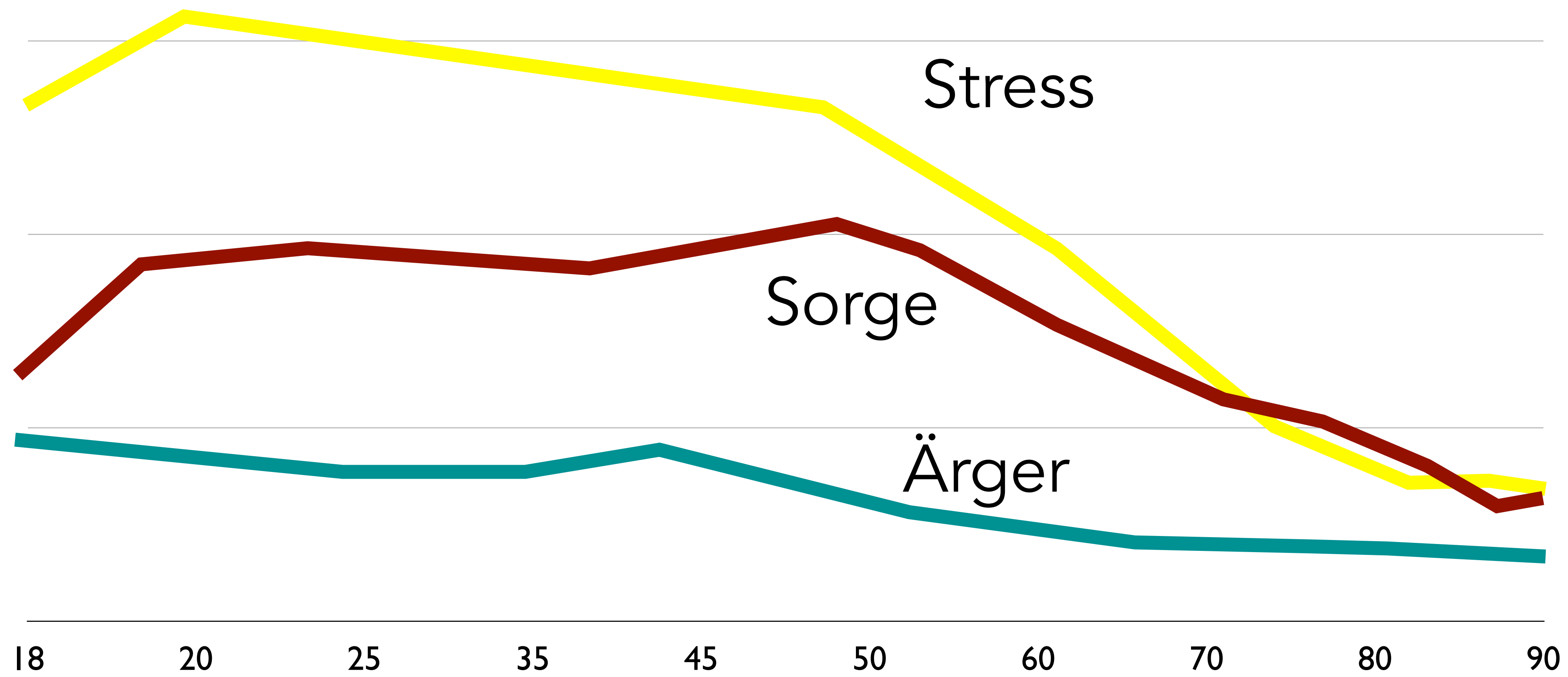


M.H. Jeeves

○ Selbst-Definiertes Wohlergehen (Wellbeing) 1-10



PNAS Paper: „A snapshot of the age distribution of psychological well-being, US“, Arthur Stone, The Economist Dez. 2010



Gallup

DIE MACHT DER GENERATIONEN

BABY BOOMERS

1945-1960

GENERATION

1961-1980



GENERATION

1981-1995

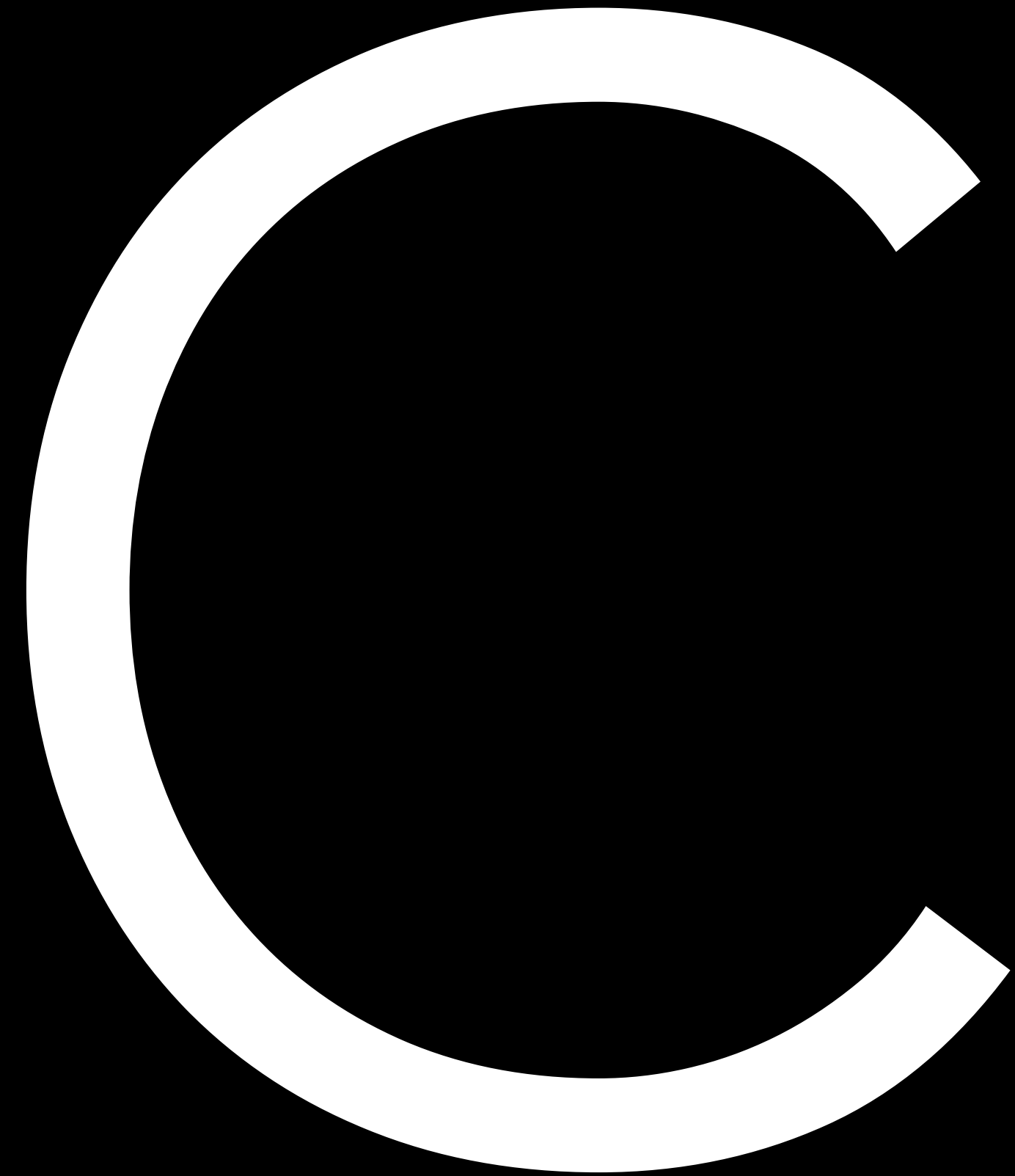


GENERATION

1995 - 2020

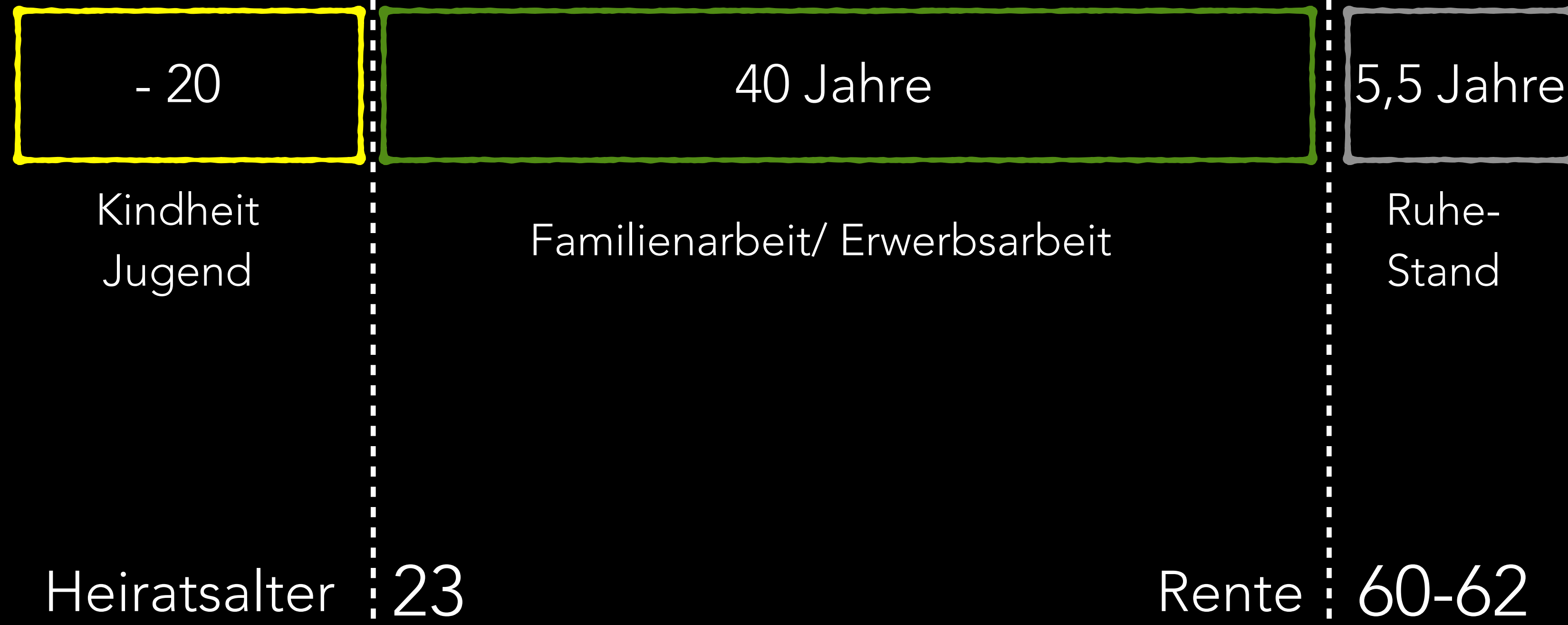


GENERATION

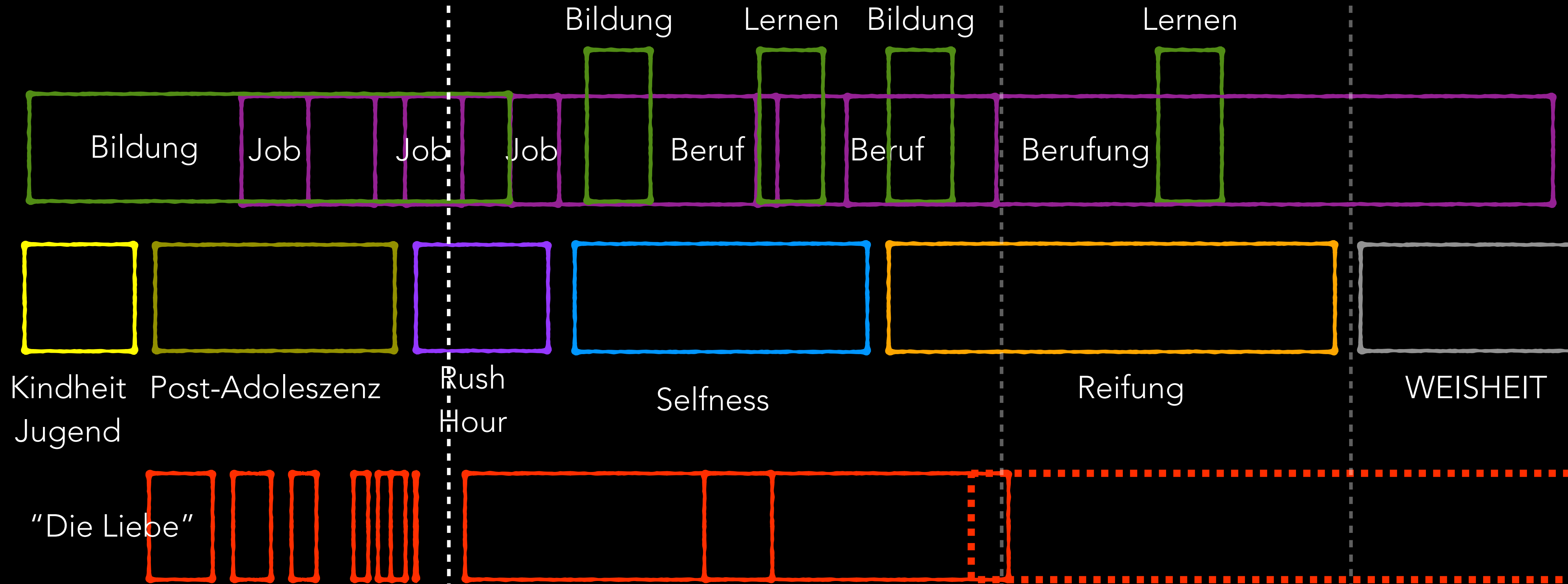


2020 - 2040

Industrielles Lebens-Modell 1960

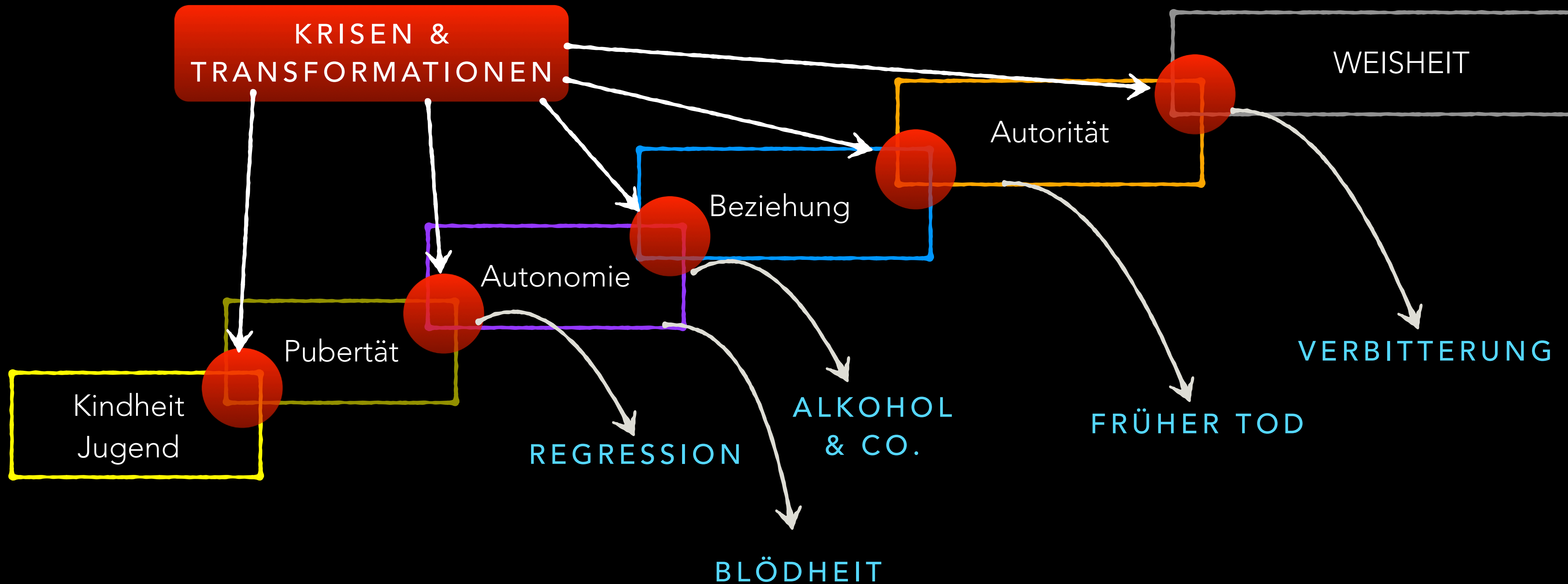


Das Sechs-Phasen-Modell

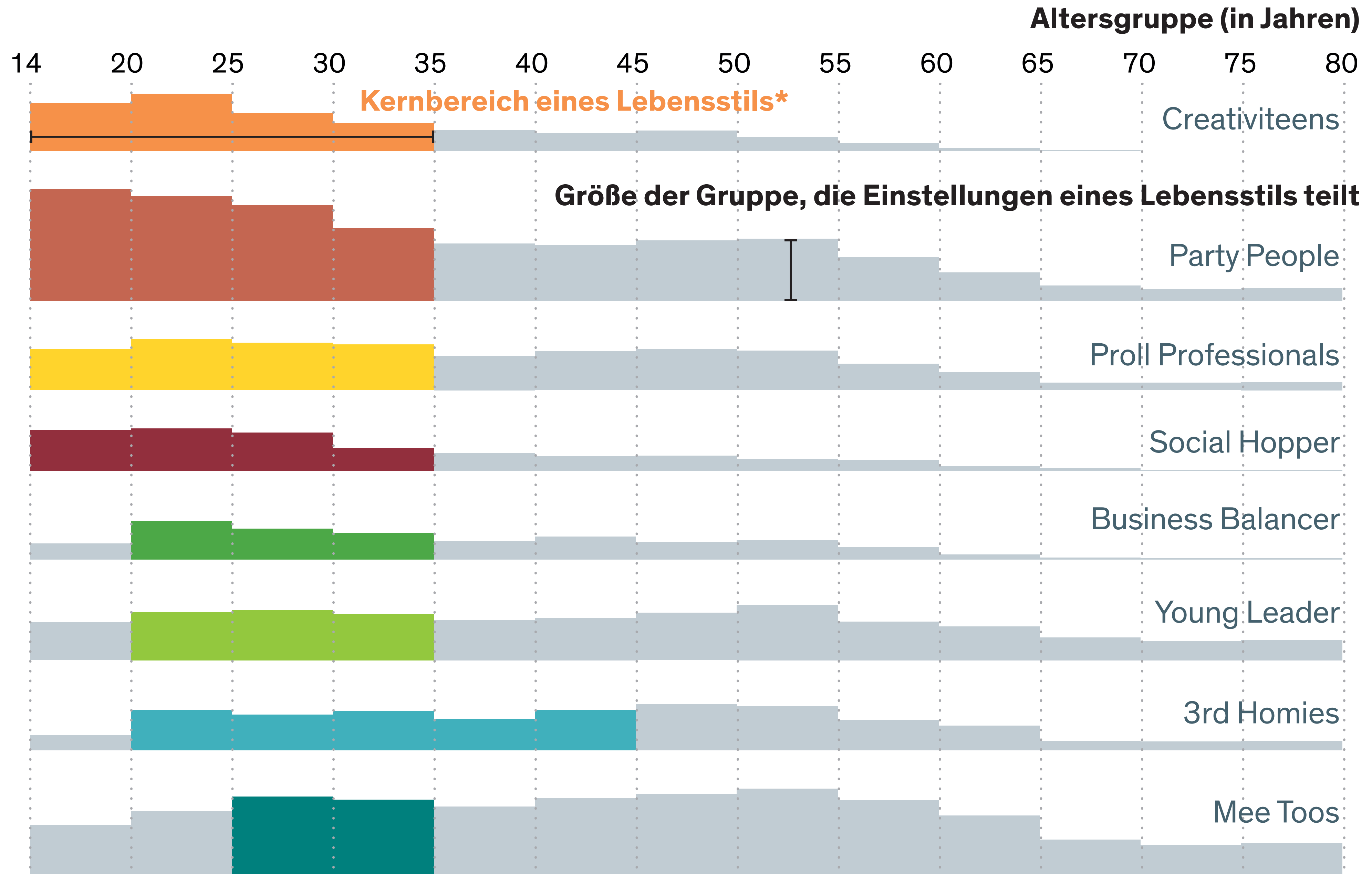


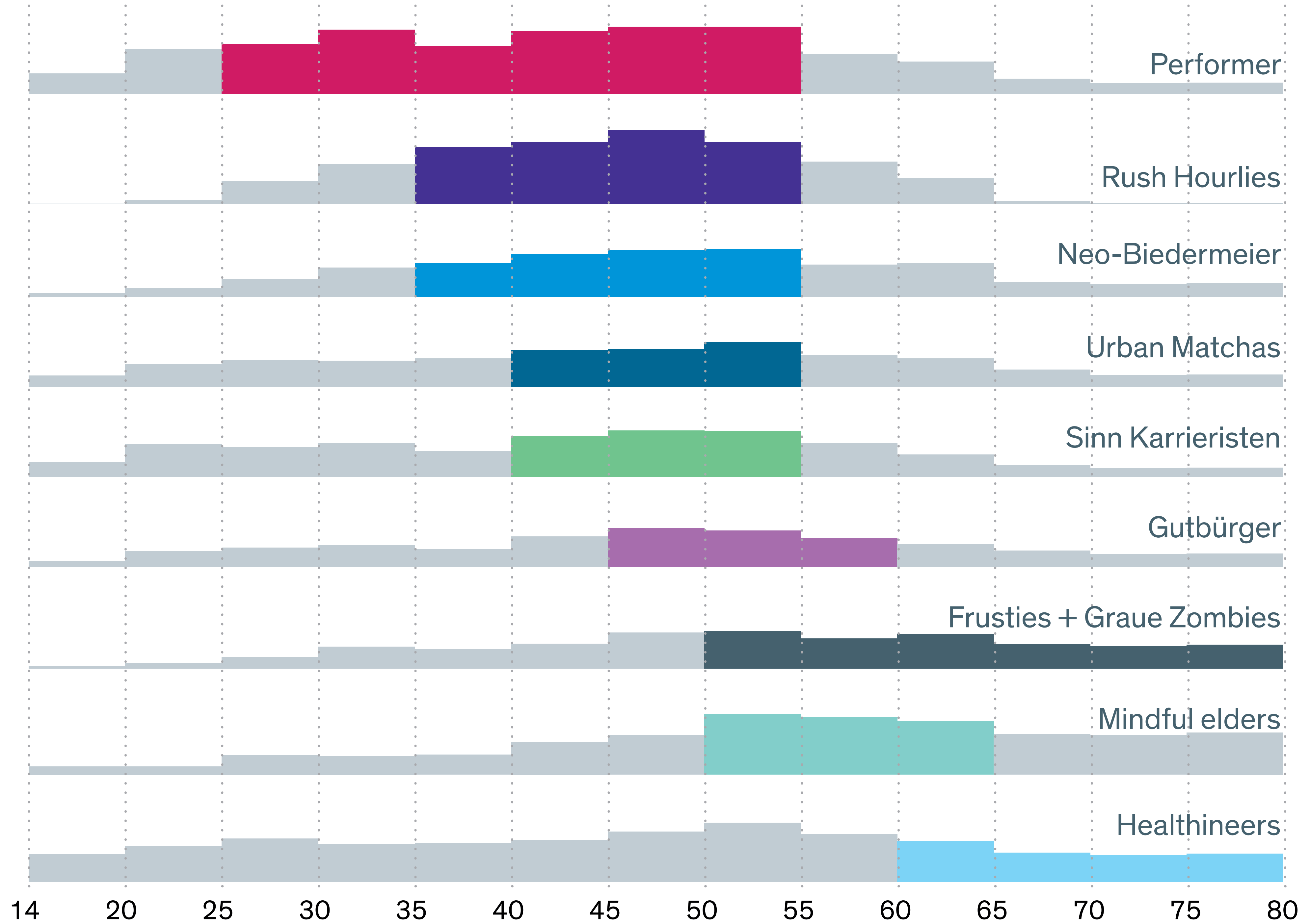
Die Treppe des Lebens

Entwicklungsphasen nach Robert Kegan

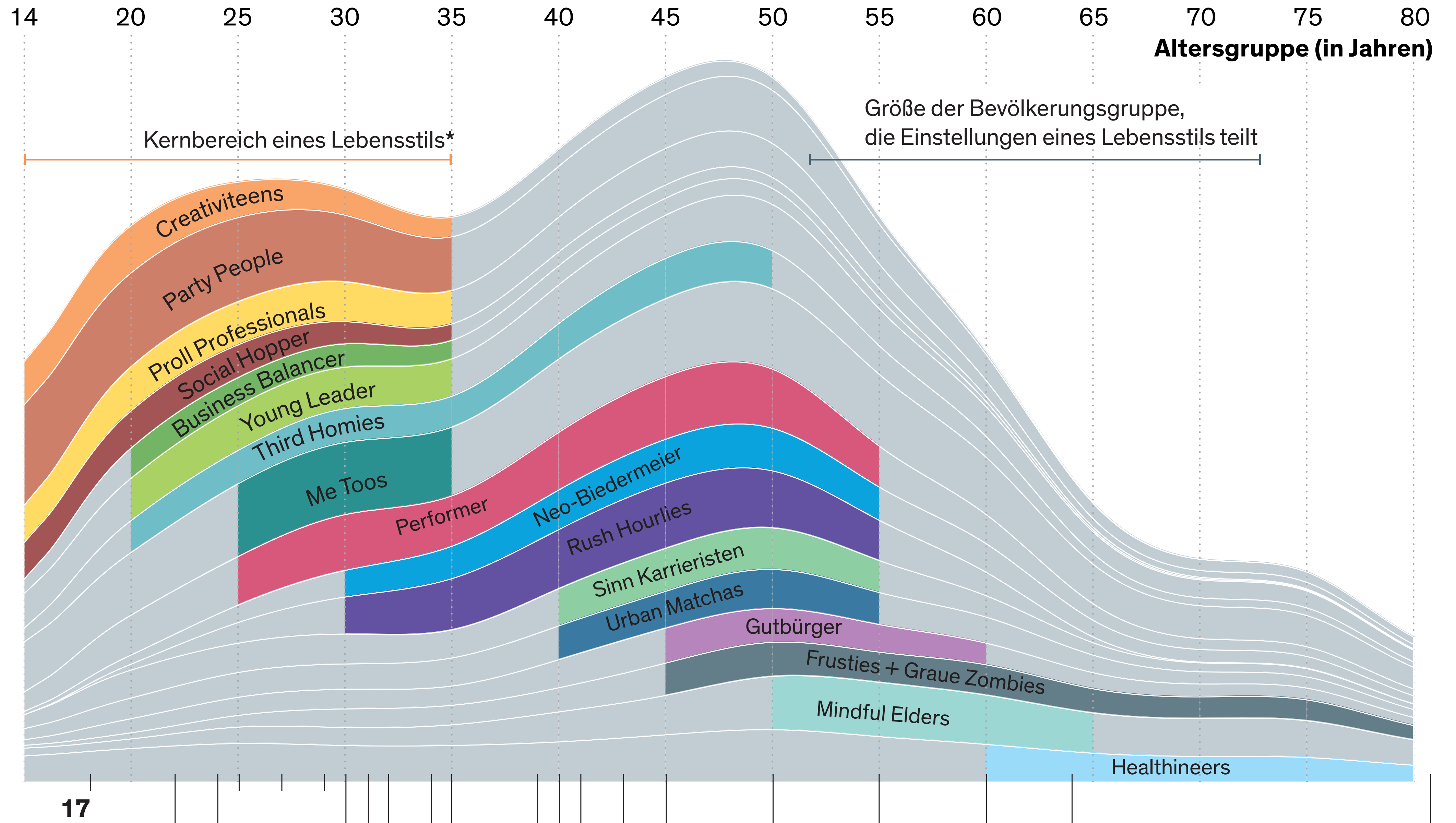


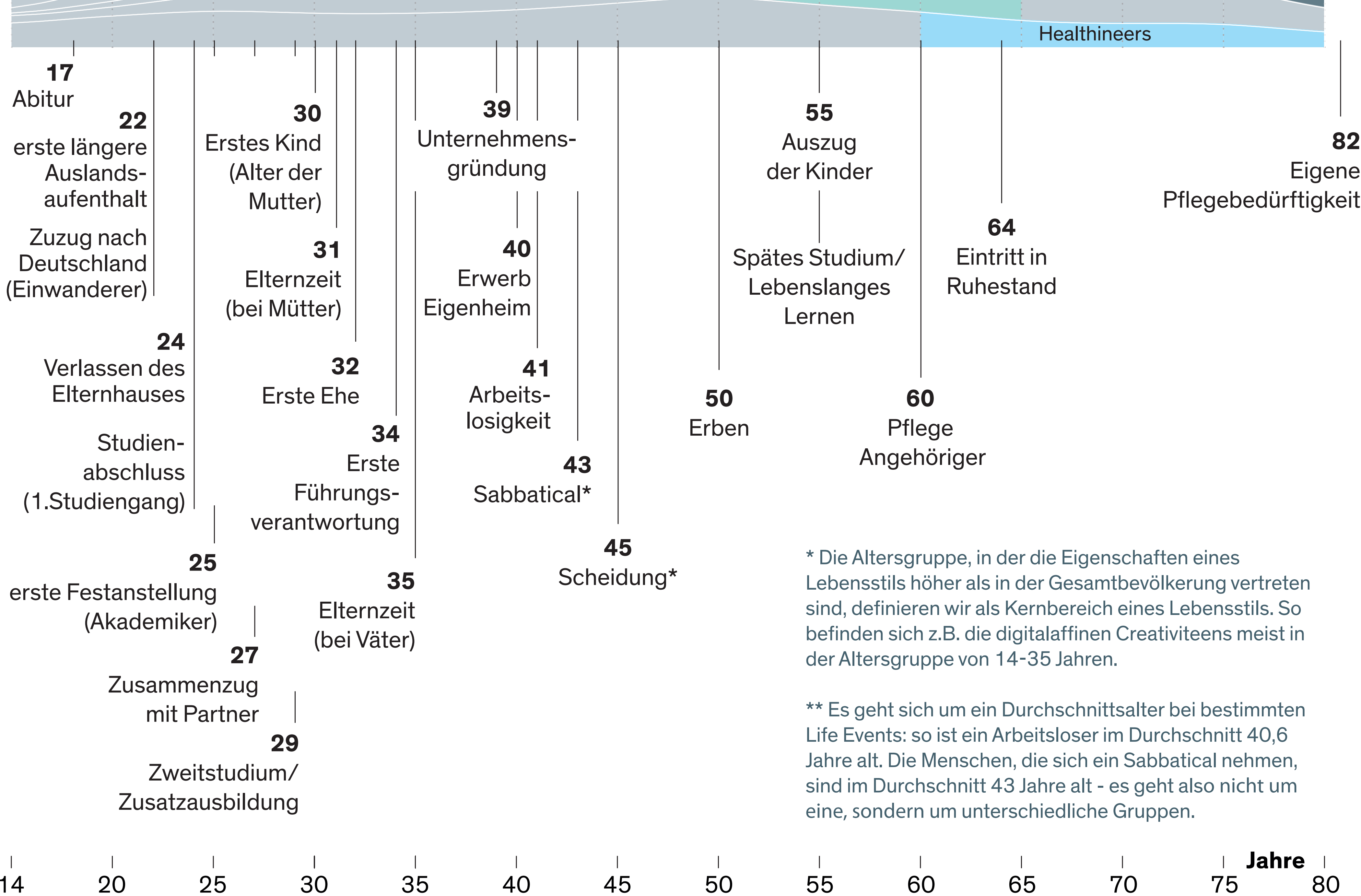
Übersicht der Lebensstile





Lebensstile und Lebensereignisse





* Die Altersgruppe, in der die Eigenschaften eines Lebensstils höher als in der Gesamtbevölkerung vertreten sind, definieren wir als Kernbereich eines Lebensstils. So befinden sich z.B. die digitalaffinen Creativiteens meist in der Altersgruppe von 14-35 Jahren.

** Es geht sich um ein Durchschnittsalter bei bestimmten Life Events: so ist ein Arbeitsloser im Durchschnitt 40,6 Jahre alt. Die Menschen, die sich ein Sabbatical nehmen, sind im Durchschnitt 43 Jahre alt - es geht also nicht um eine, sondern um unterschiedliche Gruppen.

Healthineers

Jahre



DIGITAL CREATIVE

Der Digital Creative ist in der real-digitalen Welt zuhause. Digitale Technologien sind sein Zugang zur Welt, und mit seinem proaktiven Umgang damit prägt er die Gesellschaft von morgen.



MULTI PERFORMER

Menschen wie der Multi Performer sind zielstrebige Karrieristen, die mit Leistung argumentieren und technische Mittel zur Optimierung von Beruf und Alltag nutzen.



PARTY HOPPER

Der Party Hopper ist ein radikaler Hedonist, dem das Wichtigste ist, seine eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. Auf Verbindlichkeiten gibt er nichts – egal, ob es um Menschen oder um Regeln geht.



PROLL PROFESSIONAL

Der Proll Professional ist Individualist und Einzelkämpfer. Diese Menschen wollen finanziell unabhängig sein und legen hohen Wert auf gesellschaftliches Ansehen. Leistung, Luxus und Lebenslust stehen für sie im Fokus.



GOLDEN MENTOR

Der Golden Mentor versteht es, sich sein Leben lang weiterzubilden und aus seinen Erfahrungen eine Lebensweisheit zu entwickeln, die er auch im höheren Alter produktiv in die Wirtschaft einbringt.



NERVÖSBÜRGER

Der Nervösbürger führt ein einfaches und sparsames Leben, in dem das Streben nach Sicherheit und Bewahrung oberste Priorität hat.

Megatrend

Individualisierung



KONSISTENTE GENERATIONEN
WERDEN NUR DURCH EPOCHALE
EREIGNISSE KONSTITUIERT (Z.B.
KRIEGE, ARMUT,
GROSSKATASTROPHE)

MEGATRENDS INDIVIDUALISIERUNG
(DIFFERENZIERUNG) DER
GESELLSCHAFT MACHEN INNERHALB
VON ALTERSKOHORTEN HÖHERE
UNTERSCHIEDE.

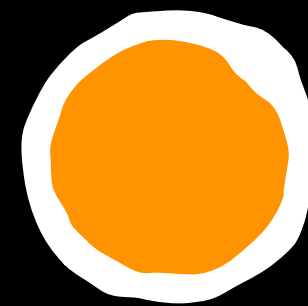
DIVERSITY

HETEROGENE SYSTEME SIND
RESILIENT

PRODUKTIVE DIFFERENZ IST DER
SCHLÜSSEL ZUR INNOVATION

“ *Früher wurden Menschen in
Gemeinschaften geboren
und mussten ihre
Individualität finden.
Heute werden Menschen
als Individuen geboren und
müssen ihre Gemeinschaft
finden.*

**Die Agentur
k-hole**



Digitalisierung

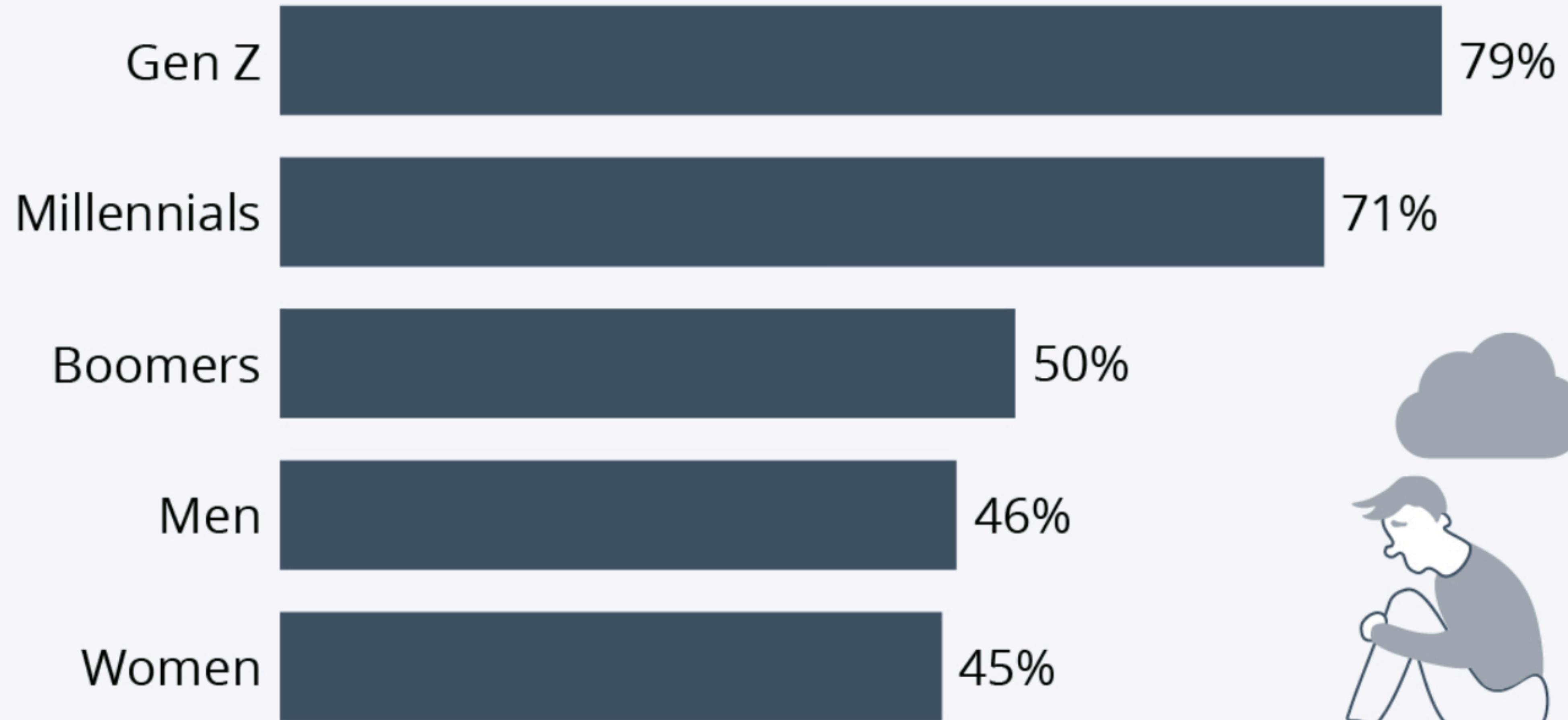
Willkommen im Postdigitalen Zeitalter

Die Gesellschaft nach der Krise wird die digitalen Vorteile der Krise nicht missen wollen. Es benötigt eine gute Balance zwischen Real & Digital. Man spricht nicht mehr von der “Digitalisierung”, weil sie selbstverständlich geworden ist.

A person is seen from behind, standing on a moving walkway in a futuristic, blue-lit tunnel. The tunnel features large, circular, glowing structures that create a sense of depth and perspective. The overall atmosphere is one of isolation and digital connectivity.

DIGITALE EINSAMKEIT

EINSAMKEIT & ALTER



n=10,441 adults

Survey was conducted during the summer of 2019

Source: Ipsos Polling for Cigna U.S. Loneliness Index

Civitacampomarano, Italy

400 Einwohner

80% sind 60+



31







Carabinieri



facebook







weTransfer

POSTE





**Das Netz löst Verbindungsfragen.
Aber keine Beziehungsfragen.**



ALLES IST VERBUNDEN

Bereits im Jahr 2008 gab es rund um den Globus mehr **Dinge**, die mit dem Internet verbunden waren als **Menschen**.



2003



2010



2015



2020 sind es ca. 50
Milliarden **Dinge**

Diese **Dinge** sind nicht nur Smartphones und Tablets, sie sind alles.

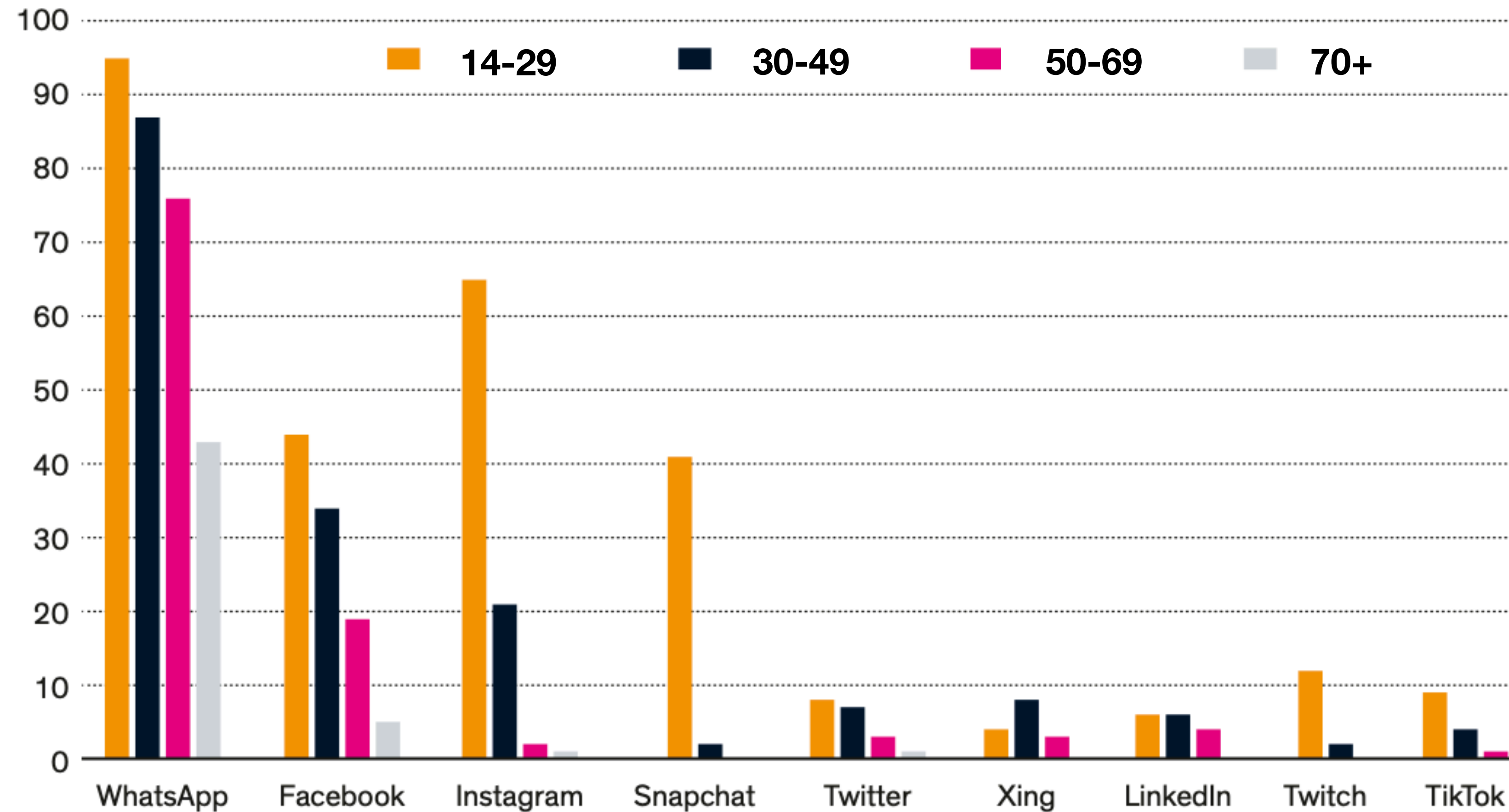
OMNI-KONTAKT UND VERNETZUNG ZU KUNDEN WIRD IMMER WICHTIGER



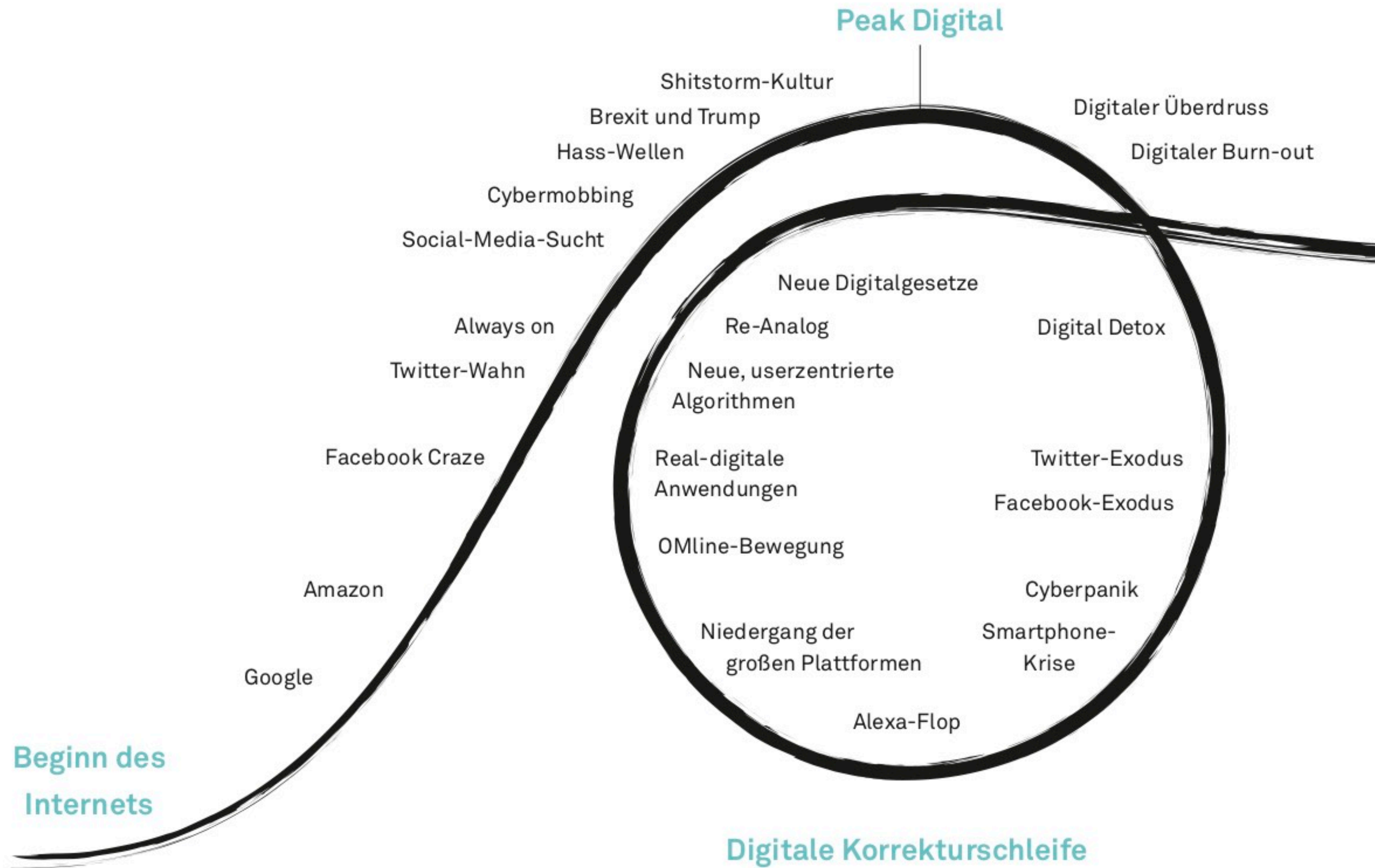
VORSICHT: BULLSHIT FILTER

WHATSAPP FUNKTIONIERT ALTERSÜBERGREIFEND

Anteil der mindestens wöchentlich aktiven Nutzer von Social-Media-Plattformen und WhatsApp in Deutschland, nach Altersgruppen (in Prozent)



Der wahre Digital Hype Cycle



WO & WANN KÜNSTLICHE INTELLIGENZ?

The image features a central robot with a glowing, circular head, surrounded by a complex array of mathematical and scientific information. The background is filled with various formulas and diagrams:

- Mathematics:**
 - Algebra: $ab+ac = a(b+c)$, $\frac{a}{\frac{b}{c}} = \frac{ab}{c}$, $\frac{\frac{a}{b}}{c} = \frac{a}{bc}$, $\frac{a}{\frac{b}{c}} = \frac{ac}{b}$, $\frac{\frac{a}{b}}{\frac{c}{d}} = \frac{ad+bc}{bd}$
 - Calculus: $f(x) \leq 5$, $X^2 - 4X + 5 \leq 5$, $X^2 - 4X \leq 0$
 - Geometry: $\sin B = \frac{4\sqrt{3}}{x}$, $\sin 60^\circ = \frac{4\sqrt{3}}{x}$, $f = \frac{R}{2}$
 - Statistics: $\bar{x}_1 = \frac{1+3+3+6+8+9}{6} = 5$, $\bar{x}_2 = \frac{2+4+4+8+12}{5} = 30$, $\bar{x}_3 = \frac{4+7+1+6}{3} = 18$
 - Logarithms: $\log_b b^x = x$, $\log_a x = \frac{\log_b x}{\log_b a}$, $\log_b(x^r) = r \log_b x$, $\log_b(xy) = \log_b x + \log_b y$, $\log_b\left(\frac{x}{y}\right) = \log_b x - \log_b y$
 - Probability: $n(B \cap C) = 22$, $n(B) = 68$, $n(C) = 84$, $n(B \cup C) = n(B) + n(C) - n(B \cap C)$
 - Sequences: $a_n = \frac{1}{2^{n-1}} = \frac{1}{2^9}$
 - Algebraic Identities: $a^2 + b^2 = c^2$, $a = \sqrt{c^2 - b^2}$, $x^2 - a^2 = (x+a)(x-a)$, $x^2 + 2ax + a^2 = (x+a)^2$, $x^2 - 2ax + a^2 = (x-a)^2$
- Chemistry:**
 - $C_2H_2Cl_2 + Ca(OH)_2 \rightarrow C_2HCl_3 + CaCl_2 + H_2O$
 - $Zn_3Sb_2 + 6H_2O \rightarrow 3Zn(OH)_2 + 2SbH_3$
 - $H_2Cl_2 + Ca(OH)_2 \rightarrow 2C_2HCl_3 + CaCl_2 + 2H_2O$
 - $2H_2O \rightarrow 2H_2 + O_2$
 - $N_2 + 3H_2 \rightleftharpoons 2NH_3$
 - $H_2 + I_2 \rightleftharpoons 2HI$
 - $O_2 \rightleftharpoons 2SO_2$
 - $C_2O + CO_2$
- Physics/Geometry:**
 - Diagrams of vectors \vec{v}_1 and \vec{v}_2 with angles θ_1 and θ_2 .
 - Diagrams of a cube with dimensions 20, 6, and y.
 - Diagrams of a cylinder with dimensions $2\pi rh$, $2\pi r(r+h)$, and $\pi r^2 h$.
 - Diagrams of a triangle with vertices A, B, and C.
 - Diagrams of a hexagonal lattice structure.
- Other:**
 - Elemental symbols: He = 4.002602, Na = 22.989769, Ar = 39.948
 - Equation: $y = ax + b$
 - Equation: $AB + BC = x + y$
 - Equation: $126 = 6xy$, $2x + 2y = 20$
 - Equation: $(100^2)a + 100b = 10000a + 100b - 5$

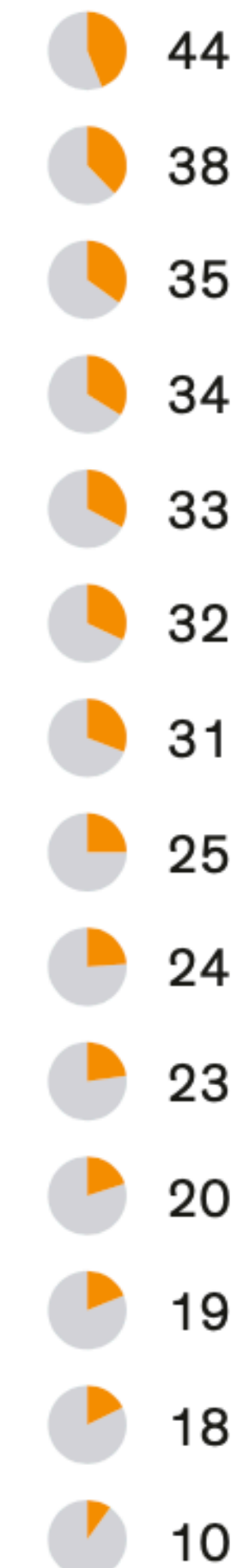
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ: EINE LUKRATIVE ZUKUNFTSTECHNOLOGIE

Prognose der zusätzlichen Bruttowertschöpfung durch KI in Wirtschaftszweigen in Österreich im Jahr 2035 (2019)

In Milliarden Euro



In Prozent



Quelle: Accenture

DIGITALES VERTRAUEN?

IM NETZ VERTRAUENSWÜRDIG IST, WER SCHON BEKANNT IST

Eigenschaften, die ein Online-Shop für Menschen in Österreich aufweisen muss
(2020, Zustimmung in Prozent)

Gehört zu den bekannten renommierten Unternehmen



Empfehlung von Freunden/Bekannten/Verwandten



Neben dem Online-Shop gibt es auch ein richtiges Geschäft



Es ist ein österreichischer Online-Shop



Der Online-Shop verfügt über ein Gütesiegel

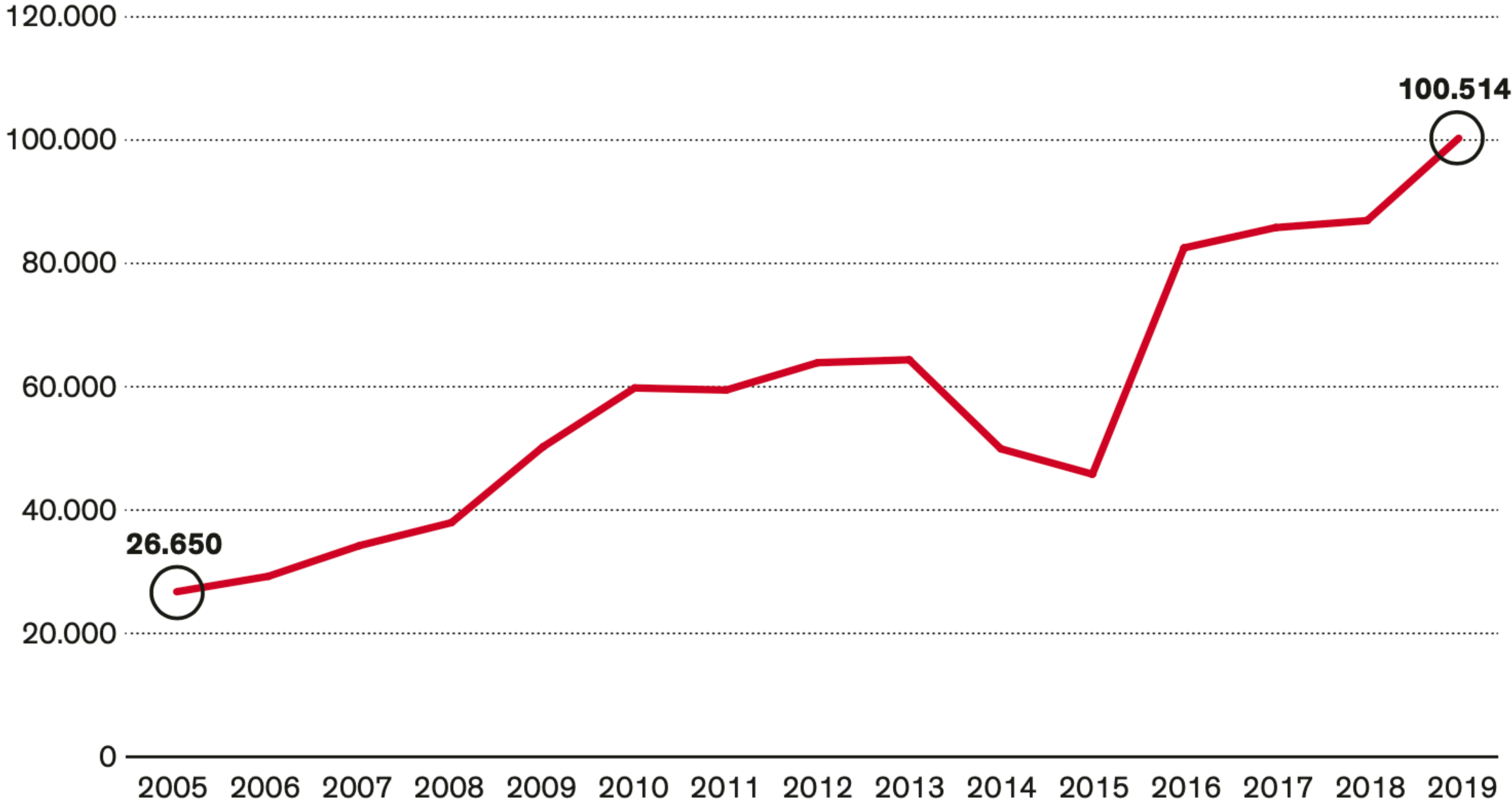


Der Online-Shop wird von der Suchmaschine weit oben gelistet



CYBERKRIMINALITÄT NIMMT ZU

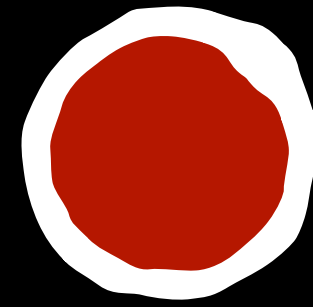
Polizeilich erfasste Fälle von Cyberkriminalität im engeren Sinne in Deutschland



Quelle: BKA

MEGATREND SICHERHEIT





Sicherheit

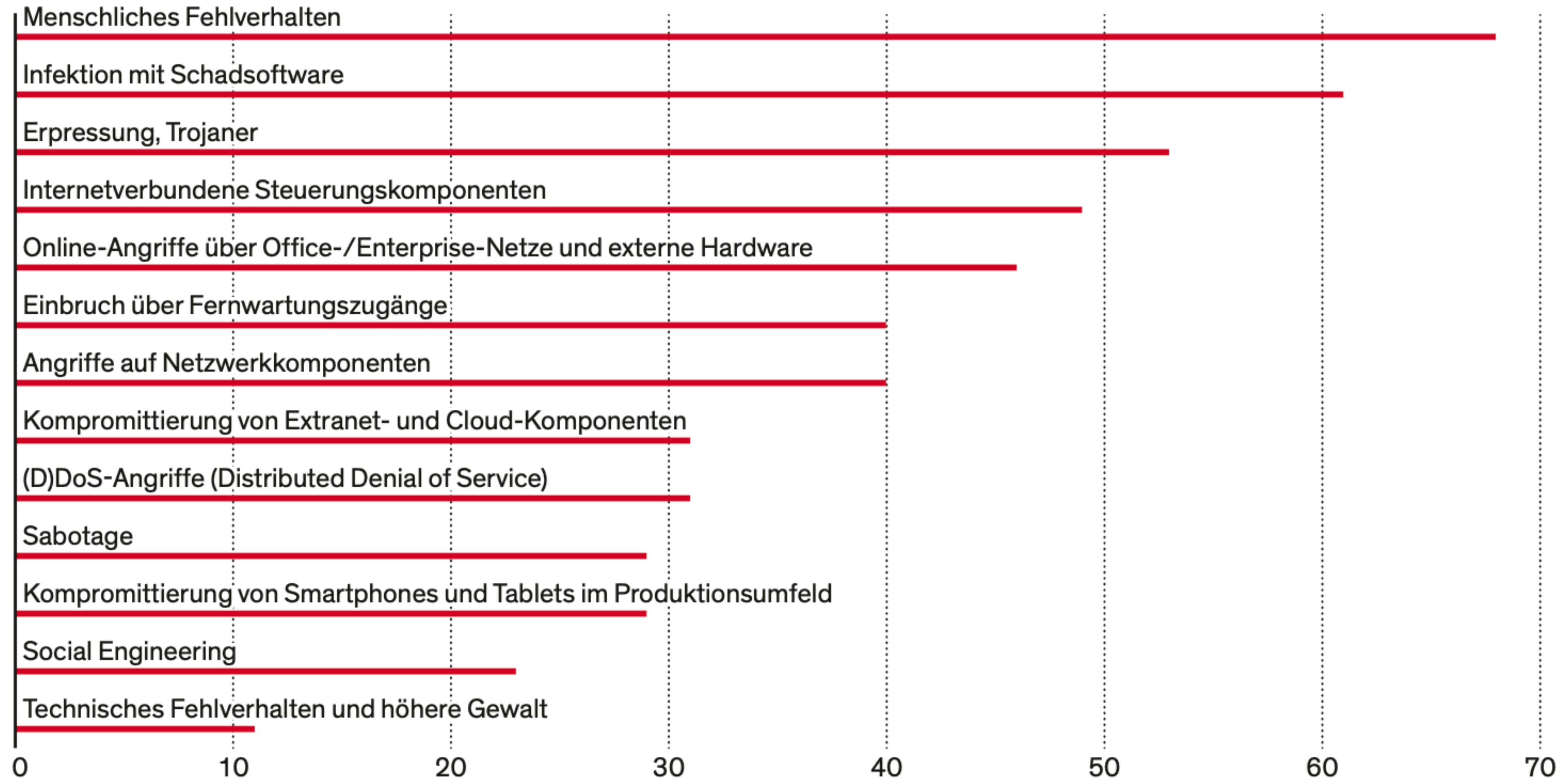
Sicherheit nach einer Krise ist das Grundbedürfnis Nummer eins

**Der Mensch “nach” den Krisen Corona & Ukraine wird wieder mehr auf Sicherheit achten.
Im physischen sowie digitalen Sinne.**

Vertrauen ist die Währung der Zukunft.

FAKTOR MENSCH BLEIBT SICHERHEITSRISIKO NUMMER EINS

Bereiche, in denen mit Blick auf IT-Sicherheit und Industrie 4.0 die größten Bedrohungen in Deutschland gesehen werden (2019, Zustimmung in Prozent)

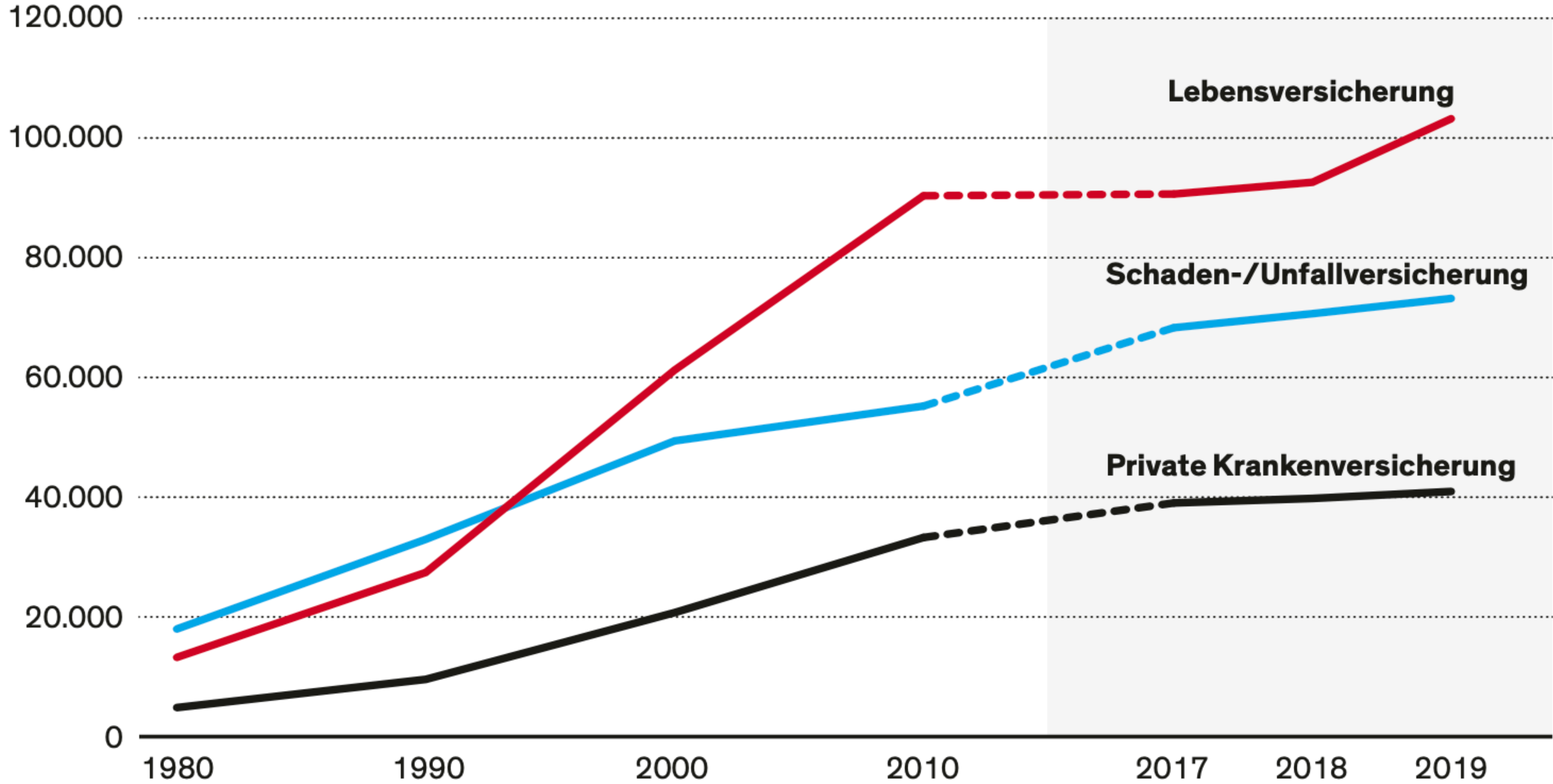


Quelle: VDE

Basis: 105 Befragte aus VDE-Mitgliedsunternehmen und Hochschulen der Elektro- und Informationstechnik

WER SICHERHEIT SUCHT, ZAHLT

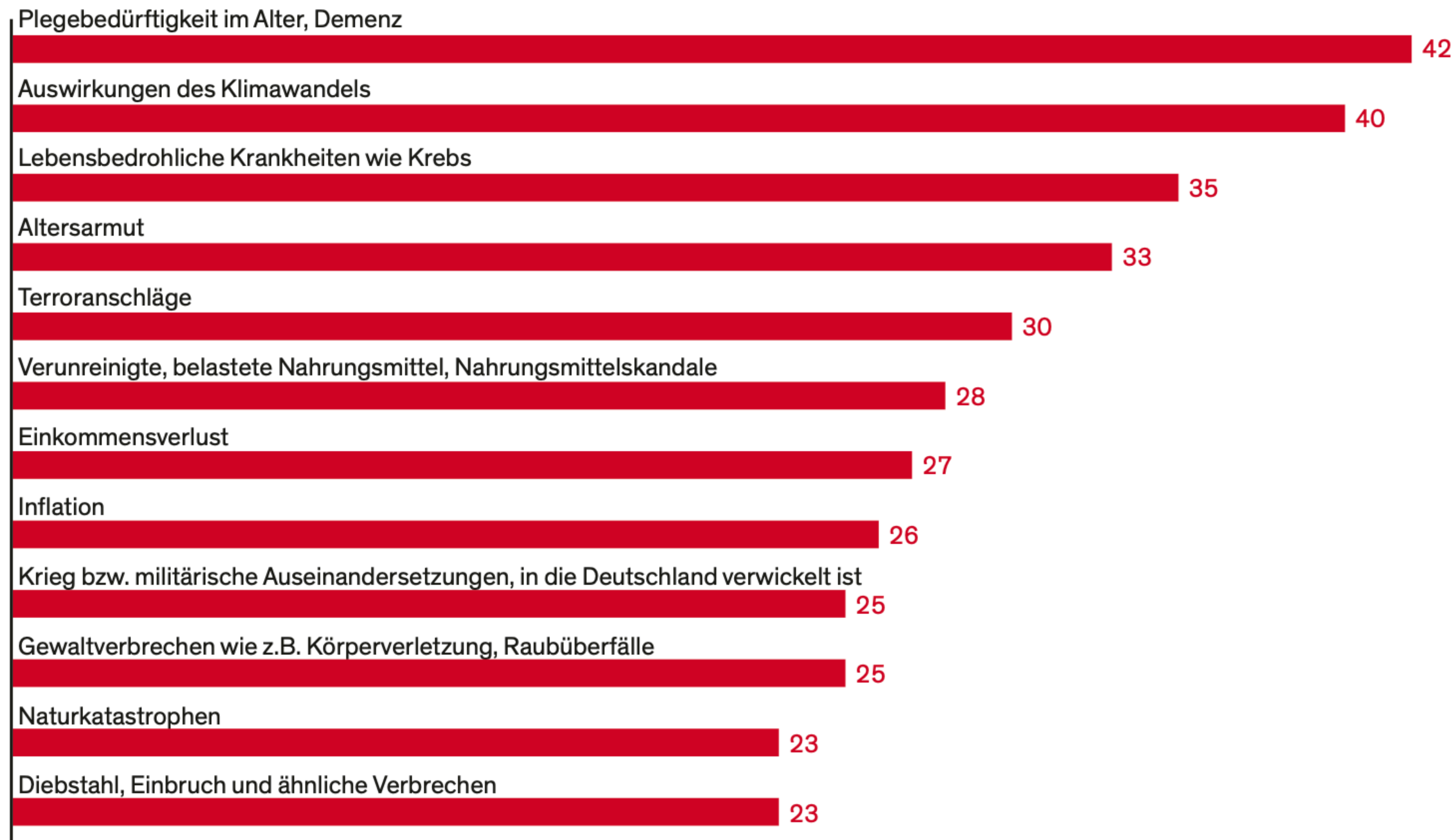
Entwicklung der Erstversicherungsbeiträge in Deutschland (in Millionen Euro)



Quelle: GDV

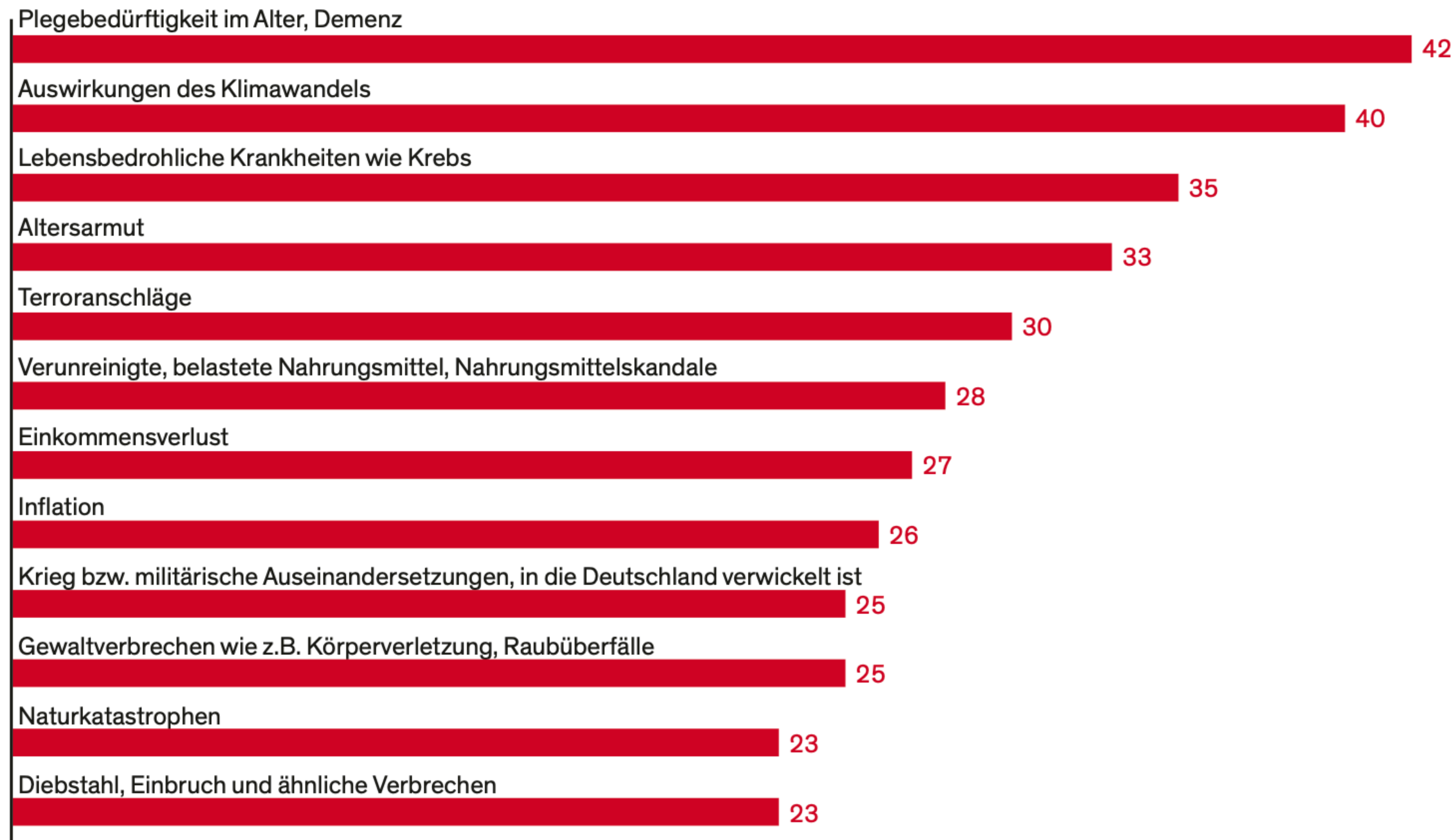
SPAGAT ZWISCHEN PRIVATEN UND GESELLSCHAFTLICHEN SORGEN

Risiken, über die sich Menschen in Deutschland große Sorgen machen (2020, Zustimmung in Prozent)



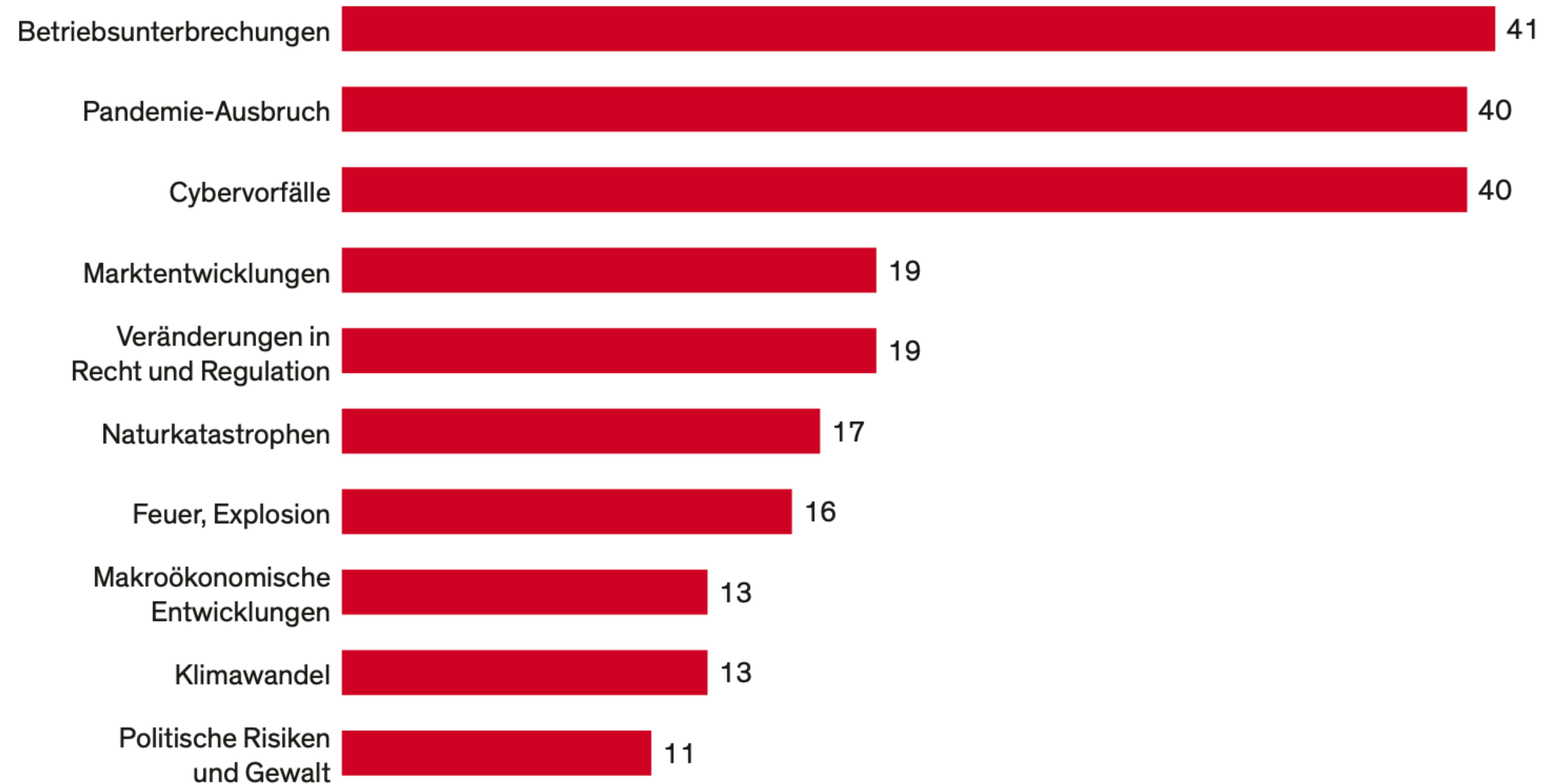
SPAGAT ZWISCHEN PRIVATEN UND GESELLSCHAFTLICHEN SORGEN

Risiken, über die sich Menschen in Deutschland große Sorgen machen (2020, Zustimmung in Prozent)



CORONA ZEIGT ESSENZIELLE GESCHÄFTSRISIKEN AUF

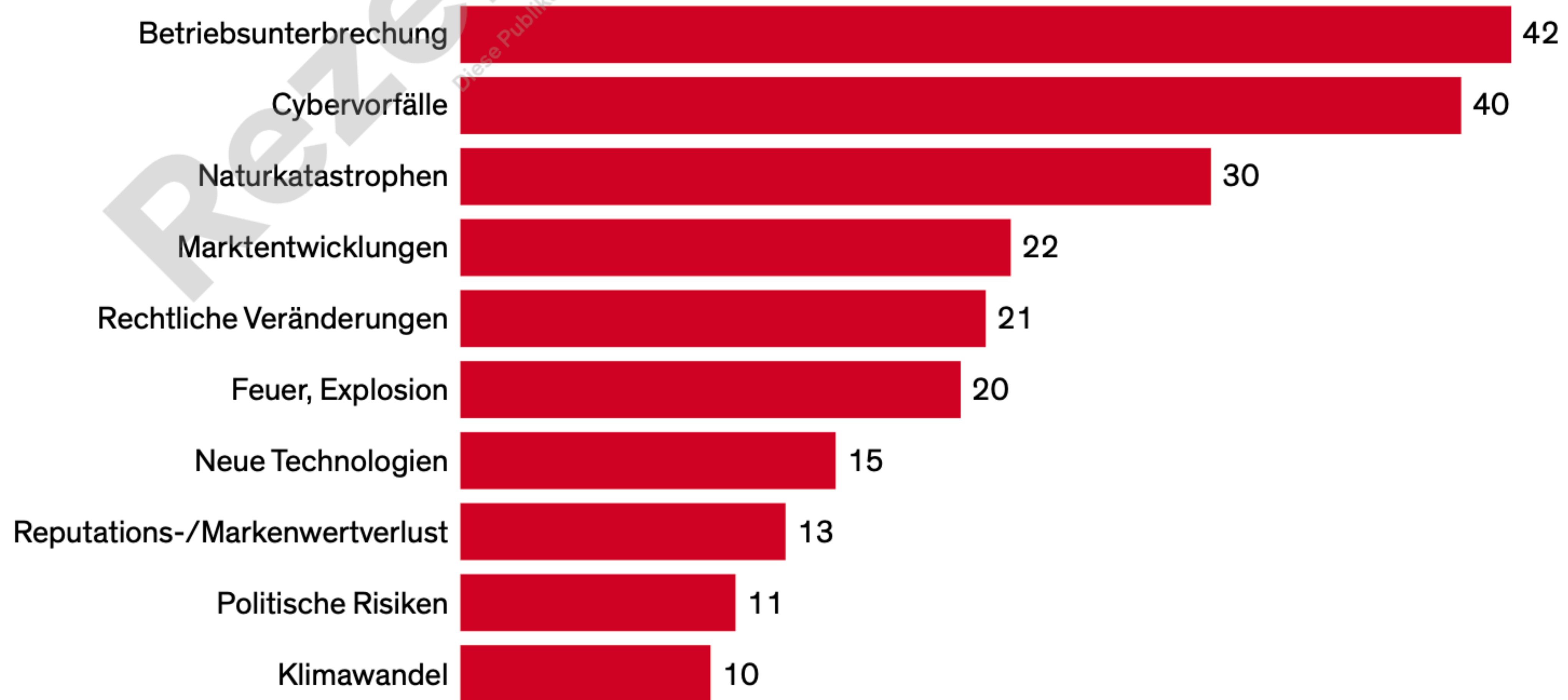
Die 10 größten globalen Geschäftsrisiken (2021, Zustimmung in Prozent)



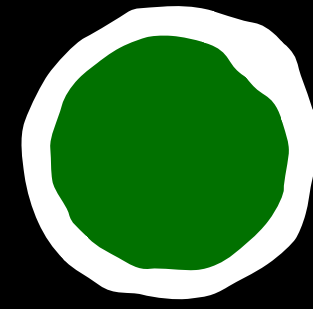
Basis: mehr als 2.700 Risikoexperten aus 92 Ländern

TOP-10 DER UNTERNEHMENS RISIKEN WELTWEIT

Die 10 größten globalen Geschäftsrisiken 2018 (Expertenantworten in Prozent)



Basis: 1.911 Versicherungsexperten aus 80 Ländern



Ökologie

“Den Impfstoff gegen die Klimakrise haben wir schon”

**Die Gesellschaft wird nach den Krisen mehr als
davor auf Nachhaltigkeit setzen wollen.**

**Greenwashing wird wesentlich schwieriger werden, da Kunden auch mehr
Transparenz fordern - Krisen sind eben nicht mehr Abstrakt.**

Durch den Ukraine Krieg wird die Energiewende beschleunigt.

MANGEL

VERZICHT

ANGST

MÜHE

ÖKOLOGIE

ABGELEGENHEIT

MINDERUNG

SCHULD



KEINE WINDRÄDER
IN UNSEREM WALD!

STOPP
KOHLE
JETZT!
KLIMA & ZUKUNFT RETTEN

FÜR KLIMARECHTIGKEIT

ATOMKRAFT?
NEIN DANKE!

SCHÖNHEIT

MUT

FÜLLE

ÖKOLOGIE

VERBINDUNG

ELEGANZ

KRAFT



GRÜNE ÖKOLOGIE

Es gibt zu viele Menschen

Der Mensch ist Feind der Natur

Technik ist das Problem

Wir produzieren zu viel Müll

Zukunft = Knappheit

BLAUE ÖKOLOGIE

Es gibt (noch) zu wenig gute Systeme

Der Mensch ist Teil der Natur

System-Technologie ist die Lösung

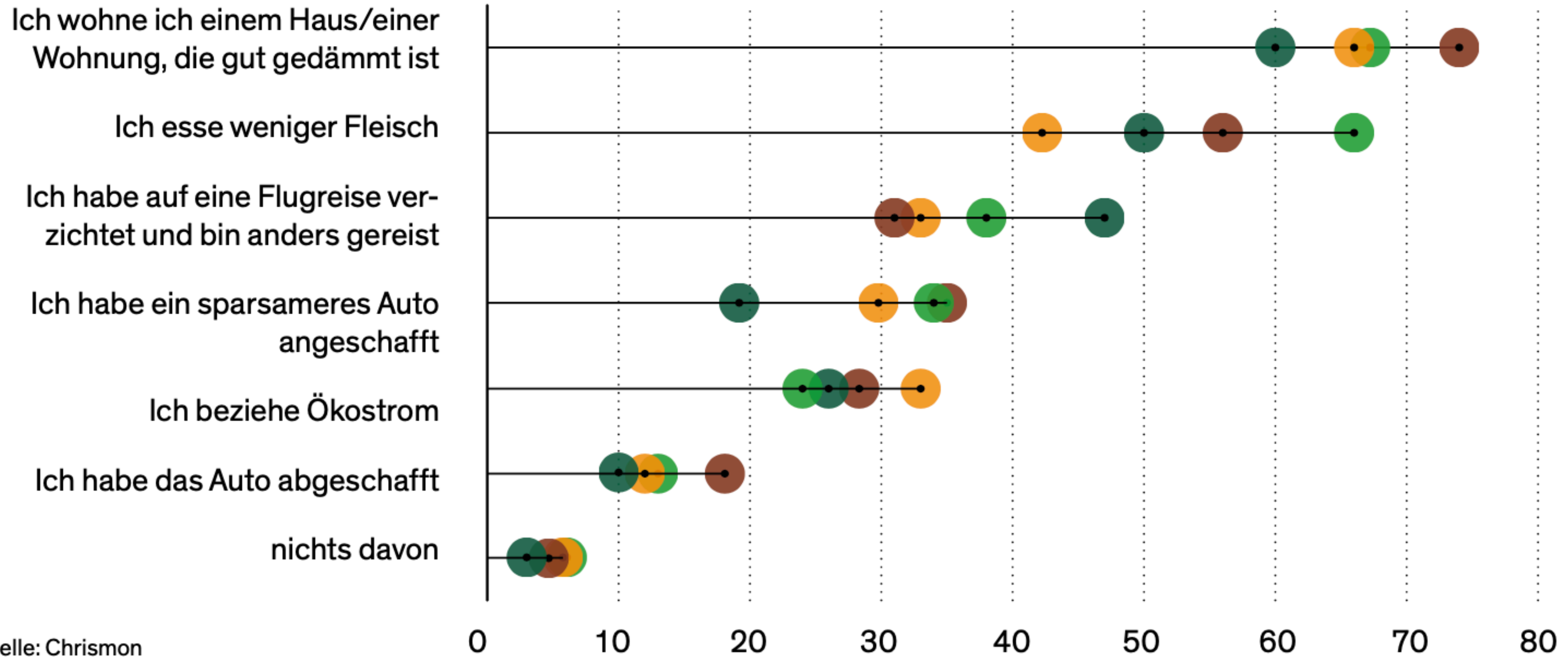
Es gibt keinen Müll

Zukunft = Intelligente Verschwendung

GRÜNER LIFESTYLE, BEWUSSTERER KONSUM

Was die Deutschen für den Klimaschutz tun (Zustimmung in Prozent)

● 60 Jahre und älter ● 14- bis 29-Jährige ● Frauen ● Männer



Quelle: Chrismon

DIE QUALITÄT MUSS STIMMEN

Leistungsdimensionen einer Marke, die für Menschen in Deutschland am wichtigsten sind, damit diese Vertrauen verdient und für Freunde und Familie weiterzuempfehlen ist (2020, Zustimmung in Prozent)

Qualität



Preis-Leistungs-Verhältnis



Produkte erfüllen Bedürfnisse



Umweltschutz



Service/Kundenzentrierung



Innovationskraft/Fortschrittlichkeit



Reputation/Prestige



Quelle: Reader's Digest

Basis: 4.001 Befragte ab 18 Jahren

QUALITÄT STATT
QUANTITÄT ALS
WACHSTUMSPARADIGMA
IM KONSUM

RENEWABLE ENERGY, 2ND GENERATION

[HTTP://WWW.FASTCOEXIST.COM/3046175/THIS-SILENT-STRAW-LIKE-WIND-TURBINE-CAN-FIT-IN-YOUR-BACKYARD#4](http://www.fastcoexist.com/3046175/this-silent-straw-like-wind-turbine-can-fit-in-your-backyard#4)

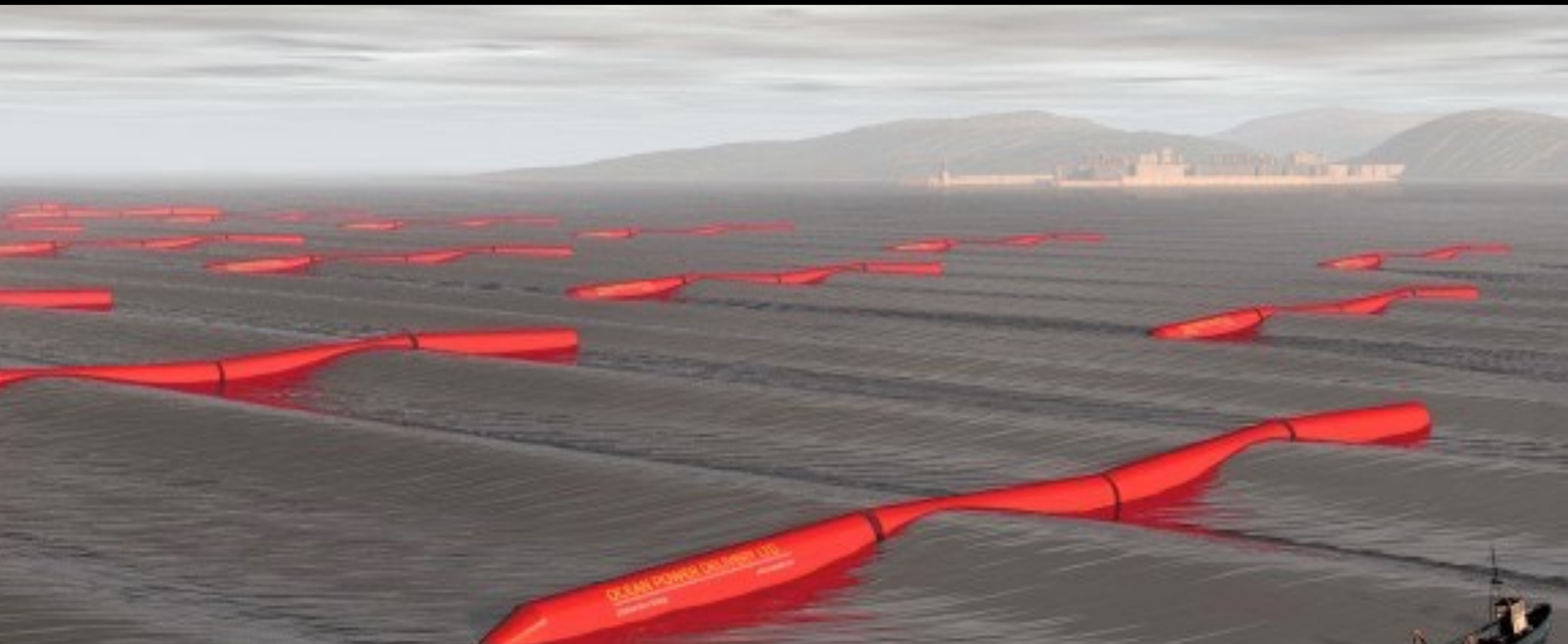
DER NEUE WIND: VORTEXTURBINEN



ENERGIEDRACHEN

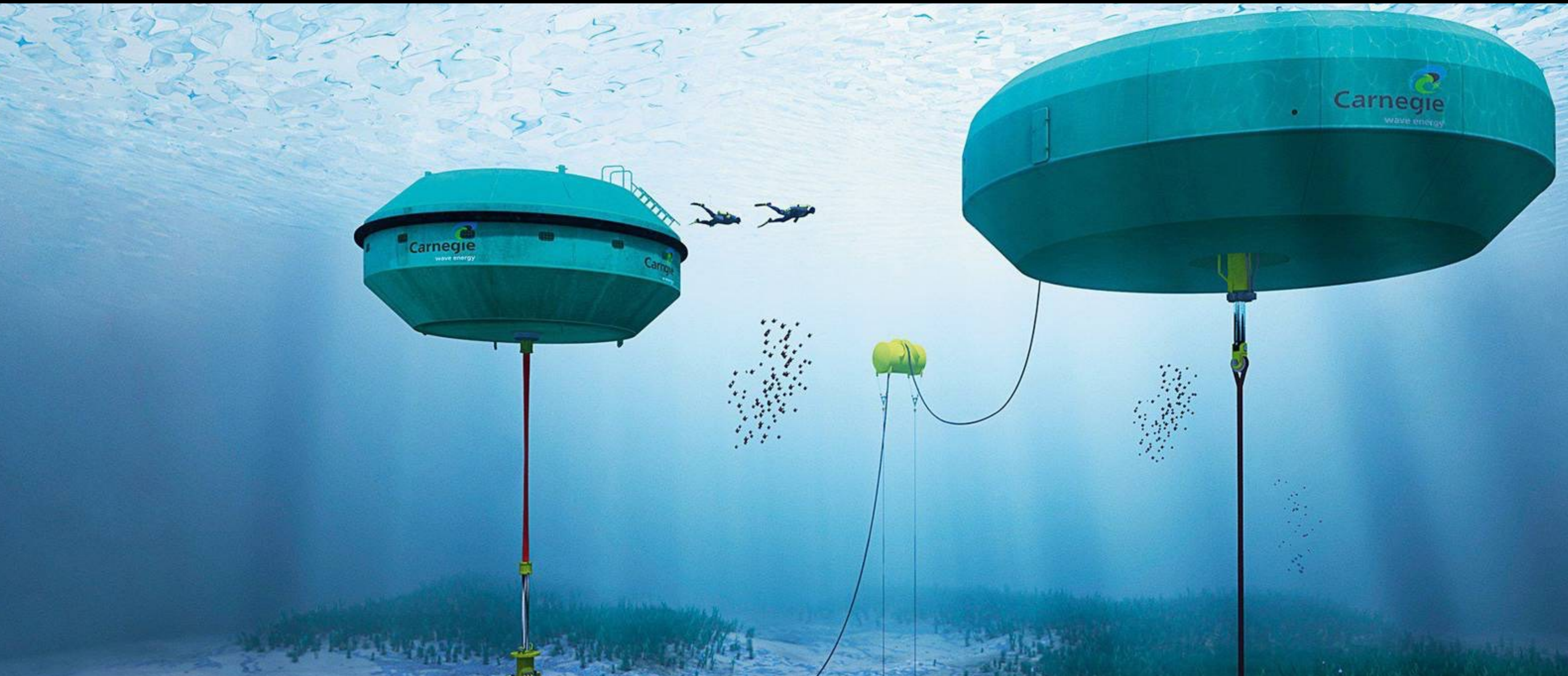


DIE ENERGIE DES MEEERES

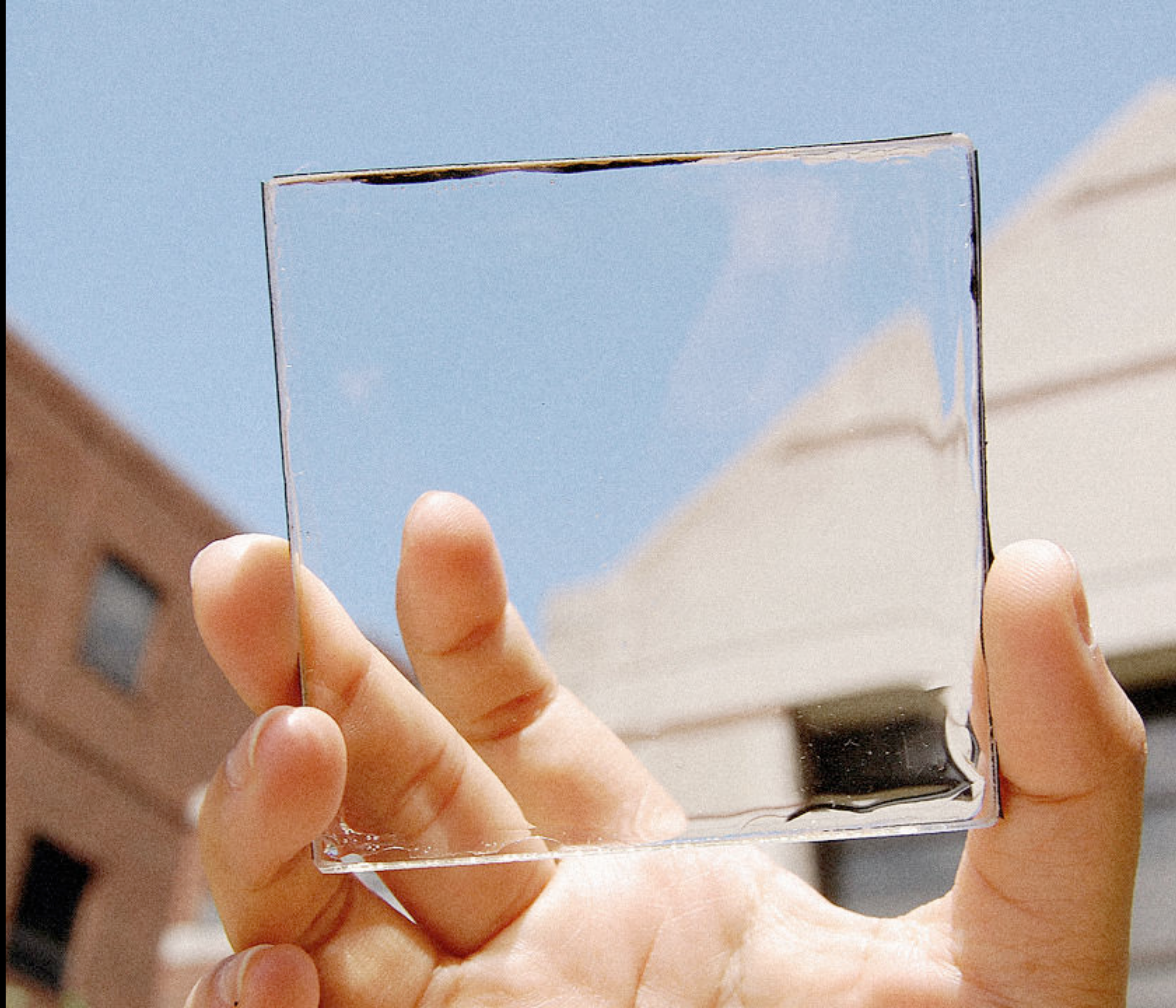


<https://www.wired.co.uk/article/submarine-towers>

WELLEN-GENERATOREN

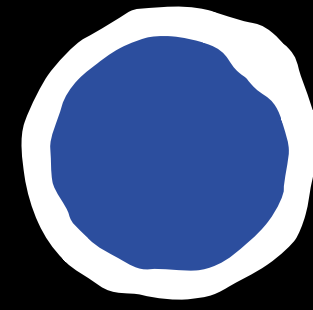


Totally Transparent
Solar Cells Could Turn
Our Windows Into
Solar Panels | Co.Exist |
ideas + impact





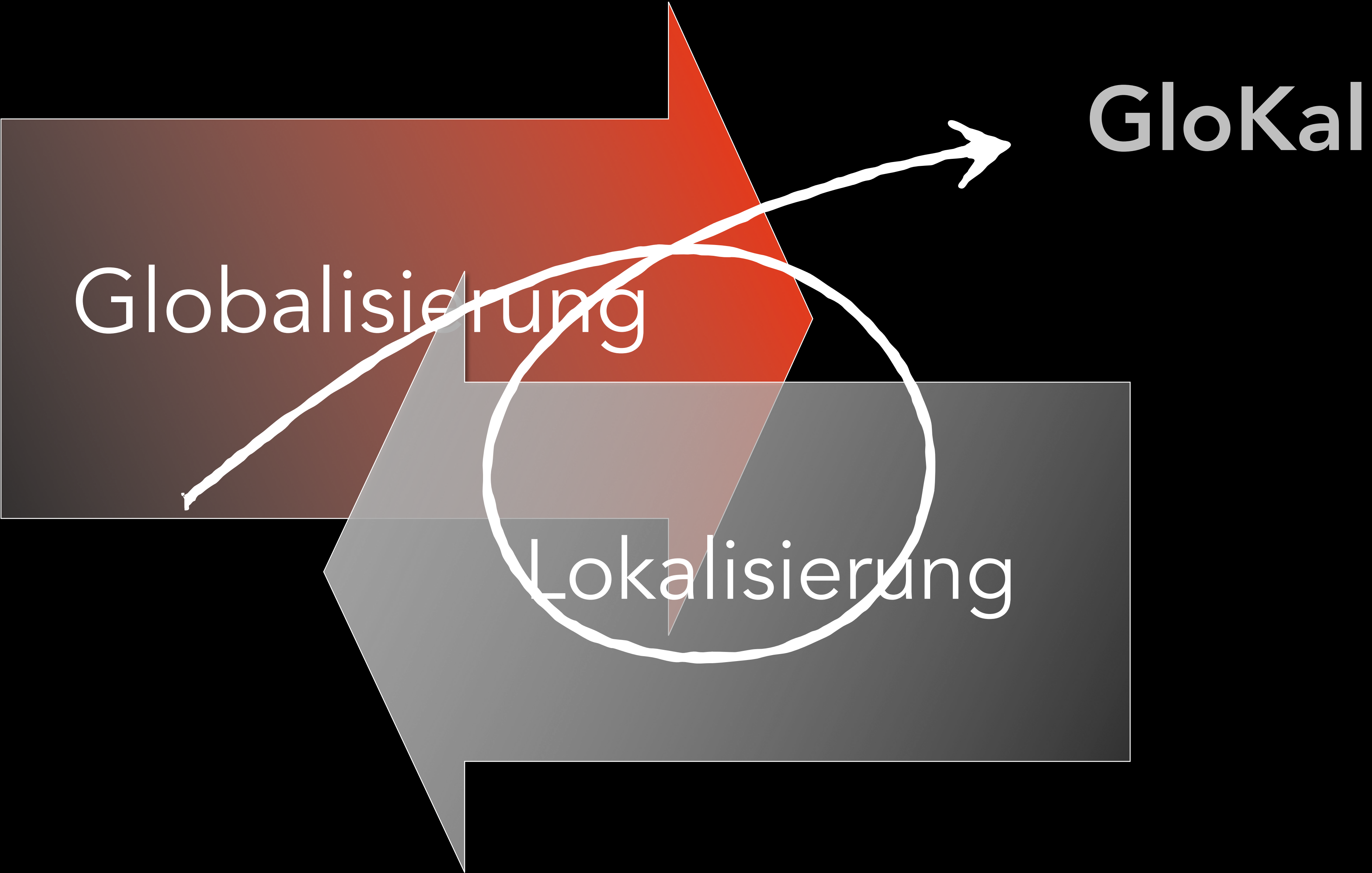
***DAS ENDE DER
GLOBALISIERUNG?***



Globalisierung

Wir haben den Peak erreicht - und jetzt?

Corona & die Ukraine haben uns endgültig klargemacht, wir sind am Peak der Globalisierung angekommen. Re-Regionalisierung ist auf dem Vormarsch - aber wir werden nicht zurück in die Nationalismen des 20. Jahrhunderts rutschen.



Globalisierung

Lokalisierung

GloKal

hier Internet

hier Internet

Glokalisierung

hier Internet



REGIONAL-KOSMOPOLIT IST KEIN
WIEDERSPRUCH
(MEHR)

SOZIALE
GLOKALISIERUNG:
PRODUKTIVE
DIFFERENZ

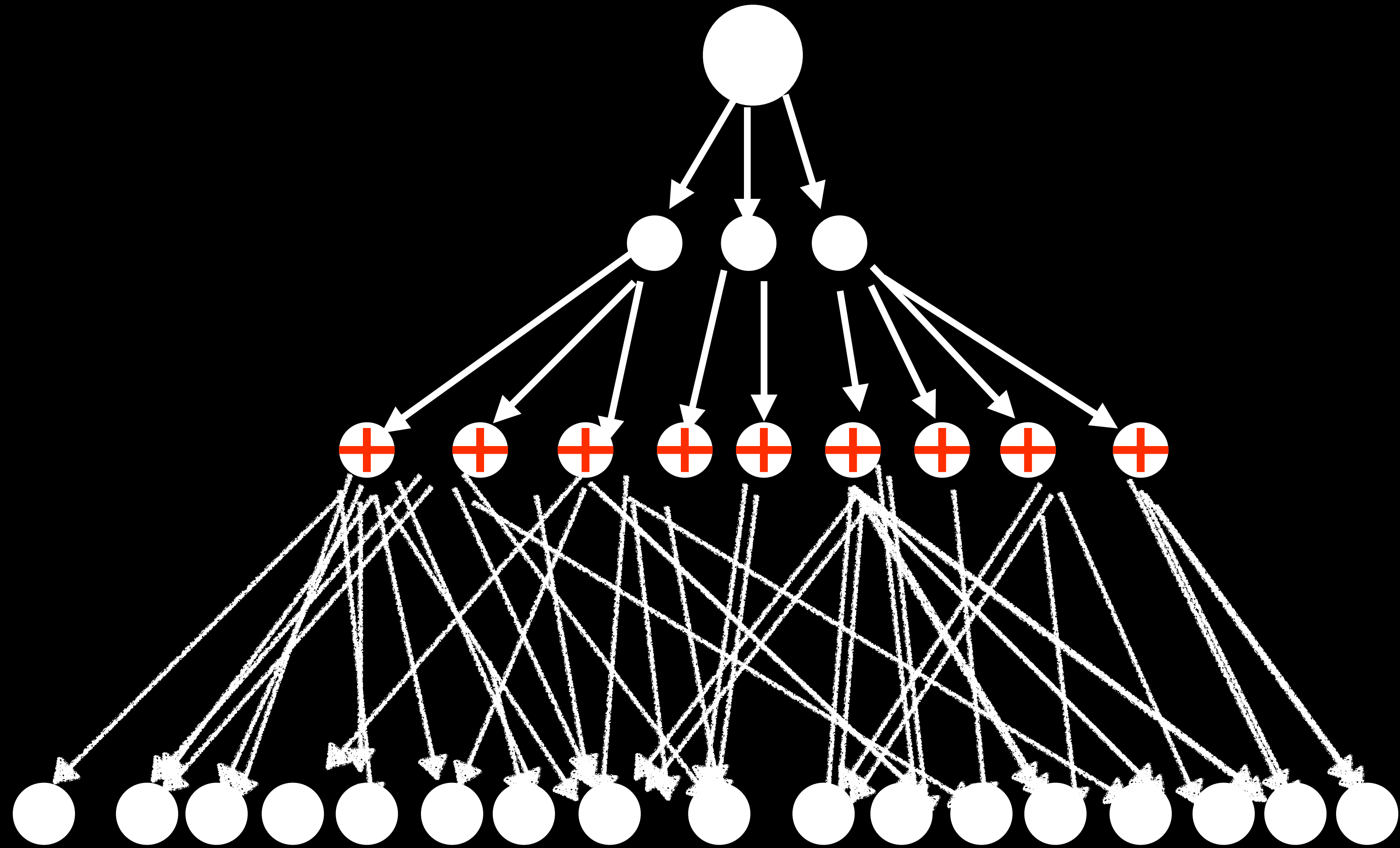


A photograph of a modern building at night. The building has a dark brick base and a glass upper section. The glass section is illuminated from within, showing a grid of windows and balconies. The text 'GLOKULTURALISIERUNG' is overlaid in the center of the image. The word 'GLO' is in white, 'KULTUR' is in orange, and 'ALISIERUNG' is in white. The background shows a city skyline and a body of water.

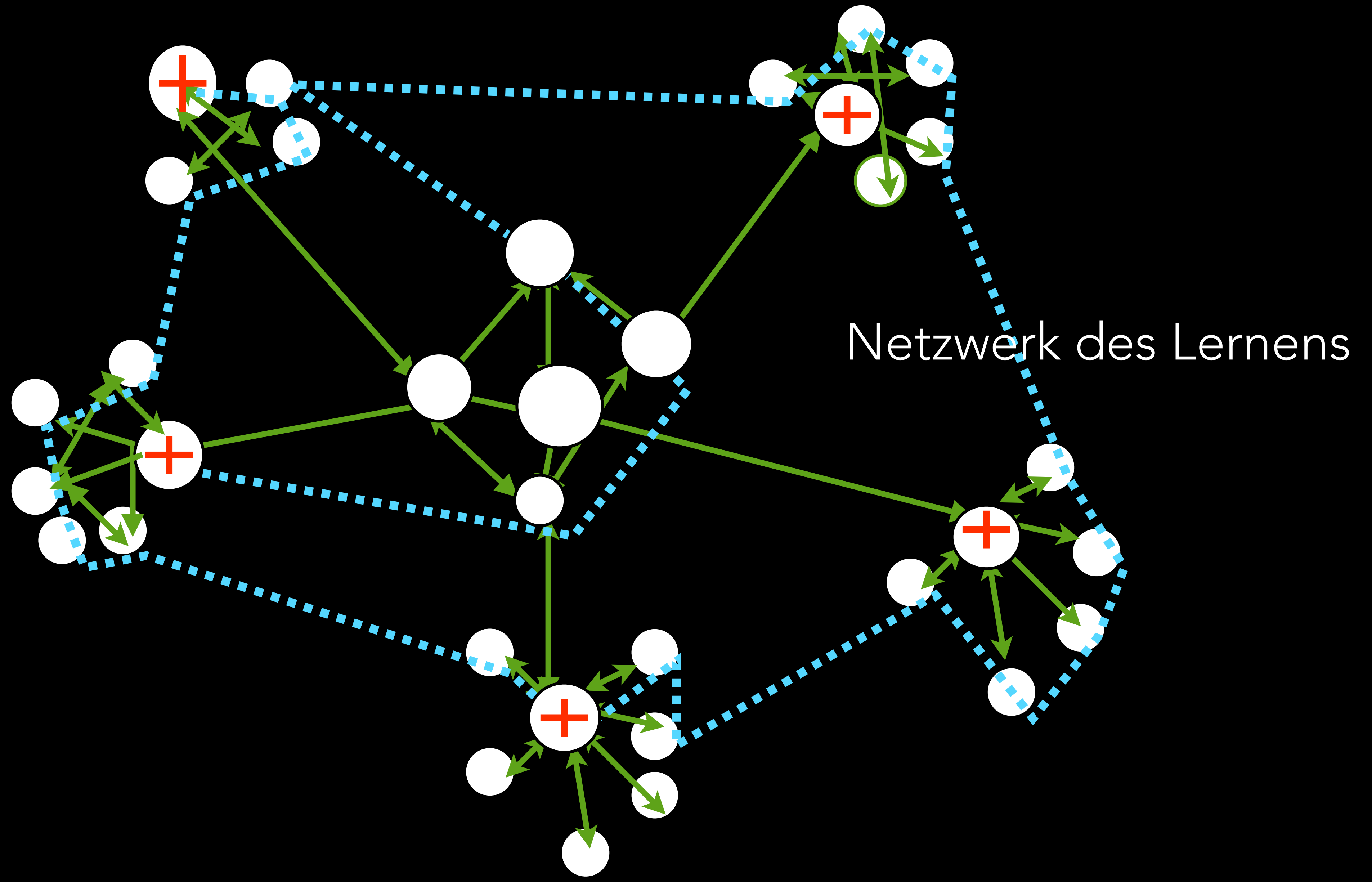
GLOKULTURALISIERUNG

BUSINESS-
GLOKALISIERUNG:
NETZWERK
-ORGANISATION

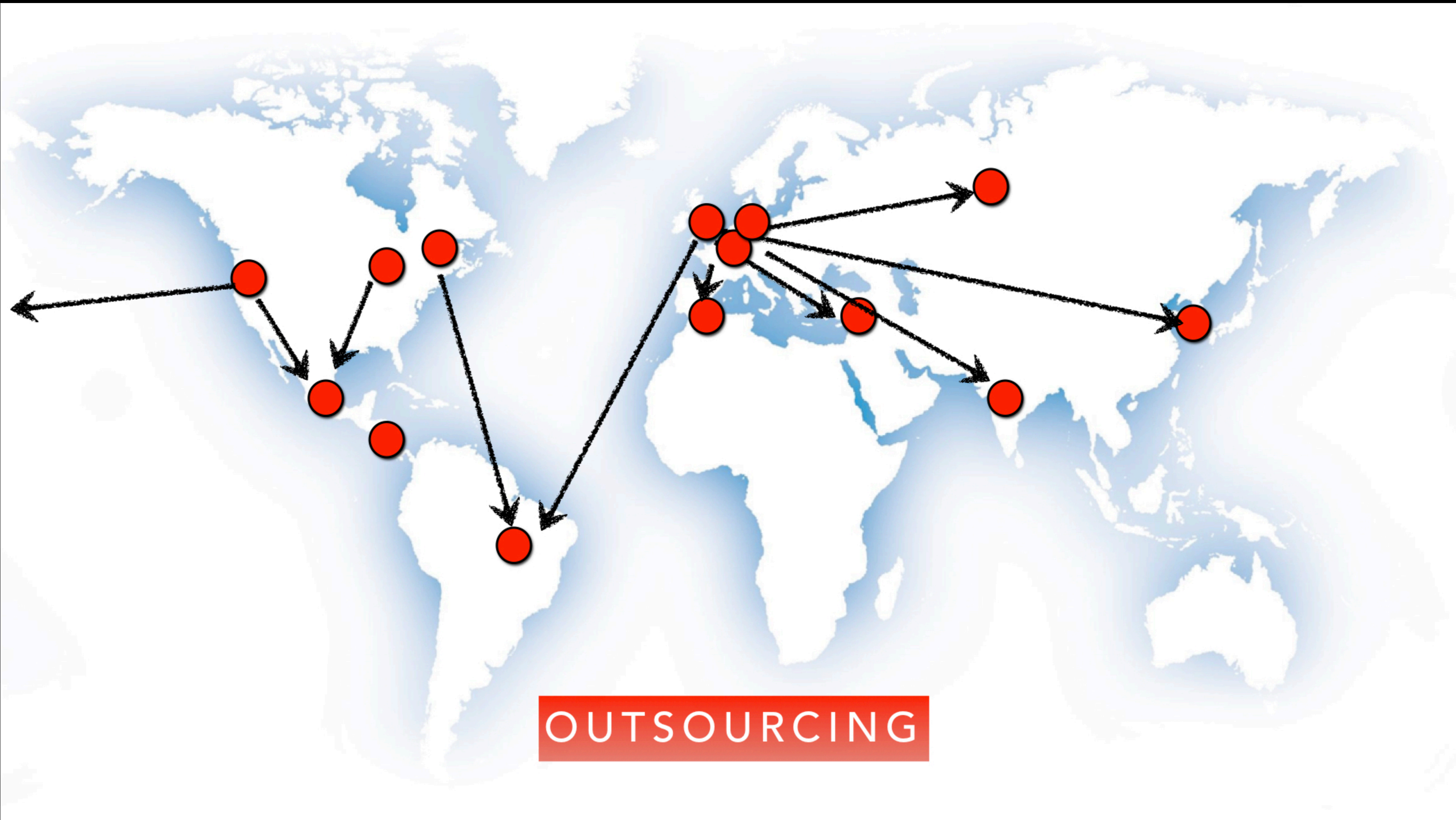


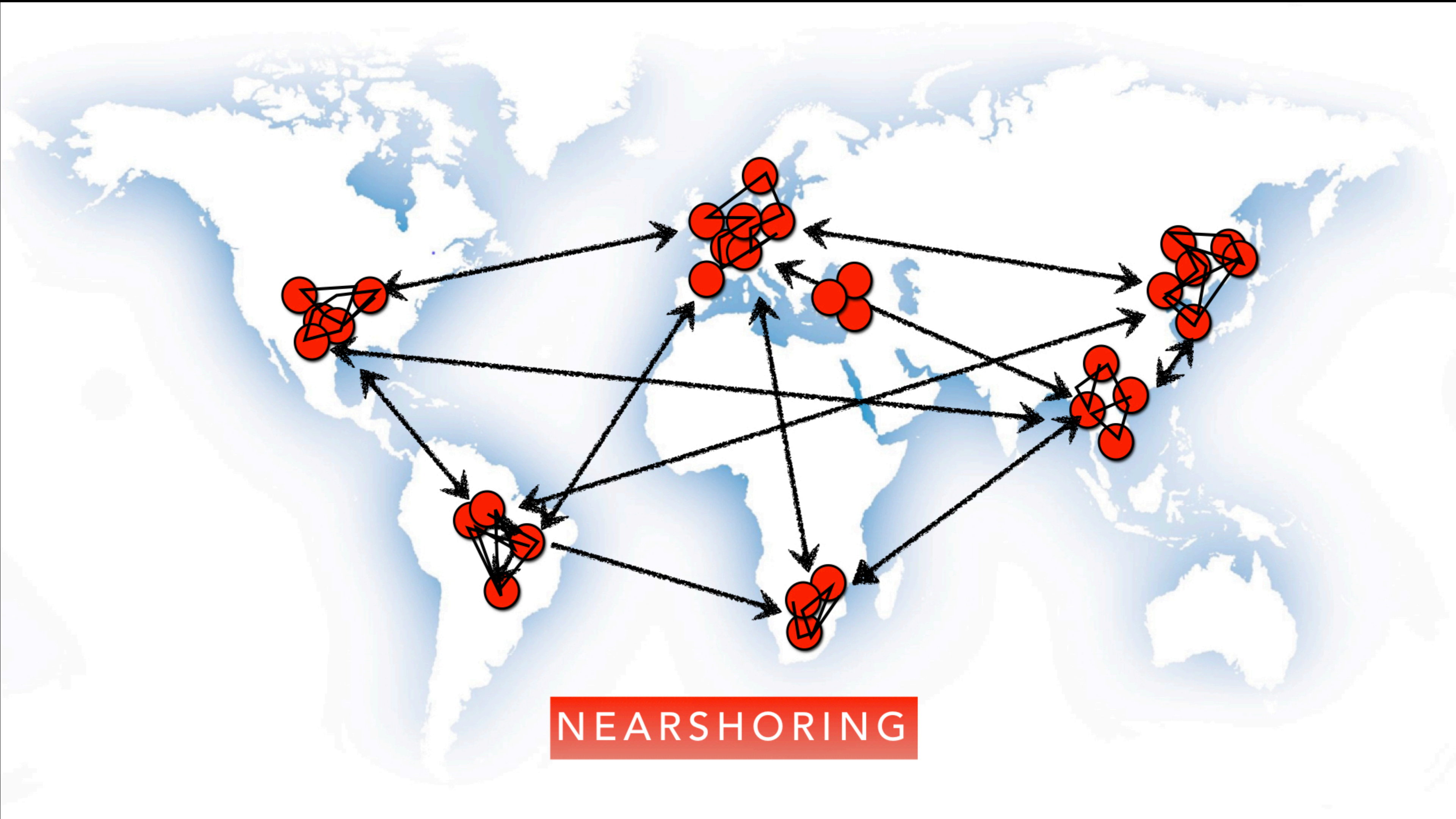


Cluster Network Model



VOM GLOBALEN OUTSOURCING
ZUM REGIONALEN IN-SOURCING

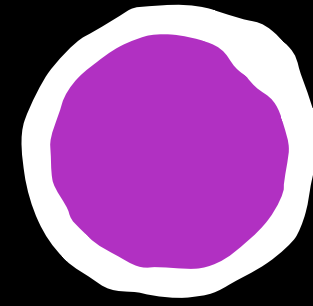




NEARSHORING

NEW NEW WORK





New Work

Work-Life-Balance ist tot. Work-Life-Blending kommt.

Sinn-Ökonomie

Female Leadership

Work-Life-Blending

Diversität

Lebenslanges Lernen

Workation

Co-Working

Start Up Kultur

Der Corona-Effekt

Anteil der Befragten in Österreich, der gern in Wien wohnen würde (2020, in Prozent)

34 %

Vor dem Shutdown

Quellen: s REAL/wohnet

25 %

Nach dem Shutdown

Basis: 5.274 Website-Besucher

Arbeitsplatz: Zuhause

16–34-Jährige, die bei dauerhafter Homeoffice-Möglichkeit umziehen würden (2021, in Prozent)



32 %
würden umziehen

Quelle: Bitkom 2021

Basis: 1.503 Erwerbstätige ab 16 Jahren

**Homeoffice ist nicht die Lösung aller
Probleme, sondern ein wichtiger
Teil des Arbeitsmixes von morgen.**

HOMEOFFICE SCHAFFT ZEITFLEXIBILITÄT

Vorteile der Arbeit im Homeoffice nach Einschätzung von Menschen in Deutschland, die regelmäßig im Homeoffice arbeiten (2020, Zustimmung in Prozent)



Quelle: DAK

Basis: 2.177 Befragte zwischen 18 und 65 Jahren mit regelmäßigem Homeoffice

HOMEOFFICE: SOZIALE UND TECHNISCHE HERAUSFORDERUNG

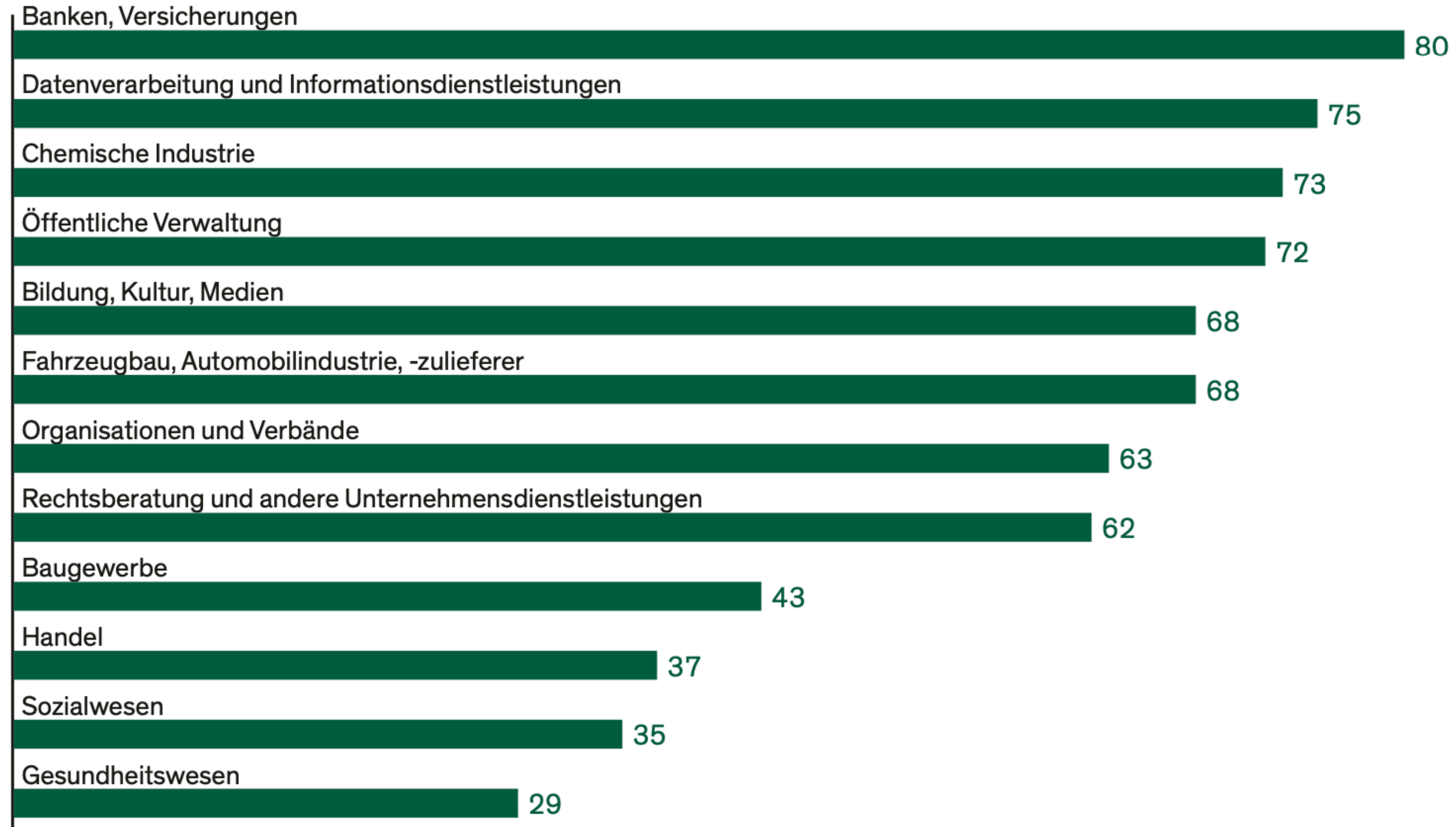
Gründe von Beschäftigten in Deutschland, warum sie nicht im Homeoffice arbeiten (2020, Zustimmung in Prozent)



IN EINER WELT, IN DER
ABGESESSENE ZEIT DER
MESSWERT IST, WERDEN
EFFIZIENTE
MITARBEITER MIT MEHR
ARBEIT BESTRAFT.

DIGITAL IM HOMEOFFICE DURCH CORONA: GROSSE BRANCHENUNTERSCHIEDE

Anteil der Erwerbstätigen in Deutschland nach Branchen, die seit der Corona-Krise mehr Möglichkeiten haben, über digitale Arbeitsmethoden im Homeoffice zu arbeiten (2020, in Prozent)



Quelle: DAK

Basis: 7.226 Erwerbstätige

Sinn-Ökonomie





Lebenslanges Lernen

Workation



5 THESEN FÜR
LÜBECK

AGILITÄT & LOKALITÄT
SIND ZENTRALE
VORTEILE VON KMUS

VISIONEN FINDEN, NICHT
ERFINDEN



NEW WORK ERNST NEHMEN - SONST
BLEIBEN DIE JUNGEN TALENTE AUS

DIGITALISIERUNG IST VIELES,
ABER NICHT ALLES.

ÖKOLOGIE UND ÖKONOMIE IN HARMONIE
BRINGEN IST DIE WAHRE ZUKUNFT



Zukunftsinstitut

Denken für Morgen



 : tristanhorx

 : Tristan Horx

t.horx@zukunftsinstitut.at