
Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage	11
Einleitung	15
Wie arbeitet die Trendforschung?	17
Hintergrund: Wie sich die Konsumenten verändert haben	20
In welchen Bereichen erwarten uns die größten Veränderungen?	28
Wie sieht der Konsument von morgen aus?	33
Wie die Trendforschung zu handfesten Prognosen kommt	39
Die Arbeit der Trendforschung	39
Was die Menschen in Zukunft wollen	44
Das Business von morgen: Der TrendCircle zeigt den Weg	53
Die sechs Belohnungsdimensionen im Überblick	57
Kapitel 1: Trends zum Bereich <i>Ausbau</i>:	
Wie wir kämpfen und immer besser werden	71
Trend 1: PERFORMANCE – Die Rückkehr der Leistung	72
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	72
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	76
Prognose: Wohin die Reise geht	82
Trend 2: EFFICIENCY – Wir wollen Zeit sparen, es muss immer schneller gehen	83
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	83
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	88
Prognose: Wohin die Reise geht	89
Trend 3: INDIVIDUALITY – Ich möchte, dass sich die Welt um mich dreht	90
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	90
Prognose: Wohin die Reise geht	96
Trend 4: INDEPENDENCE – Wir werden selbstständiger und unabhängiger	97
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	97
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	103
Prognose: Wohin die Reise geht	104
Trend 5: EVOLUTION – Wir wollen schnell dazu lernen und besser werden	106
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	106
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	108
Prognose: Wohin die Reise geht	109
Fazit zu Kapitel 1: Belohnungsdimension <i>Ausbau</i>	111

Kapitel 2: Trends zum Bereich <i>Ausrichtung</i>:	
Wie wir uns orientieren werden	113
Trend 6: COMMUNITY – Wir werden zu Rudelwesen der sozialen Medien	118
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	118
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	121
Prognose: Wohin die Reise geht	124
Exkurs: Wie die Cloud unser Leben bestimmen wird	126
Trend 7: ATTITUDE – Der Wunsch nach Haltung in einer komplexen Welt	132
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	132
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	134
Prognose: Wohin die Reise geht	134
Trend 8: ETHICS – Wir wollen ohne schlechtes Gewissen konsumieren	135
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	135
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	139
Prognose: Wohin die Reise geht	142
Trend 9: RITUALS – Rituale ordnen die Welt der Zukunft	143
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	143
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	146
Prognose: Wohin die Reise geht	146
Trend 10: SIMPLICITY – Alles muss einfach und klar sein, sonst will ich es nicht	147
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	147
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	151
Prognose: Wohin die Reise geht	151
Fazit zu Kapitel 2: Belohnungsdimension <i>Ausrichtung</i>	152
Kapitel 3: Trends zum Bereich <i>Absicherung</i>:	
Wie wir uns schützen werden	153
Trend 11: PROTECTION – Beschützt mich!	155
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	155
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	159
Prognose: Wohin die Reise geht	161
Trend 12: NATURE – Unser Bedürfnis nach Naturverbundenheit	162
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	162
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	164
Prognose: Wohin die Reise geht	165
Trend 13: COSINESS – Wir wollen uns geborgen fühlen	166
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	166
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	171
Prognose: Wohin die Reise geht	172

Trend 14: CREDIBILITY – Auf der Suche nach Glaubwürdigkeit	172
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	172
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	177
Prognose: Wohin die Reise geht	179
Trend 15: HEALTH – Hilfe, ich könnte mich eigentlich besser fühlen	180
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	180
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	182
Prognose: Wohin die Reise geht	185
Fazit zu Kapitel 3: Belohnungsdimension <i>Absicherung</i>	187

Kapitel 4: Trends zum Bereich *Ausgleich*:

Wie wir uns erholen werden

189

Trend 16: SENSUALITY – Die Herrschaft der Sinne hat begonnen!	190
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	190
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	194
Prognose: Wohin die Reise geht	196
Trend 17: BALANCE – Neue Sehnsucht nach Ausgleich	197
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	197
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	199
Prognose: Wohin die Reise geht	199
Trend 18: ESCAPE – Die kleine Flucht aus der Realität	200
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	200
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	204
Prognose: Wohin die Reise geht	205
Trend 19: CONVENIENCE – Der Trend zur Bequemlichkeit	206
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	206
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	210
Prognose: Wohin die Reise geht	211
Trend 20: PREMIUM – Dem Premium gehört die Zukunft. Nicht dem Discount	212
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	212
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	216
Prognose: Wohin die Reise geht	217
Fazit zu Kapitel 4: Belohnungsdimension <i>Ausgleich</i>	218

Kapitel 5: Trends zum Bereich *Anregung*:

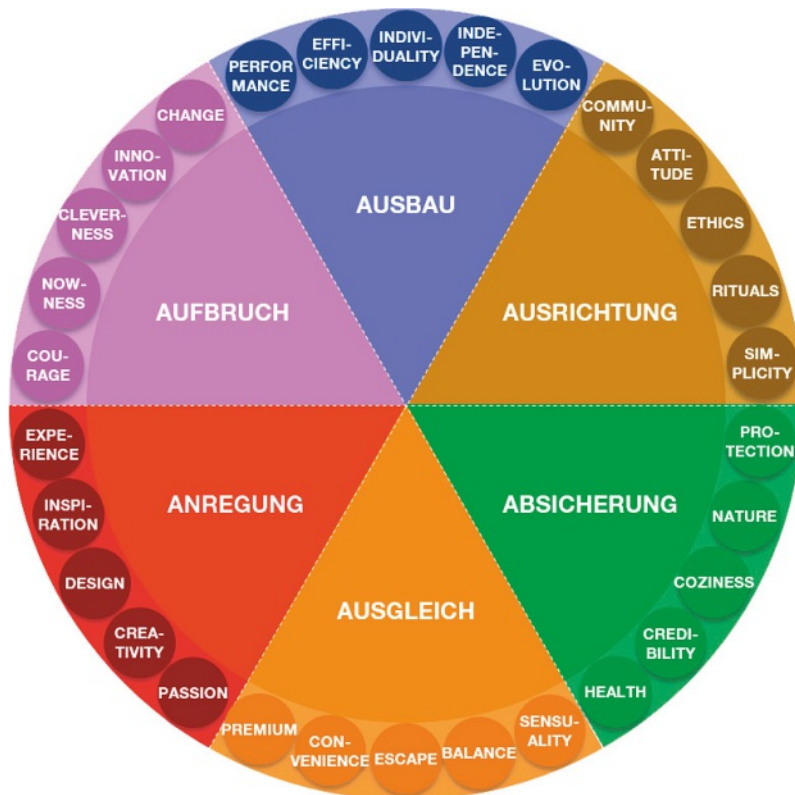
Wie wir kreativ und neugierig werden

219

Trend 21: PASSION – Die Herrschaft der großen Gefühle hat begonnen	220
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	220
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	222
Prognose: Wohin die Reise geht	224

Trend 22: CREATIVITY – Ich kann mehr als ich dachte	225
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	225
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	229
Prognose: Wohin die Reise geht	229
Trend 23: DESIGN – Ich liebe durchdachtes Design	230
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	230
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	233
Prognose: Wohin die Reise geht	234
Trend 24: INSPIRATION – Wir werden für Inspiration, nicht für Produkte bezahlen	235
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	235
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	237
Prognose: Wohin die Reise geht	238
Trend 25: EXPERIENCE – Erst Erleben ist Leben	240
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	240
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	243
Prognose: Wohin die Reise geht	243
Fazit zu Kapitel 5: Belohnungsdimension <i>Anregung</i>	246
Kapitel 6: Trends zum Bereich <i>Aufbruch</i>:	
Wie wir mutig und abenteuerlustig werden	247
Trend 26: COURAGE – Mutig und entschlossen brechen wir auf	248
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	248
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	251
Prognose: Wohin die Reise geht	252
Trend 27: NOWNESS – Wir wollen alles sofort	253
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	253
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	254
Prognose: Wohin die Reise geht	256
Trend 28: CLEVERNESS – Wir werden clever und smart	256
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	256
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	259
Prognose: Wohin die Reise geht	260
Trend 29: INNOVATION – Anders ist besser als besser	261
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	261
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	261
Prognose: Wohin die Reise geht	264
Trend 30: CHANGE – Wir wollen neue Abenteuer erleben	265
Hintergrund: Beispiele und Belege für den Trend	265
Empfehlungen für Ihr Unternehmen	267
Prognose: Wohin die Reise geht	268
Fazit zu Kapitel 6: Belohnungsdimension <i>Aufbruch</i>	269

Ausblick: Die Zukunft wird anstrengend und spannend	271
Übersicht: Alle 30 Trends – mit unserer Empfehlung	273
Über den Autor	277
Stichwortverzeichnis	281



TrendCircle