

# Inhalt

<b>Wie man die Zukunft macht</b> .....	7
<b>1. Futuring – die Geheimnisse der Zukunftswissenschaft</b> .....	10
Eine kleine Geschichte der Zukunft .....	11
Fünf Archetypen .....	14
»Kunst« der Prognose .....	15
Wie unsere Medien Prognosen filtern .....	20
<b>2. Wie man der Zukunft hinterherspürt</b> .....	26
Königsaufgaben der Trend- und Zukunftsforschung .....	26
Problem des Trend-Opportunismus .....	27
Grundmethoden der Trend- und Zukunftsforschung .....	29
Die wichtigsten Trendkategorien .....	30
<b>3. Von Trends zu Märkten</b> .....	32
Megatrends – die unterschwelligsten Triebkräfte des Konsumverhaltens .....	32
Megatrend Alterung – Die Verjüngungsgesellschaft .....	36
Megatrend Gesundheit – Der Healthstyle von morgen .....	44
Megatrend New Work – Zeitarbeit für alle .....	50
Megatrend Bildung – Die Hochbildungsgesellschaft .....	55
Megatrend Frauen – Feminisierung der Kultur .....	59
Von der Trendidentifikation zur Umsetzung .....	64
Trends erkennen .....	65
Trends filtern .....	69

Trends bewerten .....	76
Trends umsetzen .....	82
<b>4. Von Trends zur Innovation .....</b>	<b>88</b>
Von Megatrends zu Markttreibern .....	88
Schlüsselstrategien für die Märkte der Zukunft .....	91
Innovationsstrategie 1: »More for less« .....	91
Innovationsstrategie 2: Geschäft mit »Nicht-Kunden« .....	99
Innovationsstrategie 3: Die »3-D-Innovation« .....	104
Innovationsstrategie 4: »Empowerment-Business« .....	118
Innovationsstrategie 5: Navigation .....	128
<b>5. Der Dreisprung: Megatrends – Wertewandel – Neuer Konsum ..</b>	<b>136</b>
Megatrends und Wertewandel schaffen neue Konsumlandschaften .....	136
LOHAS – die neue Super-Zielgruppe .....	143
LOHAS-Marken: Vier erfolgreiche Geschäftsmodelle für die Märkte von morgen .....	149
Alnatura – Bio-Retailer par excellence .....	149
iPod – Trendikone des digitalen Lifestyles .....	153
Netflix – Das Business mit den temporären Dingen .....	158
Lifestyle-Living-Hotels – Luxus neu erfunden .....	163
<b>6. In zehn Schritten zur Business-Innovation .....</b>	<b>168</b>
<b>7. Trend-Glossar .....</b>	<b>176</b>
Literatur .....	187
Die CD-ROM zum Buch .....	191
Anmerkungen .....	192
Register .....	194