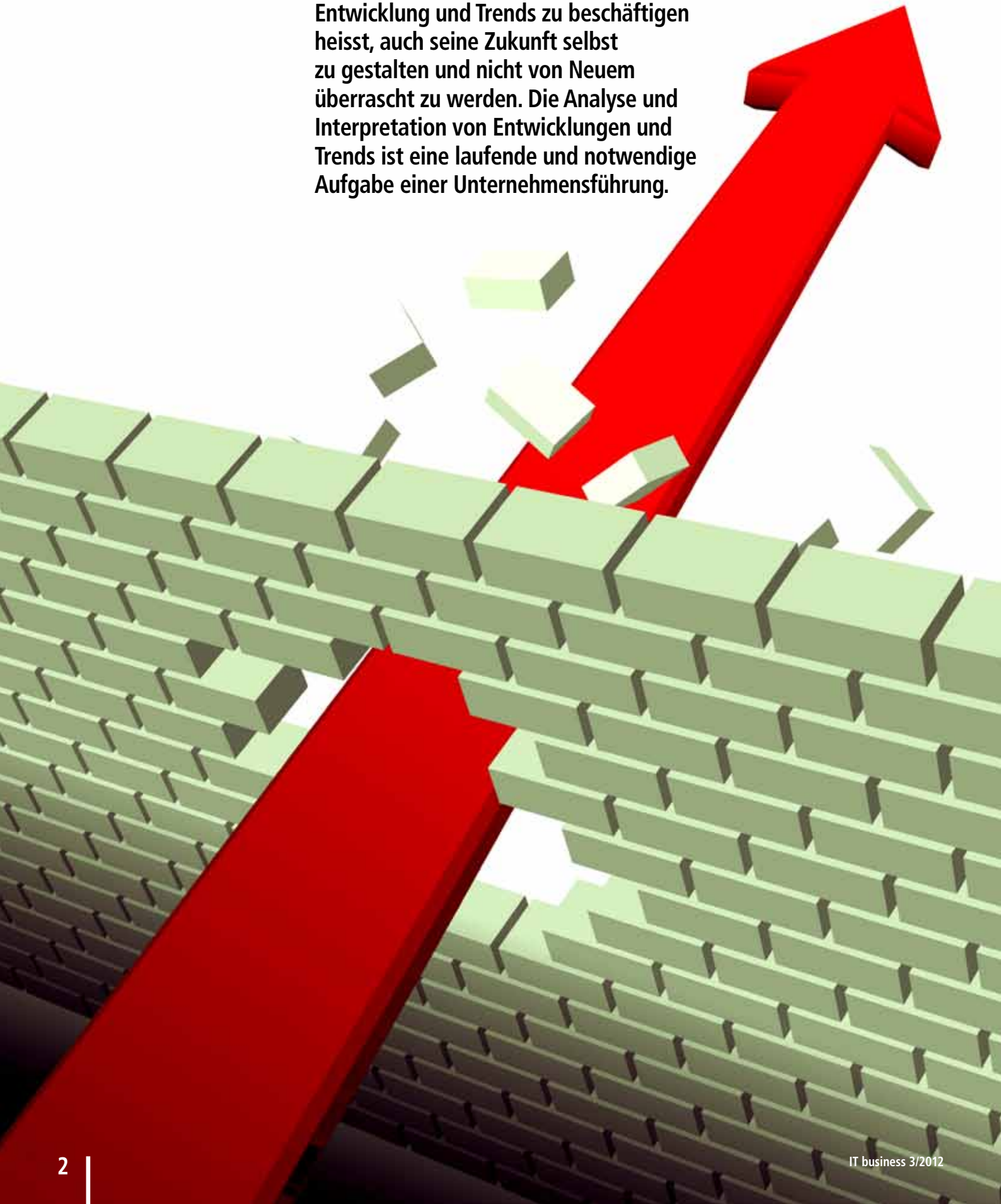


Trends beeinflussen auch KMU

Sich mit der Zukunft und deren Entwicklung und Trends zu beschäftigen heisst, auch seine Zukunft selbst zu gestalten und nicht von Neuem überrascht zu werden. Die Analyse und Interpretation von Entwicklungen und Trends ist eine laufende und notwendige Aufgabe einer Unternehmensführung.



Armin Baumann

Ein Trend ist soziologisch betrachtet eine neue Auffassung in Gesellschaft, Wirtschaft, Politik oder Technologie, welche eine neue Richtung vorgibt. Aber auch Verhalten, Lebenseinstellungen und Technologien können Trends auslösen. Ein Trend ist unberechenbar und man weiss nicht, in welche Richtung ein solcher sich entwickeln kann. Die Trendforschung kann wertvolle Hinweise für die Zukunftsgestaltung geben, indem Zeichen der Zeit und neue Verhaltensmuster erkannt werden.

Von Megatrends wird gesprochen, wenn diese unser Leben – beruflich wie auch privat – über grössere Zeiträume grundlegend verändern. Solche Megatrends haben die Charakteristik eines Anhaltens von mehreren Jahrzehnten und sind global spürbar. Nachfolgend sind einige Megatrends, welche von Trendforschern lokalisiert wurden, aufgeführt:

1. Bildung

Dieser Megatrend beschreibt den Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft. Inzwischen werden Bildung und Wissen überall in der Welt als die Schlüsselressource für den wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt erkannt. Die Wettbewerbsfähigkeit nicht nur von Unternehmen, sondern von ganzen Volkswirtschaften hängt immer stärker von ihrem Humankapital und ihrer Innovationsfähigkeit ab.

2. Gesundheit

Niemals zuvor hat Gesundheit einen so hohen Stellenwert gehabt wie in der heutigen Zeit. Der Gesundheitsmarkt ist bereits heute einer der wichtigsten Eckpfeiler der Wirtschaft und eine Schlüsselressource in der Gesellschaft von morgen sowie ein bevorzugtes Konsumgut und Lifestyleprodukt: Aus Patienten werden gesundheitsbewusste Konsumenten mit proaktiver Gesundheitsvorsorge und komplementären Behandlungsformen.

3. Ökologie

Umweltschutz, Bioprodukte, öffentlicher Verkehr oder Reduzierung des Energieverbrauchs gehören heute zum Basisprogramm verantwortungsbewusster Konsumenten. Dieser Trend wird das gesamte Wirtschaftssystem in Richtung einer neuen Businessmoral verschieben.

4. Vernetzte Welt

Die Möglichkeiten der digitalen Vernetzung beschränken sich nicht mehr nur auf die reichen Länder – eine Entwicklung in Richtung Eliminierung der digitalen Kluft zwischen Entwicklungs- und Schwellenländern wird sichtbar. Die zunehmende digitale Vernetzung ist der Megatrend, der Wirtschaft und Gesellschaft in den kommenden Jahrzehnten entscheidend mitprägen wird.

5. Globalisierung

Die Globalisierung ist eine der zentralen Herausforderungen für die Welt des 21. Jahrhunderts. Doch entgegen vieler ne-

gativen Überzeugungen haben sich viele globale Trends in den letzten Jahrzehnten zum Positiven entwickelt. Sie sorgt dafür, dass die Welt gewissermassen zum Dorf wird. Entfernungen und Grenzen sind viel leichter zu überwinden. Davon profitieren viele Länder unter anderem durch die Zuwanderung motivierter und qualifizierter Köpfe.

6. Mobilität

Menschen werden in Zukunft immer mobiler im Sinne von alltäglichen Wegzeiten, mehr Umzügen, Reisen usw. sein – beruflich wie privat. Dabei steigt auch die Suche nach Möglichkeiten, die den Menschen helfen, ihre Mobilitätsanforderungen und -wünsche ökonomisch und genussvoll umzusetzen. Die Möglichkeiten der digitalen Vernetzung können diesen Prozess beschleunigen.

7. Neue Arbeitsmodelle

Unsere Arbeitswelt ist immer noch weitgehend von industrieller Arbeitsorganisation, starren Berufsbildern und regulierten Beschäftigungsformen geprägt. Doch in den kommenden Jahren wird ein Übergang zu flexiblen, mobilen, team- und projektorientierten Arbeitsformen stattfinden.

8. Individualisierung

Durch den allgemeinen Wohlstandszuwachs entstehen für die Menschen neue Freiheiten und Optionen. Dies ermöglicht immer mehr individuelle Entscheidungen: Jeder kann sein Leben in eigener Regie, nach eigenen Wünschen gestalten.

KMU SWISS Podium

Ort: Trafo Halle Baden

Thema: Trendsetter

Datum: 6. September 2012 (17 bis 20 Uhr), Impulsreferat durch Urs Lacotte (Internationales Olympisches Komitee)

Podiumsteilnehmer: Jürg Bucher (CEO, Schweizer Post), Anja Ebener (Foundation Barry), Urs Kessler (CEO, Jungfrau-bahnen) und Dr. Arne C. Faisst (CEO, Mathis AG)
www.kmuswiss.ch

Dies bringt auch neue Formen sozialer Gemeinschaften jenseits alter Konventionen hervor.

9. Demografischer Wandel

Durch Fortschritte in Medizin, Gesundheitspflege und Ernährung ist die Lebenserwartung gestiegen. Das Alter wird derzeit von den Menschen radikal neu definiert: Heute gilt für die meisten Menschen das «gefühlte Alter», also tatsächliches Alter minus 10 bis 15 Jahre. Dieser Trend wird seine Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Konsum in den kommenden Jahren massiv zur Geltung bringen.

10. Weibliche Zukunft

Hier bahnt sich eine Verlagerung von Entscheidungskompetenzen und Einflussmöglichkeiten an, der nicht nur Frauen, sondern die Gesellschaft als Ganzes betrifft: Der Einfluss von Frauen in Wirtschaft und Gesellschaft, in Politik, Wissenschaft und Kultur nimmt massiv zu; insbesondere bei der höheren Bildung laufen Frauen inzwischen in vielen Ländern den Männern den Rang ab. Dadurch werden Frauen ökonomisch unabhängiger und damit auch als Konsumentinnen immer wichtiger.

Resümee

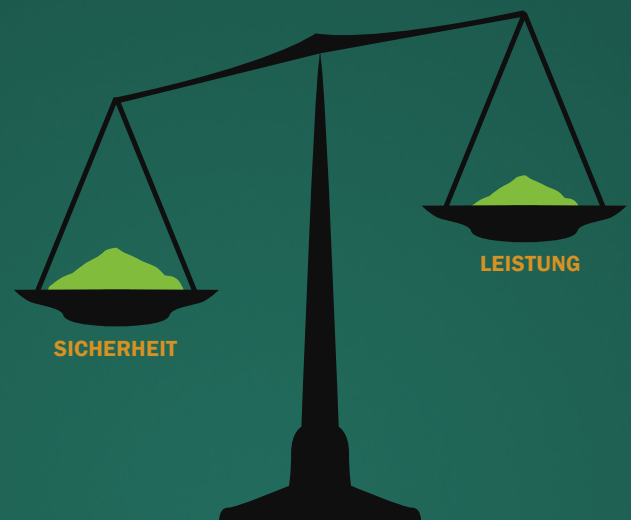
Megatrends werden erst durch den Transfer der Megatrendinformationen in den spezifischen Unternehmenskontext sowie in der Umsetzung auf zukünftige Tätigkeiten, Märkte und Produkte zum Mehrwert für das Unternehmen – nicht der Trend an sich ist interessant, sondern dessen Nutzung im Unternehmen.

Im Nachfolgenden einige Handlungsempfehlungen zur Nutzung der Trends:

- Mögliche Trends lokalisieren, welche das Unternehmen beeinflussen könnten und auch solche ausserhalb des direkten Firmenumfelds betrachten.
- Den Einfluss dieser Trends auf das Umfeld beurteilen.
- Die Veränderungen und Entwicklungen der Trends laufend analysieren.
- Massnahmen erstellen, wie die Trends für das Unternehmen genutzt werden können. Dabei auch den Mut dazu haben, früher Bewährtes infrage zu stellen und Neues zu wagen.
- Nicht (nur) anhand finanzieller Aspekte entscheiden, sondern an der nachhaltigen Wirkung der Entscheidung.
- Nicht auf lokale Gegebenheiten fokussieren, sondern für die Systemgrenzen des Tätigkeitsfeldes öffnen.
- Sich und die Mitarbeiter mit anderen Branchen vernetzen und damit den Austausch und die Entwicklung des Umfeldes fördern.
- Das Umfeld auf Flexibilität statt auf starre Strukturen trimmen. ■

SECURITY FOR VIRTUALIZATION:

SICHERHEIT UND LEISTUNG IM GLEICHGEWICHT



Einige Sicherheitsanwendungen können die Leistung in einer virtualisierten Umgebung beeinträchtigen. Beugen Sie vor: Bringen Sie mit Kaspersky Lab Sicherheit und Leistung ins Gleichgewicht.

Kaspersky Security for Virtualization bietet dauerhaften Schutz mit einer agentenlosen Anti-Malware-Sicherheitslösung für virtuelle Maschinen, ohne deren Leistung einzuschränken.

Mit dem einzigartigen Kaspersky Security Center 9 können Sie virtuelle und physische Maschinen von einer zentralen Konsole aus überwachen und verwalten. Entdecken und vermeiden Sie Probleme schneller und einfacher als je zuvor.

Security for Virtualization. Be Ready for What's Next.

kaspersky.ch/beready

KASPERSKY LAB