

**„Natürlich interessiert mich die Zukunft.
Ich will doch schließlich den Rest des Lebens in ihr verbringen.“
(Mark Twain)**



Univ.-Prof. Dr. Reinhold Popp

**Vielfalt statt Einfalt.
Konsum-Prognosen mit dem Menschen im Mittelpunkt**

Vortrag – Hauptverband des Österreichischen Buchhandels,
Grundlsee, 10.05.2019

„Wo ‚Forschung‘ drauf steht, muss auch Forschung drin sein!“

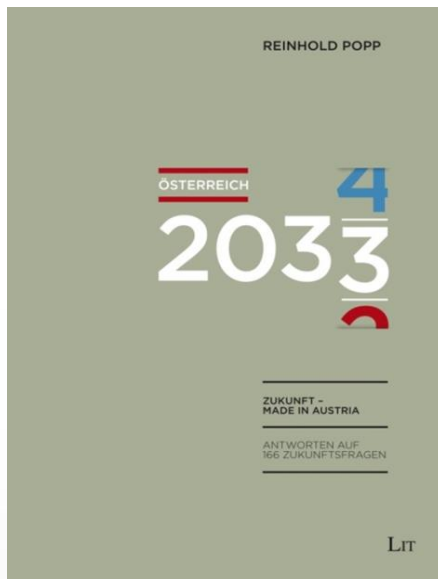
Prospektive Forschung wird häufig missbraucht!

Die meisten Menschen kennen die vorausschauende Forschung leider nicht von den wissenschaftlich fundierten Forscherinnen und Forschern, sondern von den in den Medien höchst aktiven, aber wissenschaftsfernen Zukunftsgurus, die sich aus Marketinggründen gerne selbst als Forscher bezeichnen.



Monokausale Erklärungen, z. B.: Megatrends, ...

Was kommt? Was geht? Was bleibt?



Vom **Versorgungskonsum** zum **Erlebniskonsum**

Viele Jahrhunderte: Konsum „**not - wendig**“ (= Abwendung von Not)

Ab Mitte der 50er Jahre – wachsende Wirtschaft

Ab Mitte der 60er Jahre: Beginn des **Erlebniskonsums**

ABER: Traditionelle Entwicklungslinien brechen nur selten abrupt ab, sondern werden meist nur von neuen Trends überlagert. Erlebniskonsum wird zukünftig immer wichtiger. Aber der Versorgungskonsum ist auch in den kommenden Jahrzehnten die unverzichtbare Basis des Konsumierens.

Digitalisierung durchdringt die Konsumwelt

Digitale Lebensbegleiter:

- immer leistungsfähiger
- immer kleiner
- immer vernetzter
- immer und überall verfügbar



Zukünftig wird es immer schwieriger, **offline** zu leben!

Prosumieren ergänzt das Konsumieren

Konsum = Verbrauch

Prosument = Kunde als „Koproduzent“

Konsumenten werden immer öfter zu Prosumenten

„Do-it-yourself“ – zukünftig auch „3-D-Druck“

Wohnen der Zukunft: technisiert und digitalisiert

„Bis 2033 wird die technische Ausstattung der Wohnungen und Wohnhäuser in Österreich kontinuierlich zunehmen.“
(Zustimmung, in Prozent)

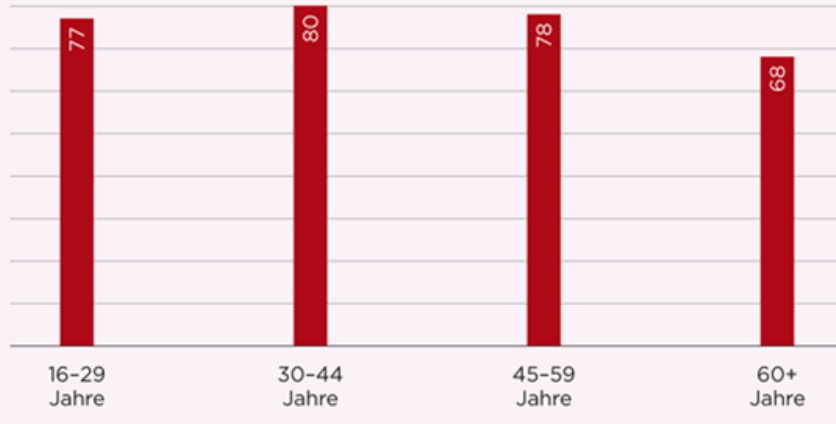
GESAMTBEVÖLKERUNG



NACH GESCHLECHT



NACH ALTER



SMART LIVING: Elektronische Steuerung von Heizung, Lüftung, Beschattung, Beleuchtung, Brandschutz, Sicherheitssystemen

+ E-Banking + E-Government + E-Commerce + E-Love + ...

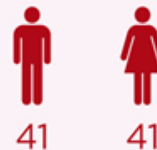
Das Wohnzimmer als Kulturstätte?

„2033 ist die Unterhaltungselektronik so gut entwickelt, dass die meisten Menschen Kulturevents (z. B. Konzerte, Opern, Festspielaufführungen ...) lieber daheim im Wohnzimmer als in öffentlichen Kulturstätten genießen.“ (Zustimmung, in Prozent)

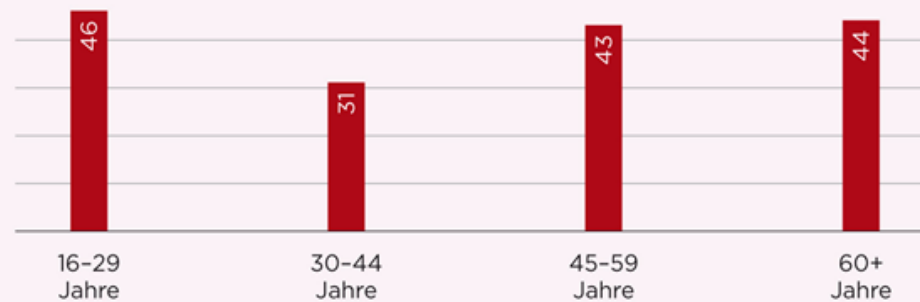
GESAMTBEVÖLKERUNG



NACH GESCHLECHT



NACH ALTER



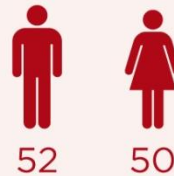
My home is my office

„2033 werden erheblich mehr Menschen als heute einen großen Teil ihrer beruflichen Aktivitäten von zu Hause aus erledigen.“
(Zustimmung, in Prozent)

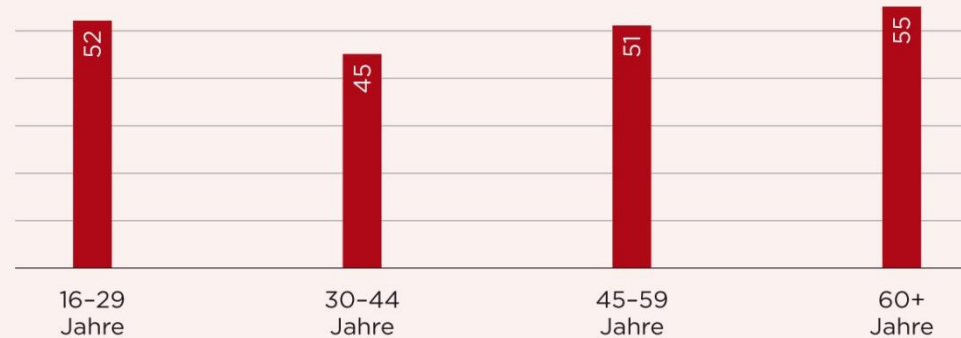
GESAMTBEVÖLKERUNG



NACH GESCHLECHT



NACH ALTER



Im Spannungsfeld zwischen stationärem Handel und Online-Shopping

Für den stationären Handel ist der Trend zum virtuellen Konsum eine beachtliche Herausforderung, vor allem bei **Kleidung, Elektrogeräten und Büchern**.

Kooperation von stationärem Handel und Online-Shopping.

Ca. 1 Viertel der Kunden: Beratung im stationären Fachhandel – Einkauf im Internet.

Ca. 3 Viertel der Kunden sind **entweder** nicht online **oder** verschaffen sich einen Überblick im Internet, kaufen aber im stationären Fachhandel.

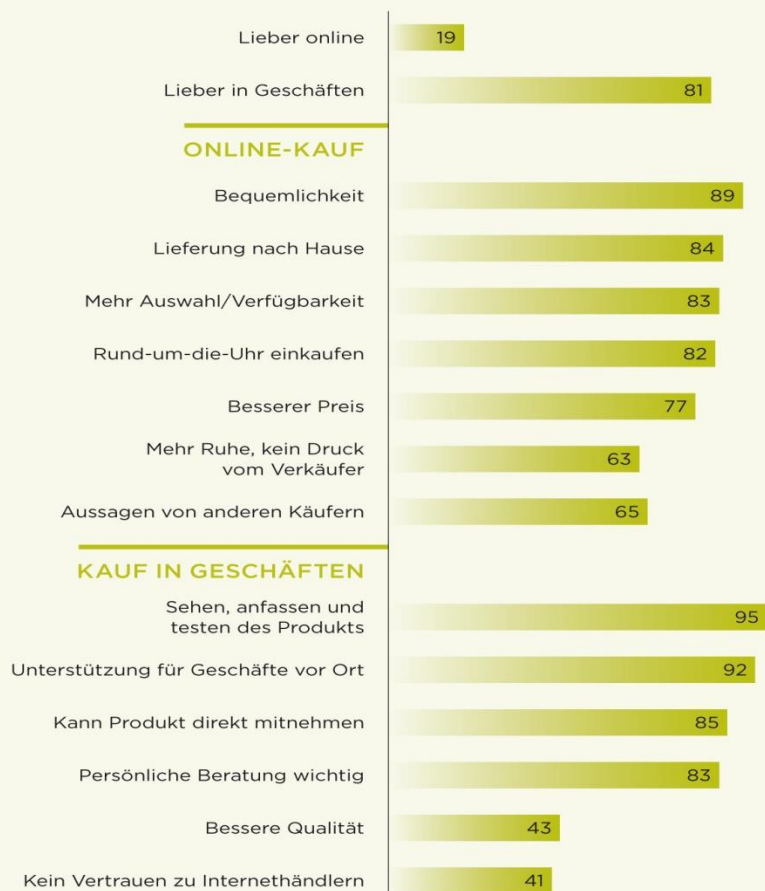
Trotz Servicequalität Verlust von Umsätzen und Arbeitsplätzen.

Im lokalen Bereich profitieren die Post und das Transportgewerbe von vermehrten Zustellungen.

Gründe für das Konsumverhalten

ONLINE-SHOPPING ODER EINKAUFSBUMMEL?

Von je 100 Befragten geben an, aus folgenden Gründen lieber online bzw. in Geschäften einzukaufen.



88% der ÖsterreicherInnen glauben, dass die Kunden zukünftig immer anspruchsvoller werden!

Auch zukünftig wird es eine Vielzahl von Konsumentinnen und Konsumenten geben,

- die den Einkauf mit allen Sinnen genießen,
- die eine persönliche Beratung schätzen
- und die die gekauften Produkte gleich mit nach Hause nehmen wollen.

In diesem Zusammenhang heißt freilich auch zukünftig der Zauberspruch: „**Noch mehr Servicequalität**“; eine Qualität, die ein online-Anbieter in dieser *persönlichen* Form niemals bieten kann.

Zukunftsträchtig sind selbstverständlich auch:

- die umfassende Nutzung der Möglichkeiten der neuen Medien +
- professionelle Internetauftritte + punktgenaue E-Mail-Werbung.

Auf dem Weg zum gläsernen Konsumenten

„Bis 2033 gibt es in Österreich den ‚gläsernen Konsumenten‘. Vor allem Dienstleistungsunternehmen werden die individuellen Bedürfnisse und Gewohnheiten der Menschen systematisch erheben und in großen Datenbanken speichern.“ (Zustimmung, in Prozent)

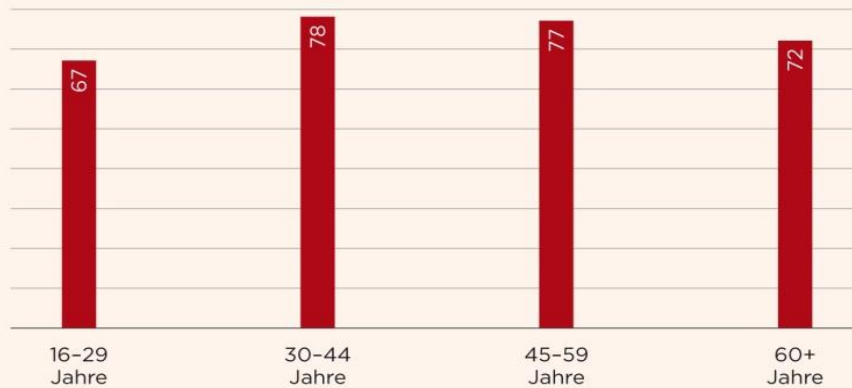
GESAMTBEVÖLKERUNG



NACH GESCHLECHT



NACH ALTER



Die vom Transhumanismus prognostizierte Herrschaft von superintelligenten Robotern über die Menschen ist langfristig nicht in Sicht!

„Singularity“?

Naives

INTELLIGENZ-

Verständnis!



TRANSHUMANISMUS – menschenverachtende, antidemokratische und technodiktatorische Utopie bzw. als Dystopie.

„Die Weltgeschichte ist auch die Summe dessen,
was **vermeidbar** gewesen wäre.“

(Bertrand Russell)

2 Gegentrends zur Digitalisierung



Die Macht der menschlichen Gewohnheiten als Gegentrend zur Technisierung und Digitalisierung

Der Durchschnittsmensch in der Gesellschaft, der
Wirtschaft und der Politik

tickt deutlich langsamer als die Planer in den
Entwicklungsabteilungen der Technikkonzerne!

Technikvorausschau: Die im Bereich der
Technikvorausschau tätigen Zukunftsforscher
irren sich aber fast immer beim prognostizierten Zeitpunkt
der Markteinführung neuer Technologien.

Evolution statt Revolution



Noch ein Gegentrend zur Digitalisierung: Sehnsucht nach Entschleunigung

Unsere digitalisierten Lebensbegleiter sind rund um die Uhr verfügbar. Aber wir Menschen brauchen auch zukünftig ein gesundes Maß an Entspannung und Privatheit.

Niemand kann uns zwingen, immer und überall erreichbar zu sein. Es liegt also nicht an unseren willenlosen Maschinen sondern an uns, ob wir – im doppelten Sinn des Wortes – abschalten können und wollen. Maschinen brauchen keine Erholung – Menschen schon.

Ein gefüllter Terminkalender ist noch lange kein erfülltes Leben!

Auch zukünftig werden die Friedhöfe voll sein mit Menschen, die sich zu Lebzeiten für unersetzlich hielten.

**„Es kommt nicht darauf an, die Zukunft vorherzusagen,
sondern auf die Zukunft vorbereitet zu sein.“**

(Perikles / Περικλῆς)

Vielfalt statt Einfalt.

Konsum-Prognosen mit dem Menschen im Mittelpunkt

www.reinhold-popp.at

**DANKE, DASS SIE MIR
ZUGEHÖRT HABEN.**