

: Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

www.zukunftsletter.de

INHALT

Power of Places

Was der Wohnort über Menschen, ihre Identität und ihre Konsummuster aussagt.

SEITE 2

Comeback der Mitte: Kreative Vielfalt statt Brachland

Die kreative Klasse revitalisiert die City-Zentren Lebens-, Wohn- und Arbeitsraum

SEITE 3

Grundriss 4.0

Individualisierte und flexible Lebensraum-Module werden starre Architekturen ersetzen

SEITE 4

Wohnen als Arznei

Wie der Megatrend Gesundheit in die eigenen 4 Wände einzieht

SEITE 5

Selfdesigner

Die neuen Männer entdecken den Wohnraum als Designobjekt

SEITE 6

Smart-Tech-Living

Best-Ager werden dank modernster Technologie in Zukunft bis ins hohe Alter autonom leben

SEITE 7

Der **Zukunftsletter** des VNR Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG und des Zukunftsinstituts von Matthias Horx
www.zukunftsletter.de
 Passwort des Monats Dezember:
www.zukunftsinstitut.de
 Kostenlose Redaktionssprechstunde zu inhaltlichen Fragen:
 Tel.: 0 61 74/9613-0, Fax: -20
 E-Mail: info@zukunftsletter.de

The Power of Places: Wohntrends 2020

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

„Wie Menschen denken und leben, so bauen und wohnen sie.“ – Was der deutsche Dichter und Philosoph Johann Gottfried von Herder vor mehr als 200 Jahren schrieb, könnte die moderne Trendforschung nicht treffender ausdrücken. **Die eigenen 4 Wände – ob gemietet oder selbst errichtet – und was sich darin befindet, bieten einen tiefen Einblick in unsere Persönlichkeit.** Umgekehrt gilt aber auch, dass die Beschäftigung mit soziokulturellen Veränderungen Rückschlüsse darauf ermöglicht, wie wir morgen leben werden. Die großen gesellschaftlichen Megatrends wie beispielsweise Individualisierung, Mobilität und Gesundheit sind dabei natürlich von entscheidendem Einfluss. Aber auch wirtschaftliche Krisen, technologische Sprünge, kollektive Bedürfnisse und veränderte Familienstrukturen nehmen Einfluss auf die Art, wie wir leben und wohnen.



Matthias Horx



Eike Wenzel

In diesem Zukunftsletter-Spezial haben wir für Sie die wichtigsten und einflussreichsten Trends analysiert und untersucht, wie sie sich auf unsere Wohnformen und Wohnungseinrichtungen auswirken werden. **Einige Beispiele:**

❖ **Die kreative Klasse**, die jungen mobilen Projekt- und Wissensarbeiter, erobern den urbanen Raum und verbreiten neue Lebens- und Wohnkonzepte.

❖ **Der demografische Wandel** wird uns in den nächsten Jahren zu einer der ältesten Gesellschaften der Welt machen. Doch dank geistiger Jugend und viel smarterer Technologie werden wir auch im hohen Alter autark wohnen können.

❖ **Die neuen Männer** entdecken die ehemalige Frauendomäne Haus & Heim für sich. Auch wenn es DEN neuen Mann nicht gibt, so gibt es doch ein neues männliches Selbstverständnis. Nach der Kosmetik- und Modeindustrie kann sich nun die Wohnbranche das Potenzial der „Zielgruppe Mann“ erschließen.

❖ **Unsere Gesundheit** definiert sich künftig nicht mehr als bloße Abwesenheit von Krankheit. Stress lindernde Services, Mood-Management-Systeme und prophylaktische Materialien werden in unseren Haushalten Einzug halten.

❖ **Die Individualisierung** unserer Gesellschaft wird weiter voranschreiten und auch vor zementierten Wohn-Gewohnheiten und Grundrissen nicht Halt machen.

Werfen Sie mit uns einen Blick in die Wohnwelten der (nahen) Zukunft.

Herzlichst, Ihr

Matthias Horx

Dr. Eike Wenzel