

## Megatrends – et avanceret kig i krystalkuglen

**Susanne Teglkamp**, er konsulent og direktør i Teglkamp & Co. Hun er uddannet jurist og reserveofficer og har et bredt erfaringsgrundlag fra ansættelser i det private erhvervsliv og i det offentlige. Hun har tung ledelsesmæssig erfaring og har bl.a. været kommunaldirektør, HR-direktør i to forskellige it-virksomheder og udviklingschef. Hun har i mange år arbejdet som managementkonsulent og ledelsesrådgiver.

Susanne arbejder som udgangspunkt med ledelse i øjenhøjde. Det vil sige, at hun møder lederne på deres bane, tager udgangspunkt i virksomhedernes udfordringer og arbejder ud fra en praktisk tilgang til udfordringerne.

Se mere på [www.tegkamp.dk](http://www.tegkamp.dk)



Når vi arbejder med visioner og strategier er vi også nødt til at prøve at se og forstå, hvad det er for en fremtid, vi bevæger os ind. Når vi skal vælge en retning at drive virksomheden i, så kan det let være lidt som at vælge i blinde. Jeg har endnu ikke mødt nogen, der kunne spå om fremtiden. Nogle bruger mavefornemmelser og andre fremskriver virksomhedens historiske udvikling. Vi har jo af gode grunde ikke data for den fremtidige udvikling, vi kan læne os op ad. Men fremtidsforskere kan alligevel hjælpe os om ikke med data om fremtiden så alligevel et kvalificeret bud på en mulig fremtidig udvikling. De anvender megatrends til at beskrive en mulig fremtid..

### 15 bud på megatrends

Der er forskellige metoder til at arbejde med fremtiden. En af metoderne er at inddrage megatrends. Megatrends er store, globale bevægelser, man med stor sikkerhed kan konstatere og forudse. Johan Peter Paludan fra Institut for fremtidsforskning fremhæver disse 15 megatrends:

1. Viden – viden og adgang til viden vokser
2. Ny teknologi – mindre hurtigere og billigere. Nye måder at bruge teknologi på
3. Acceleration – tidshorizonten bliver kortere
4. Hyperkompleksitet - Mere komplekse strukturer, flere valgmuligheder, flere påvirkninger, flere subkulturer, differentiering og specialisering.
5. Globalisering – øget integration mellem lande, byer og virksomheder i verden.
6. Kommercialisering - Markedet overtager stadigt flere af de områder, som tidligere blev varetaget i familien, civilsamfundet eller af staten. Privatisering
7. Velstand – velstanden øges verden over - I- og U-lande vil opleve stigende vækst i den personlige indkomst.

8. Demokratisering – demokratisering af kommunikationen, mere medbestemmelse, mindre autoritetstro, fra hierarki til netværk

9. Polarisering - Samfundsudviklingen kendetegnes ved stigende indkomstforskelle og øget ulighed i sundhed.

10. Immaterialisering - Blandt andet som følge af velstandsstigningen kommer der i fremtiden øget vægt på de immaterielle værdier, herunder livsstilsforbrug og etiske værdier

11. Individualisering – Frit valg på alle hylder, personlige individualiserede løsninger Man ønsker valgfrihed, skræddersyede løsninger og muligheder for at realisere sig selv som unikke individer, der gør en forskel

12. Netværk - Både digitale og analoge netværk vil i fremtiden ses anvendt i nye effektive former, som øger den teknologiske, samfundsmæssige og økonomiske udvikling.

13. Sundhed - Sundhed handler ikke kun om behandling men også om at forebygge overvægt og stresssygdomme m.v. og forbedre sundheden gennem et bedre miljø og en sundere livsstil. Sundhed drejer sig ikke kun om fravær af sygdom, men er i stigende grad blevet et positivt begreb, som omfatter vitalitet, energi, udstråling, balance og magt over livet.

14. Miljø – klimaændringer større fokus på menneskeskabte miljøændringer, mere regulering

15. Aldring – en global udfordring, mennesker lever længere, befolkningstilvæksten stagnerer, der bliver færre i den arbejdsdygtige alder

### **Hvordan bruger man megatrends?**

Det vil formentlig ikke være alle 15 megatrends, som har direkte betydning for Jeres virksomhed. Derfor kan I starte med at spørge jer selv om, hvilken af de 15 megatrends, der er relevante for Jer at arbejde med.

Spørg dernæst Jer selv, hvordan disse megatrends vil påvirke jeres virksomhed. Hvis de valgte megatrends har konsekvenser for jeres forretning, bør I tænke dem med ind, når I arbejder med strategien. Det kan være at megatrends giver nogle nye forretningsmuligheder, når man tænker dem med ind og det kan også give nogle udfordringer, som man skal tage højde for i den fremtidige udvikling af virksomheden.

Held og lykke med fremtiden!