



Arbeitsmarktservice  
Wien  
BerufsInfoZentrum

## Vision-Rundschau Innovationen-Trends-Prognosen

---

### Cluster 2016: Dienstleistungstrends

---

IMPRESSUM: \*\*\* Gegründet Juni 1996 \*\*\* unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 6, Gumpendorfer Gürtel 2b, 1060 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, [Katharina.Welan@ams.at](mailto:Katharina.Welan@ams.at) Die Vision-Rundschau im Internet: <http://www.ams-forschungsnetzwerk.at> (auf „Publikationen“ klicken und dann links auf „AMS Vision-Rundschau“ – mit ABO-Möglichkeit)

---

### Event der Zukunft

Diese Welt ist paradox, vielschichtig und immer fragmentierter. So leben wir ein „Pop-up“-Leben: Wir haben gelernt zu lieben, was sich uns gerade in den Weg stellt.

Mitten im Übergang zur nächsten Gesellschaft ändern sich Paradigmen, es entstehen neue Kulturtechniken und Rituale. Und dabei spielt das Event eine wesentliche Rolle, weil es selbst zu einer Kulturtechnik geworden ist. Die vorliegende Lektüre soll Profis inspirieren, gesellschaftliche Entwicklungen auf die Konzepte ihrer nächsten Events zu spiegeln.

#### Themen der Studie

##### *Events erzählen Geschichten*

Über den ersten Event, Geschichten erzählen im digitalen Zeitalter, von Helden und guten Geschichten, vom eigenen Erleben, visuelle Geschichten und die Industrie der Geschichtenzeichner.

##### *Events sind Live-Höhepunkte im digitalen Strom*

Über die Teilnahme in der real-digitalen Netzwerkgesellschaft, Hybrid-Events im real-digitalen Zeitalter und die Macht des Bildes.

##### *Events brauchen Visionen*

Über Sinnstiftende übergeordnete Zusammenhänge, die Nutzung schöpferischer Orte, die Werthaltigkeitsebene und Tiefendimension, Richtung und Perspektiven, den Zusammenhang von Tradition und Zusammengehörigkeit, die Transzendenzdimension, Metasphären und Glücksmomente im Anti-Alltag und kollektive Emotionen.

##### *Entschlüsselung des Event-Genoms*

Über die Bestandteile der Event-DNS und ihre Veränderung, die Vergangenheit als Auslöser, den Faktor Zeit als Empfindungsregler, die reale Verortung als Digital-Kur, Rituale sind Anker in einer komplexen und globalisierten Welt.

##### *Weitere Themenschwerpunkte:*

- Die Rolle regionaler Aspekte im Kontext des Megatrend Globalisierung und der Siegeszug von Sustainable Partys durch den Megatrend Neoökologie

- Eine visualisierte und kommentierte Reihe zur Evolution von Event-Charakteristika zu gestern und morgen.
- Glück, Genuss und Gesundheit gleichzeitig erleben. Sich- Gehenlassen ja, aber bitte ohne Reue am nächsten Tag.
- Die neuen Werte der Kreativökonomie, Co-Creation, die neue Wir-Kultur und den Zuschauer als Teilnehmer
- Nostalgietrends als Kontrapunkt zur Beschleunigung unseres Alltags in einer globalisierten und vernetzten Welt.
- Der Alltag als perfekt inszenierter Event, damit verbundene neue Dienstleistungsmärkte.

Event der Zukunft | Christiane Varga | Januar 2016 | 104 Seiten | ISBN: 978-3-945647-17-2

[https://onlineshop.zukunftsinstitut.de/shop/event-der-zukunft/?utm\\_source=Zukunftsinstitut+Email-Verteiler&utm\\_campaign=227c0406a2-EventDZukunft\\_19.01.2016&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_ffe62bfdc6-227c0406a2-106162461&mc\\_cid=227c0406a2&mc\\_eid=71101e3501](https://onlineshop.zukunftsinstitut.de/shop/event-der-zukunft/?utm_source=Zukunftsinstitut+Email-Verteiler&utm_campaign=227c0406a2-EventDZukunft_19.01.2016&utm_medium=email&utm_term=0_ffe62bfdc6-227c0406a2-106162461&mc_cid=227c0406a2&mc_eid=71101e3501), Februar 2016)

### **Handel findet Stadt - Der neue Retail Report 2017**

Was passiert mit unseren Innenstädten, wenn die Digitalisierung des Handels immer mehr an Fahrt aufnimmt? Wer durch die unterschiedlichsten kleinen oder mittelgroßen Städte Deutschlands bummelt, verspürt mehr Einkaufsfrust als Einkaufslust: zahlreiche leerstehende Geschäfte, viele Billig-Läden und Filialen von Ketten, die überall das Gleiche anbieten, prägen das Bild. Dass es auch anders gehen kann, zeigt der neue Retail Report 2017. Die beiden Expertinnen Theresa Schleicher und Janine Seitz präsentieren darin drei innovative Szenarien für die Zukunft der Innenstädte: Borderless Local, Smart Spaces und Heimat-Hubs.

Klar ist: Der wirtschaftliche Erfolg der mittelgroßen und kleinen Innenstädte in Deutschland wird in Zukunft zu einer großen Herausforderung aller Akteure: Einzelhändler, Städtebauer und Stadtplaner, Architekten, Stadtmarketing, Immobilienentwickler und -besitzer – alle sind gefragt. Nur gemeinsam können Städte attraktiv gestaltet werden. Eine der zentralen Anforderungen mit Blick auf den Handel lautet: ein umfangreiches Angebot mit lokaler Verankerung und Kundennähe zu verbinden. Denn Konsumenten sind es bereits heute nicht mehr gewohnt, eindimensional einzukaufen und sich mit einer beschränkten Auswahl vor Ort zufrieden zu geben.

#### *Schwerpunkte des Retail Reports*

01 Retail Disruption: Im Handel entscheidet die Digitalisierung künftig über Top oder Flop. Digitale Innovatoren aus anderen Branchen bringen frischen Wind in die Handelslandschaft – und stellen Retailer und Marken vor neue Herausforderungen.

02 Streaming Retail: Der Trend zum Streaming macht aus dem Konsum einen Kreislauf: Der Akt des Kaufens ist nie endgültig abgeschlossen, das Produkt nie endgültig vollständig. Updating wird zum Credo, das auch dem Handel neue Vertriebschancen bietet.

03 Blue Commerce: Ökosozialer Konsum löst sich vom Weltrettungsgedanken durch Verzicht und entwickelt sich zu einem Konsum, der ethisch korrekt ist, aber auch Spaß macht, der nachhaltig und verschwenderisch zugleich ist.

04 Hobby Professionals: Quereinsteiger sorgen für frischen Wind und kreative Konzepte im Handel. Ihr Hobby ist ihre Passion, die sie mit Herzblut leben. Monetäre Aspekte sind für die Hobby Professionals zweitrangig, Geld verdienen sie mit ihrem Job – und genau das macht sie einzigartig, authentisch und erfolgreich.

05 Chatvertising: Der weltweite Boom von Instant Messaging und die Öffnung der Anbieter für kommerzielle Zwecke bietet einen neuen Marketingkanal für Unternehmen. Doch die Kunst, via Chat zu begeistern, erfordert kommunikatives Fingerspitzengefühl.

*Weitere Inhalte:*

- **Branchenfokus Luxus:** Obwohl wir in einer Zeit leben, in der zukünftige Gesellschaftsstrukturen als besonders unberechenbar gelten und in der Schlagzeilen von Krisen, Altersarmut und existenzieller Unsicherheit dominieren, floriert ein Markt, der sich gerade nicht auf vernünftiges Handeln und Sparen stützt, sondern auf hedonistisches Konsumieren: der Luxus-Markt.
- **Themenschwerpunkt Omni-Security:** Die Digitalisierung setzt neue Maßstäbe in Sachen Kommunikation, Privatsphäre und Identität. Die umfassende Vernetzung ist der vorrangige Grund für ein neu anbrechendes Sicherheitszeitalter. Neu ist auch, dass die Verantwortung für Sicherheit künftig stärker bei den Unternehmen und Individuen selbst liegt. Dieser Wandel erfordert ein verändertes Sicherheitsverständnis und neue Kompetenzen im Umgang mit Unsicherheit.
- **Themenschwerpunkt Zukunft der Innenstadt:** Ein Einkaufsbummel durch so manche deutsche Klein- oder Mittelstadt: eine geringe Auswahl an Produkten, zahlreiche geschlossene, inzwischen leerstehende Geschäfte oder Läden für Billigprodukte. Jedes zehnte Ladengeschäft in Deutschland sei von der Schließung bedroht, so die Studie „Stadt, Land, Handel 2020“ vom Institut für Handelsforschung (IFH Köln 2015a). Während die Retail-Landschaft in den Metropolen floriert und experimentierfreudig ist, bieten Einkaufsstraßen anderer Kommunen lediglich ein ähnliches Bild von international agierenden Handelsketten.

Angaben zum Report: Retail Report 2017, Autoren: Janine Seitz, Theresa Schleicher  
Juni 2016, 116 Seiten, ISBN: 978-3-945647-31-1, 125.00 € zzgl. 7 % MwSt.  
([www.zukunftsinstitut.de/retailreport2017](http://www.zukunftsinstitut.de/retailreport2017), Juni 2016)

## Slow Travel

Die Tourismusbranche hat ihre Strukturen in der Vergangenheit auf Schnelligkeit und Effizienz hin entwickelt – und stößt damit an ihre Grenzen. Jenseits von Pauschalurlaub, Massentourismus und Jetset-Mythos etabliert sich daher jetzt Slow Travel als erfolgreiche neue Form von Erlebnisreisen.

- 1** Tempo drosseln  
(„slow down“)
- 2** die Komfortzone ausweiten  
(„stretch your comfort zone“)
- 3** vereinfachen  
(„simplify“)
- 4** von Plänen loslassen  
(„let go of the plan“)
- 5** weniger ausgeben  
(„spend less“)
- 6** Fuß fassen  
(„take root“)
- 7** sich einfügen  
(„blend in“)
- 8** auf Fremde vertrauen  
(„rely on strangers“)
- 9** Dankbarkeit zeigen  
(„practice gratitude“)
- 10** das Gewöhnliche wertschätzen  
(„celebrate the ordinary“)

Slow Travel lässt sich im Luxus- wie im Low-Budget-Segment realisieren, in der freien Natur ebenso wie in Städten, privat und im Rahmen geschäftlicher Anlässe. Das Phänomen hat seine Wurzeln im Megatrend Individualisierung und ist Teil des wachsenden Anspruchs nach Selbstgestaltung des eigenen Urlaubsideals. Das Tempo drosseln, Qualitätserlebnisse anders wahrnehmen, wirklich genießen statt nur Eindrücke sammeln – all das hat mit einer neuen persönlichen Haltung zu tun. Bedingt wird der Wandel durch das immer stärker verbreitete Gefühl, dass die Welt schneller zu werden scheint und der Alltag definitiv komplexer wird. Hier werden die Zeiten des Resets, des Pausierens, Tiefdurchatmens und Anhaltens umso wertvoller.

(<http://www.zukunftsinstitut.de/artikel/slow-business/slow-travel>, Juli 2016)