

5

NEUE GLOBALISIERUNGS- TRENDS

DIE UNTERNEHMEN KENNEN MÜSSEN





Europa ist erschöpft. Es ist nicht am Ende, aber es ist der Beginn einer neuen Lebensphase – oder sollte es zumindest sein. Wer sich als Mensch in einer Erschöpfung befindet, sollte sich keine unreflektierten Höchstleistungen vornehmen, sondern einen Weg finden, klug mit der nun „neuen“ Lebenssituation umzugehen.

Im Kontext der Globalisierung gilt es, in Europa den Übergang von einer quantitativen zu einer qualitativen Globalisierung zu schaffen. Es sind nicht mehr die großen Zahlen des Wachstums, die Europas Zukunft prägen werden. Es geht vielmehr darum, gemeinsame Lösungen für die Probleme der Welt zu kreieren.



Die folgenden 5 Trends helfen Unternehmen, die global agieren oder von globalen Abhängigkeiten beeinflusst werden, die Orientierung zu behalten, neue Wege zu entdecken und ihr Unternehmen so aufzustellen, dass es auch in Zukunft erfolgreich in einer globalen Welt ist.



01



DAS ERSCHÖPFTE EUROPA

AUFWACHEN UND NEUE PARTNER SUCHEN

Die Aussagen, die sich in der Megatrendstudie Globalisierung verdichten, sind klar: Die USA gewinnen – Europa verliert im globalen Spiel. Es steht an einem Scheideweg: Herausgefordert von den wachsenden Ambitionen Chinas oder der USA, sucht der Kontinent nach neuen Partnerschaften, um seine globale Position ökonomisch und politisch zu stärken. Gemeinsam mit diesen neuen Partnern kann Europa die Grundlagen für eine qualitative Globalisierung legen – eine Globalisierung also, die nicht nur auf reines Wachstum setzt, sondern auch auf qualitative Aspekte wie Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit. Europa mag erschöpft wirken, doch besitzt der Kontinent weiterhin die Kraft, die Globalisierung aktiv mitzugestalten – zu mehr Vielfalt und Nachhaltigkeit. Was es dafür braucht, ist Mut.

GESUCHT: FREUNDSCHAFTLICHE ALLIANZEN

Der Trend Friendshoring setzt sich aus den Begriffen „Friendship“ und „Offshoring“ zusammen. Er bezeichnet einen neuen Weg in den Beziehungen zwischen Staaten: Gesucht werden strategische, im Idealfall langfristige Partnerschaften, die über reine Wirtschaftsbeziehungen hinaus auf Zusammenarbeit und gegenseitigem Nutzen basieren. Um diese Partnerschaften erfolgreich zu gestalten, ist es unerlässlich, Vertrauen zwischen den beteiligten Ländern aufzubauen. Auf dieser Grundlage bilden sich neue Netzwerke, Communities und Institutionen. Sie finden ihren Ursprung nicht mehr in der Nachkriegszeit des vergangenen Jahrhunderts, sondern sind deutlich aktueller und damit zeitgemäßer. Für Entscheider:innen stellt sich damit die Frage: Wo sind meine Freunde, mit denen ich den globalen Herausforderungen meines Unternehmens begegnen kann? Zukünftige Geschäftsbeziehungen basieren nicht nur auf klassischen Supply-Chains, sondern auf Trust-Networks, die Risiken deutlich reduzieren. Daher sind diese elementarer Teil einer gelungenen qualitativen Globalisierung.



02

FRIEND- SHORING

03

DEPENDABILITY

Das Kunstwort „Dependability“ (aus Sustainability und Dependency) beschreibt die Notwendigkeit, als Staat oder Unternehmen strategische Abhängigkeiten zu erkennen und diese im Sinn der Nachhaltigkeit zu reduzieren, zum Beispiel, was den Zugang zu Ressourcen betrifft. Sinkt die Abhängigkeit, verbessert sich die systemische Resilienz. Echte Nachhaltigkeit lässt sich nicht durch isolierte Lösungen erreichen, sondern nur im Systemverbund.

Dependability ist daher ein Trend, der auf die Vernetzung und Integration von Menschen, Organisationen und Technologie setzt, um systemische Emergenz zu erreichen und Nachhaltigkeit wirklich zu fördern – unabhängig von allen medialen Scheingefechten der Gegenwart. Durch die Reduzierung von Abhängigkeiten und die Stärkung von Resilienz lässt sich eine zukunftsfähige und nachhaltige Welt gestalten.

**JE RESISTENTER,
DESTO NACHHALTIGER**



04

ECO PROPOSITIONS

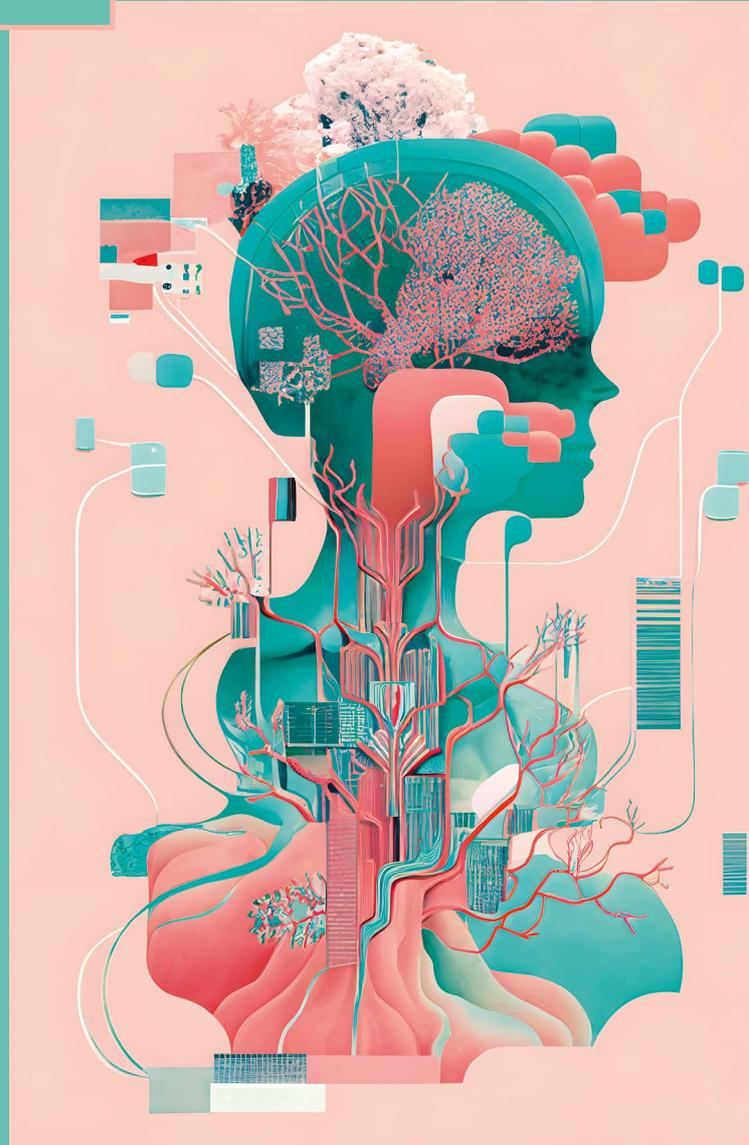
**DIE VERBINDUNG AUS
WIRTSCHAFTLICHEM ERFOLG UND
ÖKOLOGISCHER VERANTWORTUNG**

Value Proposition – also das Wertversprechen – wird zur Eco Proposition: Immer mehr Produkte und Services legen den Fokus auf ökologische Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Und zwar jenseits von Greenwashing-Effekten, die heute von Kunden schnell als solche enttarnt werden. Unternehmen mit einer Eco Proposition sind die Gewinner von morgen. Sie verstehen: Nachhaltigkeit ist kein trendiger Zusatz, sondern ein unverzichtbarer Bestandteil des Geschäftsmodells. Damit zeigen sie, dass sich wirtschaftlicher Erfolg mit sozialer Verantwortung und ökologischer Nachhaltigkeit kombinieren lässt.

Die Eco Proposition betrachtet die ganze Bandbreite der Angebote für Kund:innen: den Kundenwert, den ökologischen Wert sowie den unternehmerischen Wert. Alle drei Bereiche sind essentiell, um zukunftsfähige Angebote zu entwickeln. Innovationen im Bereich von Green Finance, aber auch neue ökonomische Modelle sind hierbei ebenso relevant wie die eigene Innovationskraft.

NEU, SMART UND EFFIZIENT

Smart Innovations entscheiden über die Zukunft der technologischen und wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes. Sie stehen für kreative und intelligente Lösungsansätze, die auf der Nutzung digitaler Technologien sowie der Analyse von Echtzeitdaten basieren. Das Herzstück der Smart Innovations sind Smart Solutions – also intelligente, vernetzte und interaktive Technologien, die Prozesse verbessern, Ressourcen effizienter nutzen und das Leben der Menschen erleichtern. Ein zentraler Aspekt von Smart Innovations ist die Technologieoffenheit: Die entwickelten Lösungen und Systeme sind so konzipiert, dass sie mit verschiedenen Technologien kompatibel sind und sich immer wieder neuen Entwicklungen anpassen. Smarte Systeme reagieren automatisch auf ökologische und soziale Veränderungen. Die Implementierung und Nutzung von digitalen Plattformen, Systemen mit Künstlicher Intelligenz und datengetriebenen Lösungen ist hierbei die Grundvoraussetzung.



05

SMART INNOVATIONS

NUTZEN SIE DIE TRENDS UND ENTWICKELN SIE IHREN ZUKUNFTSPLAN GLOBALISIERUNG

Das Megatrendstudio Globalisierung ist ein digitales Working Tool, das Ihnen Orientierung für die unternehmerische Praxis gibt.

Schaffen Sie sich Handlungsräume und arbeiten Sie an der Zukunft Ihres Unternehmens.

- Verstehen Sie den Megatrend Globalisierung
- Erkennen Sie die Handlungsfelder
- Entwickeln Sie Ihren individuellen Zukunftsplan Globalisierung



[➤ Zum Megatrendstudio Globalisierung](#)

Seit 1998 forscht das Zukunftsinstitut für die Entwicklung von Menschen und Organisationen – und stärkt damit die Zukunftskompetenz in Wirtschaft und Gesellschaft. Seine Analysen und Erkenntnisse teilt das Zukunftsinstitut in seinen Publikationen, Vorträgen und Events. Strategische Entscheiderinnen und Entscheider werden mit eigenen Beratungsformaten begleitet.

Mit einem Kernteam in Frankfurt, Wien und im Ruhrgebiet sowie einem breiten Netzwerk von Fachexpertinnen und -experten prägt das Zukunftsinstitut die Trend- und Zukunftsforschung maßgeblich und schafft seit jeher Raum für neue, zukunftsweisende Strategien, wirtschaftliche Transformation und Innovation.

Das Zukunftsinstitut versteht sich als Sparringspartner um neues Denken zu ermöglichen. Das macht es heute zu einem international führenden Ansprechpartner bei Fragen zur Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft.