

---

## **Ford schaut auf die Megatrends: Radikalisierung und Kreativität**

Rund um den Globus fühlen sich die Menschen durch Veränderungen zunehmend verunsichert. Zwei von drei Erwachsenen erleben sich selbst als von den Unruhen in der Welt überwältigt. Gleichzeitig erhöht die zunehmende Geschwindigkeit der Veränderung die Bereitschaft zu radikalen Lösungen ebenso wie die zum Rückzug ins Private. Das sind Entwicklungen, die nicht nur die Politik, sondern auch die Wirtschaft bewegen. Das zeigt der diesjährige Trend-Report von Ford.

„Die Verlagerung globaler Prioritäten, politische Umwälzungen und das Gefühl sozialer Ungleichheit haben viele Menschen verunsichert. Doch Chaos und Konflikte scheinen Menschen auch zu motivieren“, sagt Sheryl Connelly, Ford Global Consumer Trends and Futuring Manager. „Viele von ihnen verspüren Energie und Kreativität wie nie zuvor.“ Hier die spektakulärsten Ergebnisse der Ford-Studie:

39 Prozent der Erwachsenen sind der Meinung, dass es ihnen nichts ausmacht, ihre persönlichen Informationen mit Unternehmen zu teilen, während 60 Prozent frustriert sind, wie viel ihrer Informationen öffentlich geworden ist.

76 Prozent der Erwachsenen auf der ganzen Welt finden es unheimlich, wenn Unternehmen zu viel über sie wissen.

52 Prozent der Erwachsenen glauben, dass künstliche Intelligenz mehr schaden als nützen wird. Trotzdem sehen 61 Prozent hoffnungsvoll der Zukunft von autonomen Fahrzeuge entgegen.

68 Prozent der Erwachsenen sind vom Leid in der Welt überwältigt, 51 Prozent fühlen sich schuldig, weil sie nicht mehr getan haben, um die Welt besser zu machen.

81 Prozent der Erwachsenen sind besorgt über die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich.

54 Prozent der Erwachsenen geben an, dass sie weniger Schlaf bekommen als noch vor einem Jahr, bei den 18- bis 29-Jährigen sind es sogar 65 Prozent.

73 Prozent der Erwachsenen sind der Meinung, dass sie sich besser um ihr emotionales Wohlbefinden kümmern sollten.

Über diese Momentaufnahmen hinaus versucht Ford auch im aktuellen Bericht wieder Megatrends zu benennen:

Globale Umwälzungen zeigen sich in allen Bereichen von der Politik bis zur Popkultur, Menschen reagieren auf diese Veränderungen mit Polarisierung. Mit zunehmender Spaltung nimmt der offene Dialog ab und das Gefühl, überfordert zu sein, nimmt zu.

Eine zunehmende Polarisierung rüttelt am Weltbild der Konsumenten. Scheinbare Gewissheiten und Erwartungen kollabieren, es entsteht eine neue Debattenkultur.

Weltweit steht die Ungleichheit im Mittelpunkt. Aktivisten und Unternehmer experimentieren mit neuen Wegen, um den Zugang zu Bildung zu verbessern, produktive Beschäftigung zu erhöhen, Lohnunterschiede zu schließen und allen Menschen einen erschwinglichen Zugang zu grundlegenden Lebensstandards und Infrastruktur zu

---

ermöglichen.

Mit dem allgegenwärtigen Nachrichtenfluss sind wir uns mehr denn je der Herausforderungen bewusst, mit denen Verbraucher weltweit konfrontiert sind. Die Menschen reflektieren immer mehr ihre Rolle in der Gesellschaft und konzentrieren sich zunehmend darauf, wie sie sich engagieren können.

Die Erkenntnis setzt sich durch, dass ein gesunder Körper einen gesunden Geist erfordert. Als solche rücken psychische Gesundheit und Wohlbefinden als Themen in den Vordergrund, mit denen sich Einzelpersonen, aber auch Regierungen und Unternehmen auseinandersetzen müssen.

Viele Verbraucher sind auf der Suche nach etwas Neuem, nach materiellen Gütern oder Glückserfahrungen. Während sich zeitsparende Dienstleistungen vermehren, wünschen sich Verbraucher vor allem eins – mehr Zeit.

Big Data behauptet, unser Verhalten interpretieren zu können, was theoretisch den Verbrauchern helfen sollte. Aber mit Big Data kann es auch zu großen Verzerrungen kommen. Sobald persönliche Informationen abgegeben werden, bleibt den Verbrauchern nur die Hoffnung, dass die Unternehmen verantwortungsbewusst damit umgehen.

Virtuelle Realität, künstliche Intelligenz und autonome Technologie sind längst in unseren Alltag eingebettet. Weltweit fragen sich die Menschen, was der Ansturm intelligenter Technik für die Gesellschaft bedeutet und ob sie sich wirklich so positiv auswirken wird, wie es von vielen prognostiziert wird.

Sind Ehe und Elternschaft noch immer die gewünschten Normen für ein glückliches Leben? Paare von heute haben mehr Wahlmöglichkeiten und eine insgesamt längere Lebensspanne, die es zu berücksichtigen gilt.

Bis 2050 sollen fast 75 Prozent der Weltbevölkerung in urbanen Gebieten leben. Um das volle Potenzial der Städte auszuschöpfen und um sie als gesunde Lebensräume zu erhalten, müssen wir Transport, Beschäftigung, Wohnen, Wellness sowie die komplette Infrastruktur intelligent planen.

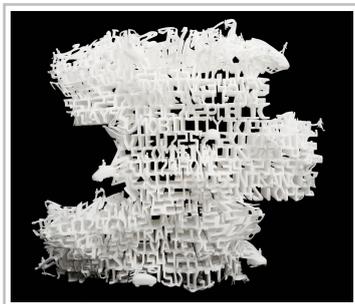
Mit erstaunlichen 87 Prozent stimmt die Mehrzahl der Verbraucher darin überein, dass Städte bessere Transportmöglichkeiten benötigen. Hier kommt eine Vielzahl von neuen Anbietern ins Spiel, natürlich auch die Automobilhersteller. Da vernetzte, nachhaltige und autonome Technologien das Verkehrswesen rasch verändern werden, engagiert sich hier auch Ford. Das Unternehmen werde sich darauf konzentrieren, „vertrauenswürdige Mobilitätslösungen anzubieten, die das Leben der Verbraucher ein Stück besser machen“, sagt Sheryl Connelly, die bei Ford die Zukunft „im Griff“ hat, auch in Form des „Ford Trends Report 2018“ unter [www.fordtrends.com](http://www.fordtrends.com). (ampnet/Sm)

---

## Bilder zum Artikel



Foto: Auto-Medienportal.Net



Die ausgezeichnete Vision der Stadt der Zukunft.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi



Ford Logo Oldtimer

Foto: Auto-Medienportal.Net