

# R Diagnosen, Prognosen und Visionen

Trendforum 2008 in der Münchener BMW-Welt



Trend-Community in der BMW-Welt

Wo ließe sich besser über Trends und die Zukunft diskutieren als in der Münchener BMW-Welt, in der die Zukunftsvision des Automobilkonzerns sozusagen zu Glas geworden ist. Zum siebten Mal veranstalteten das Management Forum Starnberg und die Verlagsgruppe Handelsblatt das Trendforum. Trendfor-



Auftaktrunde (v.l.): Prof. Franz Liebl (Universität d. Künste, Berlin), Liselotte Lingsø (futurenavigator, Dänemark), Karlheinz Steinmüller (Z\_punkt) und Moderator Christian Böllhoff (Prognos)

Josephine Green (Philips): pyramids and pancakes



Plenum und in Break-out-Sessions die Teilnehmer über die Dinge ins Bild setzen, die da kommen werden oder könnten.

„Das zwanzigste Jahrhundert ist vorbei, aber wir verhalten uns immer noch so wie damals“ – das zumindest meinte Josephine Green, Senior Director Social Innovation bei Philips Design. Green prägte das Bild der Pyramide für die Vergangenheit – bestimmt durch hierarchische Strukturen. Dagegen seien die Anforderungen von Gegenwart und Zukunft komplex und dezentralisiert, die Strukturen netzwerkartig. Die Pyramide sei flach geworden und zum Pfannkuchen mutiert. „Wir müssen unser Denken ändern“, leitet Green daraus ab – fast unnötig zu sagen, dass die Konsequenzen bei Philips längst umgesetzt werden. [www.trendforum-live.de](http://www.trendforum-live.de)

## R Kein Kauf bei schlechten Noten

Negative Testergebnisse beeinflussen Konsumenten

Testberichte haben großen Einfluss auf Kaufentscheidungen. Das geht aus einer aktuellen Studie des Marktforschungsinstituts Lightspeed Research hervor. So würden 40 Prozent aller Deutschen ihre Meinung über ein Produkt ändern, das sie kaufen wollen, nachdem sie drei schlechte Kritiken gelesen haben. 30 Prozent ändern ihre Meinung bereits nach zwei negativen Berichten, sechs Prozent nach nur einem.

Am häufigsten werden Testergebnisse beim Kauf von technischen Geräten (66 Prozent) wie Kameras, MP3-Spielern oder Handys zu Rate gezogen. Auch bei Küchengeräten (65 Prozent) und Computern (62 Prozent) konsultieren die Deutschen gerne Tests. Für die Studie wurden jeweils 1000 Teilnehmer aus Deutschland, Großbritannien und Frankreich befragt.

[www.lightspeedresearch.com](http://www.lightspeedresearch.com)

Fotos: Unternehmen

schung, Innovationsmanagement und Trendmarketing umfasst das Themenspektrum des Symposiums, das in Bezug auf Zielgruppe, Referenten und Rahmenprogramm „hochkarätig“ angelegt ist, was sich durchaus in der Teilnahmegebühr reflektiert.

Dafür konnten die etwa 250 Teilnehmer einiges erleben. Geboten waren Networking-Veranstaltungen mit dem Koch der deutschen Fußball-Nationalmannschaft oder ein Get-together in einer renommierten Kunstgalerie. Geboten war auch eine begleitende Erlebniswelt, in der man beispielsweise interaktive „Microsoft Surface“-Tische – eine Art tischgroßes iPhone – nicht nur sehen sondern tatsächlich ausprobieren konnte. Geboten waren in erster Linie aber natürlich prominente Referenten – Stargast war Geox-Gründer Mario Polegato –, die im

## R Vertrauenskrise

Deutsche bäugten Finanzwelt skeptisch

Wenige Wochen nach dem bisherigen Höhepunkt der weltweiten Finanzkrise bleibt das Vertrauen der Deutschen in die Finanzwirtschaft schwer beschädigt. Lediglich sieben Prozent der Bundesbürger vertrauen aktuell noch der Kreditwirtschaft, 70 Prozent äußern hingegen offenes Misstrauen. Das zeigt der „YouGov TrustTracker“ von psychonomics, der seit Zuspitzung der Finanzkrise täglich 1000 Bundesbürger ab 18 Jahren zu ihrem Vertrauen in die Finanzwelt und

die allgemeine wirtschaftliche Situation befragt.

Und dennoch – kleine Lichtblicke gibt es. So konnte der rapide Vertrauensverlust aufgrund des stabilisierenden Effekts nationaler wie internationaler Rettungspakete zumindest gestoppt werden. Zudem ist das Vertrauen der Kunden in ihre „eigenen“ Banken und Versicherungen deutlich höher ausgeprägt als in die Finanzbranche insgesamt.

[www.psychonomics.de](http://www.psychonomics.de)