

Die Megatrends des 21. Jahrhunderts

Was sind sie ? Wie kann man sich daran beteiligen ?

JOHANNES T. BARTH*



Der Begriff Megatrends ist unweigerlich mit dem Namen seines Erfinders, dem Trend- und Zukunftsforscher John Naisbitt, verbunden. In seinem ersten Buch «Megatrends», das 1982 erschienen ist, in 57 Ländern publiziert und mehr als 9 Millionen Mal verkauft wurde, machte er den Begriff der Globalisierung bekannt. Gerade diese Globalisierung, die seither viele Unternehmen dazu gebracht hat, ihre Strategien zu überdenken und in der internationalen Expansion ihr Wohl und das ihrer Aktionäre zu suchen, hat natürlich auch das Ausmass der Finanzkrise massgeblich beeinflusst und im Jahr 2008 die Weltwirtschaft an den Rand des Kollaps geführt.

Der Megatrend. Mittlerweile gilt der überwiegende Teil seines Wirkens der Analyse der Entwicklung Chinas. Kein Wunder also, das die jüngste Veröffentlichung aus dem Jahre 2009 den Titel «Chinas Megatrends» trägt.

Aber was genau sind Megatrends. Laut Matthias Horx sind Megatrends die grossräumigen, langfristigen Treiber des Wandels. Es sind die »Blockbuster« der Veränderungskräfte, die Zivilisationsformen, Technologie, Ökono-

mie, Wertesysteme verändern und durchdringen und mindestens 50 Jahre andauern. Sie sind weitgehend resistent gegen Rückschläge und zeigen Auswirkungen in allen menschlichen Lebensbereichen. Und genau das ist es, was sie für Investoren so interessant machen: Langfristige Trends, die nach und nach die gesamte Gesellschaft nicht nur national, sondern auch international erfassen und verändern. Diese zu finden und an ihnen zu partizipieren, danach streben viele Marktteilnehmer.

Käfer und Microsoft. Doch ganz so einfach ist dieses Unterfangen leider nicht. Wer hätte 1938 schon daran gedacht, dass mit dem Bau des Käfers durch Ferdinand Porsche das meistverkaufte Auto der Welt entstehen würde? Oder wer hätte 1975 der in einer Garage entstandenen Firma Microsoft zugetraut, einmal mit ihrem Betriebssystem die Welt wie im Flug zu erobern, an die 100'000 Menschen weltweit zu beschäftigen und einen ihrer Gründer zum reichsten Menschen der Welt zu machen?

Dennoch gibt es langfristige Trends, an denen man sich orientieren kann und die es zu verfolgen gilt. Der Volkswagen-Konzern hat sich zu einem der weltweit grössten Automobilbauer der Welt ent-

wickelt und man darf sich die Frage stellen, ob wir auch in Zukunft nach wie vor Autos benutzen werden und ob diese dann immer noch von fossilen Brennstoffen angetrieben werden oder das Thema Elektro-Mobilität an Bedeutung gewinnt.

Die rasante Entwicklung in der Informationstechnologie und der Technik hat dazu geführt, dass wir alle bei der Arbeit kaum noch ohne Computer, Netzwerke, etc. auskommen. Hier gewinnen Ausdrücke wie E-Mobility, d.h. die Abwicklung von Aufträgen und Geschäftsprozessen über das Internet, und E-Connectivity immer mehr an Bedeutung. Und es stellt sich die Frage, ob wir in Zukunft immer noch vor einem eigenen Rechner sitzen werden, auf dem die benötigten Programme installiert sind oder ob wir in einer sogenannten «Wolke» (Cloud) unter zur Hilfenahme einer Internetverbindung auf eine günstigere, webbasierte Rechnerleistung zurückgreifen können. Für viele IT-Firmen wie z.B. SAP gewinnt dieser Bereich immer mehr an Bedeutung.

Auswirkungen der Demografie.

Neben diesen eher technologisch bedingten «Megatrends» gibt es jedoch weitere, die einfacher zu erkennen sind, wie z.B. im Falle der demographischen Bevölkerungsentwicklung. Während das Bevölkerungswach-

tum in vielen Industrieländern stagniert und der Anteil der älteren Menschen und Rentner zunimmt, so dass Themen wie Gesundheit, medizinische Versorgung und Pflege an Bedeutung gewinnen, nimmt es vor allem in den Schwellenländern sehr stark zu. Durch diese Zunahme gewinnen alltägliche Erfordernisse wie z.B. die Ernährung, das Wohnen und der Transport von Personen und Gütern in Wachstumsregionen wie Osteuropa, Asien, Lateinamerika und Afrika eine immer grössere Bedeutung.

Neue Gewichte. Und allein das Wachstum dieser Länder wird aus ehemals kleinen, unwichtigen Handelspartnern in Zukunft wichtige Marktteilnehmer machen, deren Grösse und Macht weder zu übersehen, noch zu vernachlässigen ist. Der Umsatzanteil aus diesen Regionen wird in Zukunft weiterhin massiv ansteigen und irgendwann selbst so wichtige Regionen wie Europa oder Amerika hinter sich lassen. So löste China im Jahre 2009 Deutschland als Exportweltmeister ab, um nur ein Beispiel zu nennen.

Jedoch kann Wachstum nur dort stattfinden, wo eine entsprechende Infrastruktur besteht oder aufgebaut wird. Und Flughäfen alleine reichen dazu nicht aus. Vielmehr muss auch die Anbindung an ein Verkehrsnetz

ent- bzw. bestehen. Und um Waren zu produzieren sowie Dienstleistungen anzubieten, bedarf es auch der entsprechenden Rohstoffe, der dazu notwendigen Energie und der qualifizierten Mitarbeiter. Für uns mögen all dies Selbstverständlichkeiten sein, in vielen Schwellenländern steckt diese Entwicklung jedoch erst in den Anfängen. Und gerade in unterentwickelten und entlegenen Gebieten der Schwellenländer sind vielen der direkte Zugang zu Wasser und Energie verwehrt. Hier kann u.a. die Solar und Windenergie Abhilfe schaffen, welche eine dezentrale Energieversorgung ermöglicht.

Daher erscheint es immer wichtiger sich mit Megatrends und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Wirtschaft zu beschäftigen und sich entsprechend auszurichten und so für die Anleger langfristig positive Ergebnisse zu erzielen.

*Johannes T. Barth ist CEO der Salfort AG in Basel.