

TIDSÅND, TRENDS OG FORBRUG





Verden forandrer sig i et hidtil uset tempo. Teknologien udvikler sig dagligt, og det økonomiske, politiske, kulturelle og demografiske landskab ændrer sig så hurtigt, at det er udfordrende at forstå nutiden, for slet ikke at tale om at planlægge for fremtiden.

DE VILDE 20'ERE

2020

2025

2030



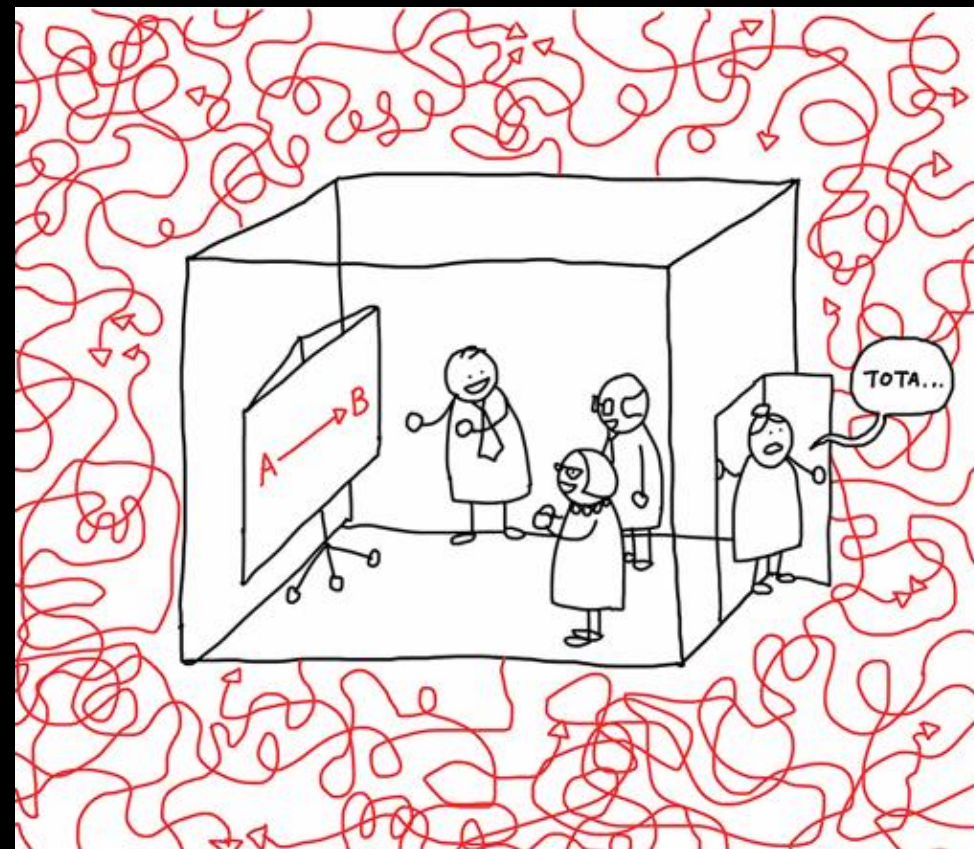
Pandemi
Krig
Inflation
Renter
Lavt forbrug

?

Det er svært at udarbejde detaljerede planer, når virkeligheden er kompleks!

I et forsøg på at få styr på, hvad der reelt foregår - og blive klogere på fremtiden - er der opfundet bogstavsforkortelser, der opsummerer det komplekse i ét ord.

Se de mest kendte på næste side, og læs derefter denne tidsånds- og trend-ABC for flere begreber.



VUCA

(Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous)

BANI

(Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible)

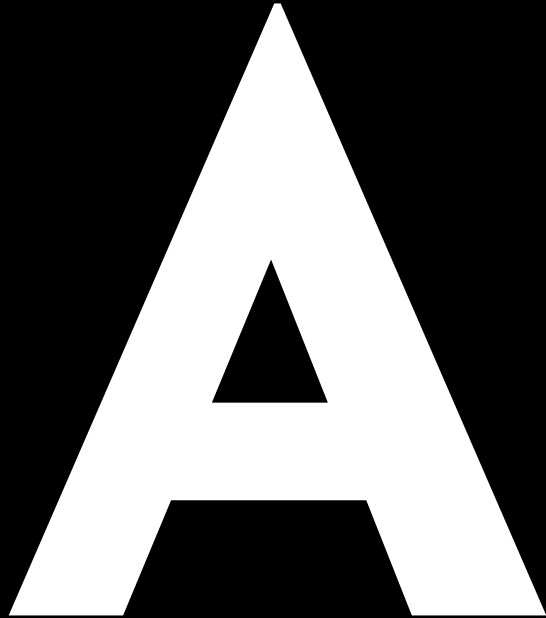
CAFFEINATED

**(Complex, Ambiguous, Faster, Fragmented, Erratic, Interconnected,
Needs+, Anxious, Tech-enabled, Exponential, Disrupted)**

DEN STORE



ABC



Agilitet

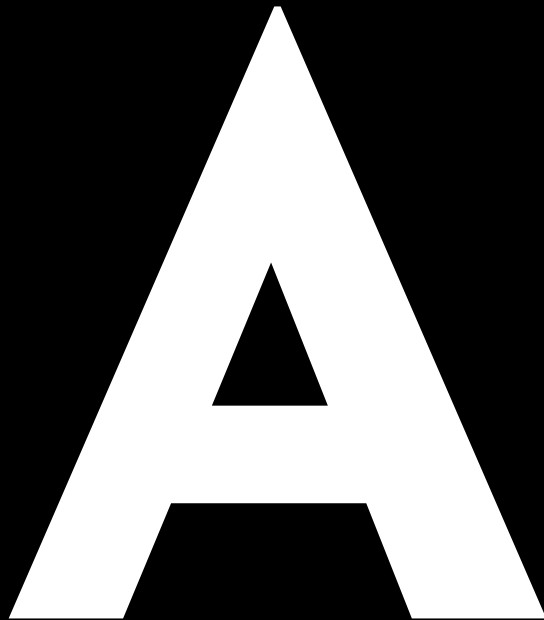
Evnen til hurtigt at tilpasse sig forandringer og reagere på nye udfordringer er kernen i agilitet. Denne tilgang fremmer fleksibilitet, hurtige beslutninger og effektiv tilpasning til skiftende behov. Agilitet styrker innovation og konkurrenceevne, hvilket gør det til en nøglekompetence i en dynamisk og konstant udviklende verden.

Angst

Angstsamfundet har fat i os. Klimaangst, sundhedsangst, økonomisk angst, politisk angst. Pressen kører hele tiden på de negative historier og skaber utryghed – og fodrer det indre 'angstdyr'. Ungdommen er præget af angst og selv i menopausen dukker angsten op som et muligt symptom.

AI

Udviklingen går så stærkt, at de færreste kan følge med. Nu snakkes der ikke kun om det, men det implementeres i stor stil efterhånden som tests er blevet gennemført. Inden længe vil vi også alle sammen have vores egen AI-agent, der løser opgaver for os på arbejde – og taler direkte med kollegaernes AI-agenter. De kommer og til at købe ind for os, bestille rejser og oplevelse, booke tid hos mekaniker mv. Case: Matas Maia + Martin Thorborg (Dinero)



Alderisme

Alderisme refererer til fordomme, diskrimination eller stereotyper baseret på en persons alder. Det kan påvirke både ældre og yngre mennesker, men rammer ofte ældre gennem negative antagelser om deres evner, værdi eller relevans. Alderisme kan forekomme i arbejdsmarkedet, sundhedsvæsenet eller sociale sammenhænge og forstærker aldersrelateret ulighed.

Arbejdsmarked

Nutidens arbejdsmarked er præget af flere modsatrettede tendenser; Der er vækst i jobs i life science og i det statslige, kommunale, regionale, men ikke i det private erhvervsliv. Selv IT-branchen skærer, da projekterne udebliver. Antallet af beskæftigede faldt for første gang i august og der kører mange fyrringrunder nu.

Autenticitet

Autenticitet, ægthed og ærlighed bliver afgørende konkurrenceparametre i erhvervslivet, hvor virksomheder må stå ved deres værdier og handle transparent. Dette krav om ærlighed tiltrækker forbrugere, der søger troværdighed og integritet, hvilket styrker brandloyalitet og fremmer et mere etisk og bæredygtigt forretningsmiljø.

B

Beauty

Beauty som trend er i fortsat eksplosiv vækst, uanset økonomiske udsving. Det er mere end kosmetik – det er selvforkælelse, identitet og udsmykning i en uforudsigelig verden. I tider med usikkerhed søger vi trøst i skønhedens ritualer, der giver kontrol og glæde, samtidig med at de udtrykker vores unikke personlighed.

Bekymring

Bekymringsniveauet er højt – og underbygges yderligere af prepper-kommunikation fra staten samt TV-serier som 'Familier som vores', der handler om landets undergang. Vi lever i et bekymringssamfund – og det bliver kun værre af meldingen fra Statsministeren om at vi lever i og skal vænne os til tanken om en 'dyster tid',

Beredskab

Kollektive løsninger erstatter individuel panik. Fællesskaber bliver afgørende i tider med klimakriser og cybertrusler. Sociale sikkerhedsnet og robusthed i samfundet gør os bedre rustet til fremtiden. At stå sammen og hjælpe hinanden skaber styrke, der gør selv de største udfordringer lettere at overkomme. Case: EU-midler til bystrategier

B

Bed rotting: Selvomsorg i sengen

At prioritere selvforkælelse og pause er kernen i 'bed rotting,' en trend, hvor man bruger en hel dag i sengen med snacks, serier og nul dårlig samvittighed. Denne afslappede livsstil hylder restitution og små glæder, samtidig med at den viser, hvordan self-care starter med at prioritere sig selv.

NB: Terapeutisk dovenskab – også et godt ord



B

Beslutningstræthed

Beslutningstræthed opstår, når man bliver mentalt udmattet af at træffe mange valg i løbet af dagen. Det reducerer evnen til at vurdere og beslutte effektivt, hvilket kan føre til impulsive valg eller undgåelse. Fænomenet understreger vigtigheden af at prioritere og forenkle beslutningsprocesser.

Bio-hacking

Bio-hacking er en praksis, hvor individer eksperimenterer med deres krop og sind for at optimere sundhed, ydeevne og velvære. Det indebærer brug af teknologi, kosttilskud, livsstilsændringer og dataanalyse for at forbedre søvn, energi, fokus og generel livskvalitet. Målet er personlig tilpasning og selvforbedring gennem videnskabelig indsigt.

Boligmarked

Den vækst, der var forventet i 2024 grundet lavere renter er udeblevet. Boliger bliver ikke solgt, og man skifter ejendomsmæger flere gange. Antallet af fremvisning og salg den seneste måned viser ikke nogen reel fremgang. Andre udfordringer: boligerne i storbyerne er for dyre til nye købere og boomerne flytter ikke ud af villaerne.

B

Branding

Effekten af mange års fokus på low funnel marketing – altså taktisk marketing som nyhedsbreve, SoMe, kampagner, tilbud mv. får nu effekt. Branding er blevet underprioriteret og er reelt eneste forsvar mod konstant prispres. Men branding kan ikke måles her og nu og kræver tid og tålmodighed.

Brownwashing

Når virksomheder bevidst underrapporterer eller skjuler deres miljømæssige fremskridt for at undgå opmærksomhed. Det kan skyldes frygt for kritik, økonomiske motiver eller ønsket om at undgå pres fra investorer og offentligheden. Det er det modsatte af greenwashing og skaber en skæv opfattelse af virksomhedens bæredygtighed.

Brain rot

Brain rot er kåret som årets ord af Oxfords ordbog og beskriver mentale og kognitive forfald forårsaget af overdreven digitalt forbrug, såsom sociale medier og streaming. Udtrykket symboliserer, hvordan skærmb brug kan føre til stagnation, manglende koncentration og følelsesmæssig udmattelse, hvilket afspejler en bredere kritik af det digitale liv.

B

Butikslukninger & Bystrategi

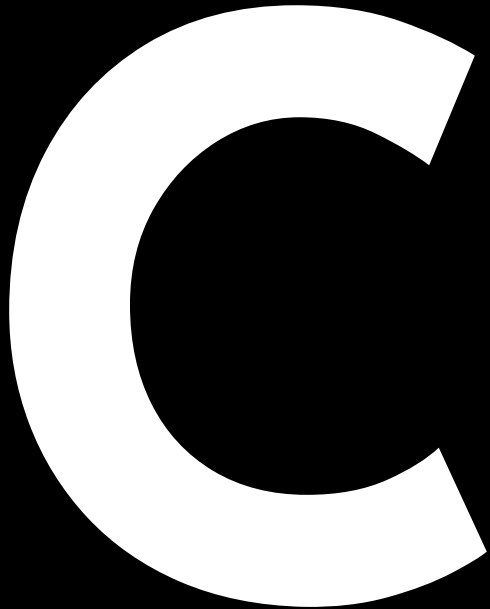
Store som små byer har i 2024 oplevet en stigende grad af butikslukninger og selv de mest veldrevne byer taler nu om fortætning af bymidten og inviterer andre aktører ind, der kan skabe flere oplevelser og mere liv:

Case: EU-midler til bystrategier



Burnout

Burnout er en tilstand af fysisk, følelsesmæssig og mental udmattelse, der opstår som følge af langvarig stress og overbelastning. Symptomer inkluderer træthed, nedsat motivation og følelse af ineffektivitet. Burnout kan påvirke både arbejdsliv og privatliv negativt og kræver ofte pauser, selvomsorg og justering af krav og forventninger for at genoprette balance.



Certificeringstræthed

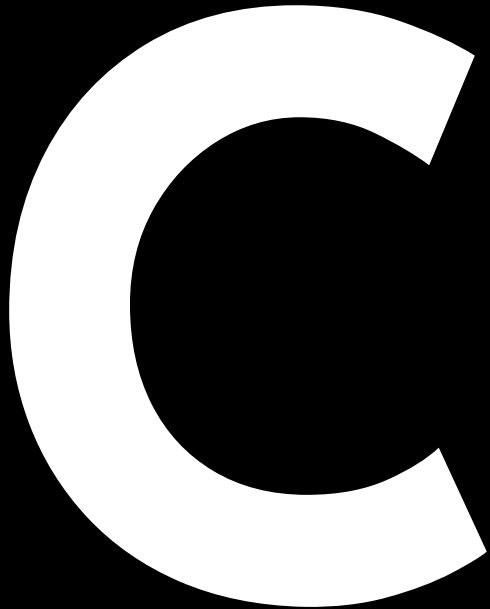
Mange virksomheder bliver hurtigt overvældede af at sætte sig ind i, gennemskue og implementere certificeringsordninger. Processen er ofte kompleks, tidskrævende og kræver ressourcer, som kan være svære at afsætte. De mange krav og detaljer kan virke uoverskuelige, hvilket resulterer i frustration og udsættelse, selvom certificeringen kan gavne virksomheden på sigt.

ChatGPTe

Hvilken rolle får Google, når man kan få ChatGPT til at finde al information? Og hvor findes informationerne? Kilden til teksten bliver afgørende – og teksten på sitet, og dermed branding, bliver kernen.

Cirkularitet

Næste bølge efter bæredygtighed handler om cirkularitet og rammer alle brancher – i produktionen skal det tænkes ind at varerne skal kunne skilles ad og skiftes ud eller skal kunne genbruges i andre sammenhænge. Det handler også om recommerce – og at den samme var nemt kan have 2-4 ejere. Case: Gul&Gratis lancerer Nouvie



Clean

Den ægte og rene vare er eftertragtet – ikke kun inden for fødevarer og drikkevarer, hvor denne trend har været stor længe. Den hænger sammen med den stigende interesse for gennemsigtighed – for når alt er gennemsigtigt og label indholder info om indhold, så kan man se de råvarer, der reelt ikke bør være der eller som kan fjernes.

Contentucation

Contentucation er en proces, hvor folk søger information og læring via sociale platforme som TikTok. Her deler brugere korte, engagerende videoer, der giver praktiske tips, viden og undervisning på en underholdende måde. Det er blevet en populær metode til selvudvikling og læring, især blandt yngre generationer.

Convenience

Nemhed og hurtighed er muligvis det eneste, der kan sende pris ned af prioriteringslisten. Convenience er en stærk driver af forbrug i mange brancher – lige fra abonnement på støvsugerposer til færdige måltidsløsninger.

D

Demografi

De store forskydninger mellem generationer bliver større og tydeligere med tiden. Babydoom og seniorboom trækker i hver sin retning, mens små årgange presser arbejdsmarkedet. Der tales både alderisme, seniorforbi og at 50+ ikke kan få job og om unge, der ikke ønsker at få børn samtidig med at trends skærer gennem alder - samme brands og bands - også kaldet flat age trenden.

Discount

Pris er stadig i fokus og discountbutikkerne tager fortsat markedsandele. Dagligvarer er en klassisk kategori og god at følge med i, men også hos nye kæder inden for interiør (B&M, Hi-Five) samt fast fashion segmentet viser udviklingen sig meget tydeligt.

PS: Alma klar til at tage over efter Irma

Dissonans

Forskellen mellem holdning og handling er meget tydelig - og pris er ofte den afgørende faktor, der skubber holdning og handling væk fra hinanden.

Case: Discount fik smæk under corona, men vender langsomt tilbage, mens Temu rutsjer ind som danskernes foretrukne handelsplatform.

T I D &

T E N D

E N S E

R # 4 - 2 4

TIDSAND SAMFUND FORBRUG & LIVSSTIL





Seniorboom og babydoom

Når befolkningen ændrer karakter, har det konsekvenser for dem, der vil sælge produkter og services. Det gælder både for det store vækstpotentiale forbundet med flere seniorer, men også det vigende salg og den øgede konkurrence, der skyldes færre børn. De senere år har der været fokus på seniorboomet, men i denne artikel retter vi blikket mod babydoomet.

Storken flyver ikke så ofte til Danmark længere. Faktisk har storken svært ved at lande i hele Europa, hvor fertilitetsraten er faldet støt gennem de seneste årtier. Samtidig bliver udfordringerne med en aldrende befolkning tydeligere – og den spøgfulde kommentar om, at der snart vil blive solgt flere bleer til plejekrævende ældre end til babyer, er ikke helt ved siden af.

De demografiske ændringer stiller store krav til samfundet, som skal tilpasse sig den nye virkelighed med færre nyfødte og flere ældre. I podcasten Genstart i foråret 2024 var emnet sat på spidsen og har fået titlen 'Babydoom'. I beskrivelsen af emnet lyder det: 'Den erige frygt for overbefolkning nærmer sig sit klimaks og erstattes af en frygt med omvendt fortegn: Bliver vi alt for få, alt for hurtigt? Fra politikere i store dele af verden er budskabet nu klart: Vi skal have flere børn. Men historien har vist, at selvom stater er dygtige til at begrænse reproduktion, har ingen endnu fundet opskriften på det modsatte: At genskabe borgernes lyst til at sætte børn i verden'.

Markant ændring i befolkningen

Danmarks befolkning forventes at stige over de næste mange år, og allerede i 2028 forventes vi at nå seks millioner. Men andelen af ældre på 80 år og derover stiger markant mere end de andre aldersgrupper. I 2024 udgør de 80+-årige fem procent af befolkningen. Men fra 2047 forventes gruppen af udgøre ti procent af befolkningen. Det fremgår af Danmarks Statistiks befolkningsfremskrivning fra maj måned. Deruden forventer man, at der både på kort og på lang sigt fødes færre børn. Nu forventer man, at der kun bliver født cirka 64.000 børn i 2030, hvilket er en nedjustering på cirka 8.600 børn i forhold til det scenarie, som man har haft tidligere, lyder det fra Danmarks Statistik.

Et kendt problem

Det mest ekstreme tilfælde ser man i Asien – og netop disse ekstreme er noget af det, der skubber til den politiske bevågenhed, som ses i disse år.

Japan og Kina står over for betydelige demografiske udfordringer, der eksemplificerer de to problemstillinger: Seniorboom og babydoom. Begge lande oplever både en aldrende befolkning og en faldende fødselsrate, hvilket skaber en skævværdet aldersfordeling, der belastet de sociale og økonomiske systemer.

I Japan, hvor fødselsraten er en af de laveste i verden på omkring 1,37 børn per kvinde, har befolkningen været støt faldende siden 2010. Dette har resulteret i, at næsten 29 procent af befolkningen nu er over 65 år. Denne demografiske ændring lægger et betydeligt pres på landets sundheds- og pensionssystemer, og det kræver store ressourcer til pleje og støtte af de ældre. Samtidig falder det interne forbrug, hvilket har en negativ indvirkning på økonomien. Japan står også over for en stigende offentlig gæld, som er den højeste blandt OECD-landene, hvilket yderligere komplicerer finansieringen af velfærdsprogrammer og økonomisk genopretning.

Kina oplever lignende udfordringer. I 2022 oplevede Kina sin første befolkningsnedgang i over 60 år, og tendensen forventes at fortsætte. Prognoser indikerer, at Kinas befolkning kan falde til under 800 millioner inden udgangen af århundredet, hvilket er en betydelig reduktion fra de nuværende 1,42 milliarder. Kina står også over for en hurtigt aldrende befolkning, hvilket vil øge afhængighedsforholdet mellem ældre og den arbejdende befolkning. For hver to arbejdende personer forventes der at være en person over 65 år i den midten af dette århundrede.

Den aldrende befolkning og faldende fødselsrate i begge lande reducerer arbejdsstyrken og dermed produktiviteten, hvilket kan hæmme økonomisk vækst. I Kina, som stadig er stærkt afhængig af en ung og mobil arbejdsstyrke til at drive sin økonomi, vil dette demografiske skift føre til reduceret produktivitet og stigende omkostninger i produktionssektoren. Samtidig står begge lande over for udfordringer med at tiltrække og integrere i ndvandrere som en del af løsningen på arbejdskraftmanglen, og kulturelle barrierer gør det svært for mange indvandrere at føle sig fuldt integreret i samfundet.

T I D &

T E N D

E N S E

R #5-24

TIDSAND SAMFUND FORBRUG & LIVSSTIL

ARTICLE BY — PAUL MORLAND

No one left



– why the world needs more children

As birth rates plummet across continents, the world is facing a demographic crisis. What are the causes, and why is it crucial to secure future generations?

Making the case for having children has never been more urgent. Making the case for having children has never been more difficult.

Urgent – because of the impending collapse of populations in community after community, country after country, continent after continent. Overall world population continues to grow, but at an ever-slower pace. Population decline, already stalking an increasing number of the world's nations, is now clearly in sight at a global level. Difficult – because of changing preferences and because of a rising tide of attitudes that are combining to persuade more and more people to have fewer and fewer children, or none at all, and are making it harder to challenge anti-natalism in a growing swathe of society. Once it was material progress that drove falling birth rates. Now, in much of the world, it is ideals and lifestyle inconsistent with family formation and populations replacing themselves generation by generation.

The infertile crescent – the looming demographic Armageddon

A spectre is haunting Europe. It is also haunting East Asia and much of North America, and before long it will be haunting most of the world. It is the spectre of depopulation. For decades this has been nibbling at the peripheries, the remote rural regions and smaller rust belt towns, and we have largely ignored it. These are not places where opinion formers like journalists, academics or politicians tend to live, or to which they pay much attention. But now its consequences are hitting the headlines. And this is just the beginning.

We are seeing the birth pangs of a new epoch, but it is an epoch without birth pangs. You can trace a path in a great arc from the Straits of Gibraltar at one end of the Eurasian land mass to the Straits of Johor at the other, and travel only through countries facing the prospect of population decline in a vast infertile crescent. Included are countries with Protestant, Catholic, Muslim and Buddhist majorities, rich countries and poor countries, democracies and autocracies. For some of these places the phenomenon is new, for others it is decades old. Almost irrespective of social, economic or political characteristics, these are states and nations where population decline and its consequences are being baked into the future right now.

>

D

Digital detox

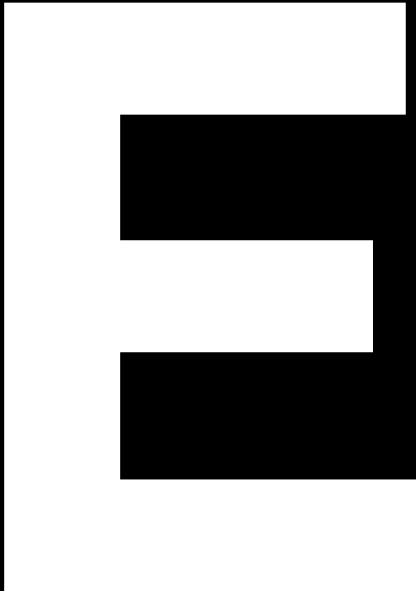
At tage pauser fra digitale enheder bliver stadig vigtigere i en verden fyldt med skærmtid. Denne trend handler om at genvinde balance og nærvær ved at frakoble sig fra sociale medier og teknologi. Det giver plads til refleksion, mental ro og øget fokus på relationer og det fysiske miljø.

Diversitet

Inklusion og repræsentation er centrale temaer, når det handler om at skabe bæredygtige og moderne organisationer. Diversitet handler ikke kun om køn og etnicitet, men også om forskellige perspektiver og erfaringer. Denne trend styrker innovation, forbedrer samarbejde og skaber et mere lige samfund.

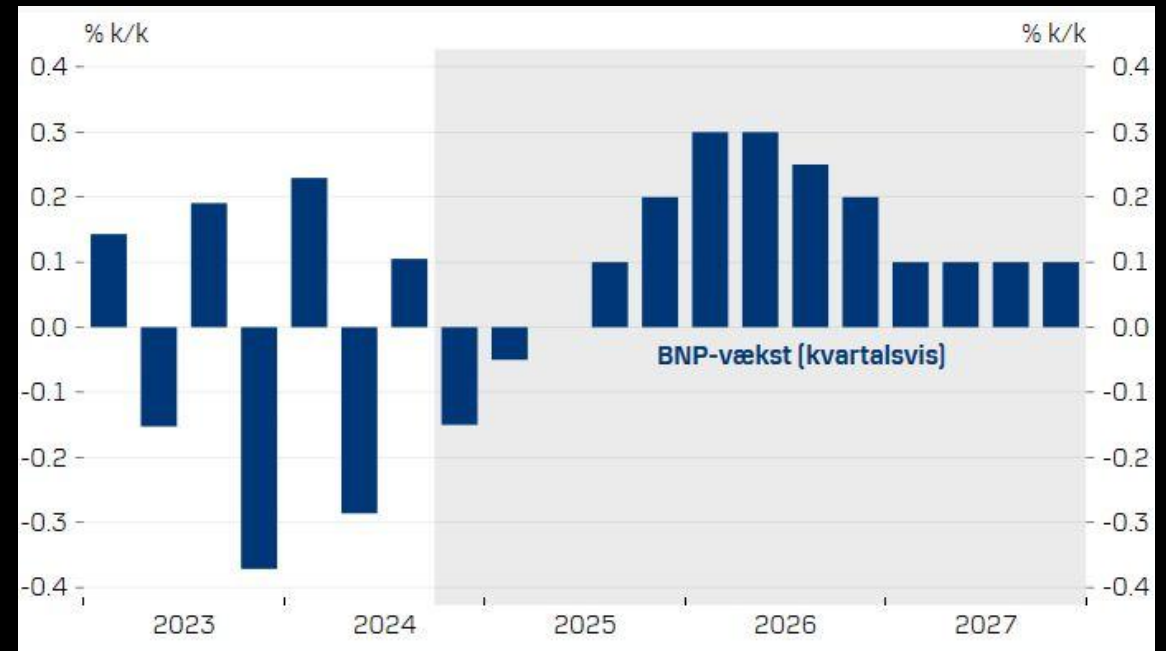
Doom-scrolling

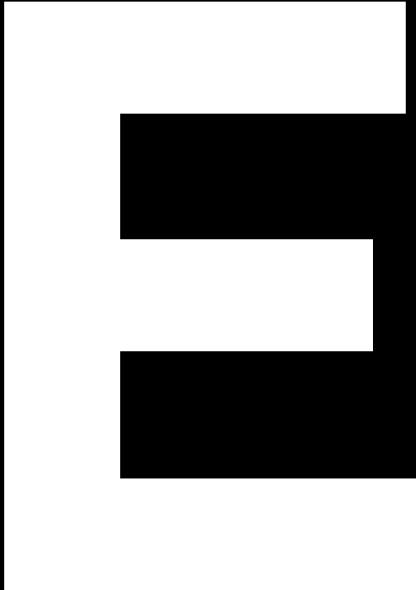
Doom-scrolling refererer til adfærden, hvor man konstant scroller sit feed på sociale medier eller nyhedssider. Denne vane kan føre til øget stress, angst og en følelse af håbløshed, da man fokuserer på de værste begivenheder, hvilket kan have en negativ indvirkning på ens mentale sundhed.



Eksport

Tysklands økonomi har stået stille siden 2021, og væksten forventes at være negativ frem til midten af 2025. Fra andet halvår af 2025 ventes dog et lille løft på grund af lavere renter og højere realløn. Udfordringer som faldende arbejdsstyrke og høje energipriser vil dog begrænse fremtidig vækst. Mange danske virksomheder vil mærke udfordringerne i Tyskland, da Tyskland er den primære modtager af den del af eksporten, der krydser Danmarks grænser.





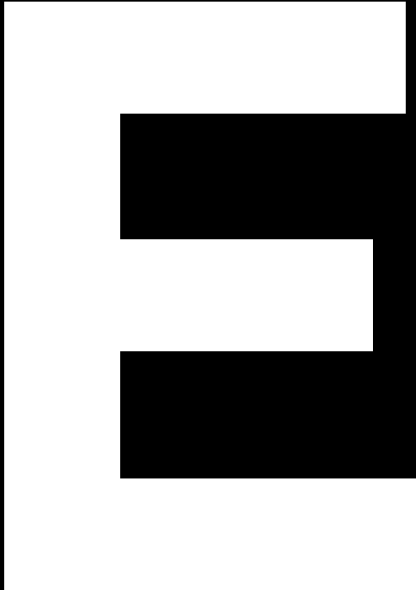
Ensshittification

Platformnedbrydning sker, når tjenester gradvist forringes af reklamer, dårligere funktioner og faldende kvalitet, alt sammen drevet af jagten på profitmaksimering. Resultatet er, at brugere og skabere mister tilliden og søger mod nye, mere innovative alternativer, der bedre imødekommer deres behov og tilbyder en mere tilfredsstillende oplevelse.

Empati

Empati er en central værdi i en verden præget af kriser og opbrud. Der er stigende behov for at forstå andres perspektiver – både i virksomheder, der ønsker at imødekomme kunders forventninger, og i samfundet, hvor empati fremmer social sammenhængskraft og mental trivsel.

Happiness
is the new rich.
Inner peace
is the new success.
Health is the new wealth.
Kindness
is the new cool.



ESG

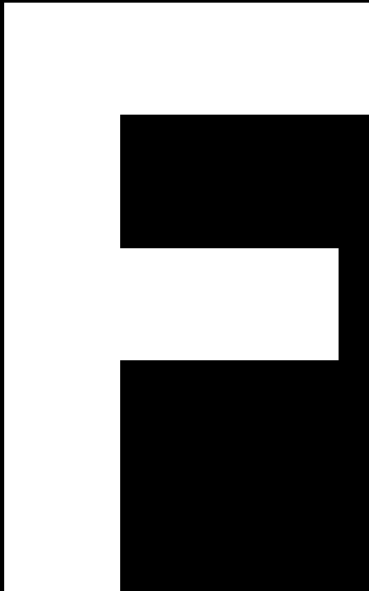
I tråd med den øgede regulering er der nu flere virksomheder, der enten direkte eller indirekte skal rapportere på deres ESG indsatser. Det er en tung omkostning – lige meget hvor stor/lille virksomheden er. Flere steder går man sammen om at deles om en ESG-medarbejder, da det ellers ikke er muligt at komme i mål.

Eskapisme

At finde ro og nærvær midt i hverdagen bliver vigtigere end nogensinde. Eskapisme handler om mindfulness, natur og små pauser, der genoplader sindet. Aktiviteter som binge-watching, læsning og mindful spisning skaber balance. Disse små handlinger hjælper med at bryde hverdagens mønstre og bringe mental klarhed tilbage i en travl verden.

Europa

Europa har lukket sig om sig selv og fokuseret mere på bureaukrati og regulering end på innovation og vækst. Dette svækker Europas politiske og økonomiske rolle globalt, især i forhold til stormagter som USA og Kina. Der er en bekymring for, at denne fokus på regulering vil hæmme evnen til at agere samlet og dynamisk.



Fanprofessionel/-kreatør

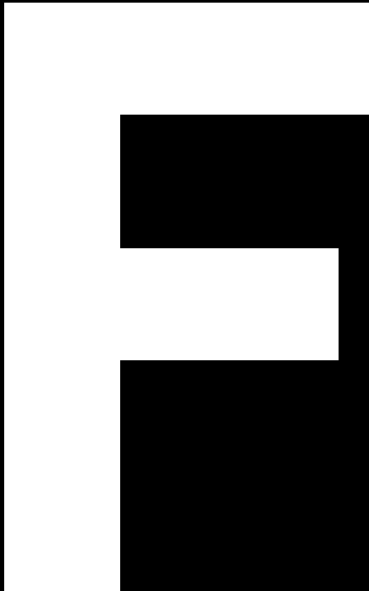
En fanprofessionel er en person, der tjener penge på sin passion for et fænomen ved at skabe indhold, engagere andre fans og generere indtægter. Dette kan være gennem sociale medier, YouTube, blogs, merchandise eller sponsoraftaler, hvor de opbygger et fællesskab og skaber værdi for både sig selv og deres publikum.

Flatage

Begrebet henviser til en trend, hvor mode og kultur appellerer tværgenerationelt. Marks & Spencer udnytter dette ved at designe tøj, der tiltaler både Gen Z, Millennials og Boomers. Dette afspejler en kulturel tendens, hvor alle aldersgrupper på sociale medier adopterer de samme modedefænomener, som f.eks. balletflats.

Forbrugstømmermænd

Mindre forbrug og flere meningsfulde valg præger bæredygtighedsagendaen. Genbrug, biodiversitet og følelsesmæssig værdi træder i forgrunden. At skære ned på forbruget handler ikke kun om miljøet – det skaber også en dybere forbindelse til det, vi vælger at værdsætte.



Forsigtigt forbrug

Forbrugertilliden er fortsat negative og er faldet igen. Selv om der er højere løn (nogle steder), og lavere inflation samt lavere renter, er der ikke en stærk tro på fremtiden – hverken i de private husholdninger og den samlede økonomi. Bekymringen er stadig høj.

Frygtøkonomi

Meget af forbruget er pt. drevet af frygt – og med de nye retningslinjer for at et husholdning skal kunne klare sig x antal døgn uden kontakt med omverdenen skubber kun til denne udvikling. Sikkerhed – i hjemmet, på arbejde, i mailboksen, på nettet er i fokus – og det er der forretning i.

Fællesskab

Efter social isolation – og alt for meget hjemmearbejde – søger vi igen aktivt efter sociale kontekster, ægte og engagerende fællesskaber og vil gerne bidrage – bare det er på vores egne præmisser. Fællesskab er den lim, der får et samfund til at hænge sammen.

G

Gamification

Spil engagerer kunder gennem interaktivitet og sjov. Ved at integrere spilelementer som belønninger og udfordringer skaber retail og e-tail en mere personlig og motiverende købsoplevelse. Dette øger loyalitet, kundetilfredshed og gør shopping mere dynamisk, hvilket resulterer i højere konverteringer og øget salg.

Gennemsigtighed

Transparens / gennemsigtighed er en stor trend, men bliver ofte misforstået. Det handler ikke om at dele alle detaljer, men om at kommunikere det, der er relevant og nødvendigt for modtageren. Ægte transparens giver konteksten bag beslutningerne og skaber forståelse uden at drukne i unødvendig information.

Generationer

I dag lever flere generationer side om side, hver med deres unikke perspektiver og værdier. Manglende forståelse mellem generationerne kan skabe konflikter og misforståelser, hvilket udfordrer sammenhængskraften i både arbejds- og privatlivet. Det kræver åbenhed og dialog at bygge bro og lære af hinandens erfaringer

T I D &

T E N D

E N S E

R # 4 - 2 4

TIDSAND SAMFUND FORBRUG & LIVSSTIL



Generation Alpha now and next:

From the sandbox to Roblox

As the traditional lexicon of marketing demographics becomes outdated, The Future Laboratory's latest research: 'Generations Now & Next 2024-2025' offers a fresh approach to understanding future generations' behaviours with a new report series. Here is an excerpt that looks into the youngest cohort: Generation Alpha.



At a glance: Gen Alpha

- Born between 2013 and 2025, Gen Alpha are the first generation born entirely in the 21st century.
- Armed with a tech-native understanding of the world, life without social media, smartphones and streaming services is hard for them to picture.
- Gen Alpha's spending power is forecast to grow three times faster than other generations by 2030.

(Source: Bain & Co)

The first generation to be born entirely in the 21st century, many of the technologies, careers and crises that will define and shape the lives of Gen Alpha are yet to exist. Born between 2013 and 2025, Gen Alpha are only just getting started, but by 2030, their spending power is forecast to grow three times faster than other generations (source: Bain & Co).

Armed with a tech-native understanding of the world, life without social media, smartphones and streaming services is hard for them to picture. In fact, growing up in the era of spatial computing, Gen Alpha might be referred to as the quantum leap generation – the technology, jobs and family structures that will shape and define their lives will seem light years from the world we know now.

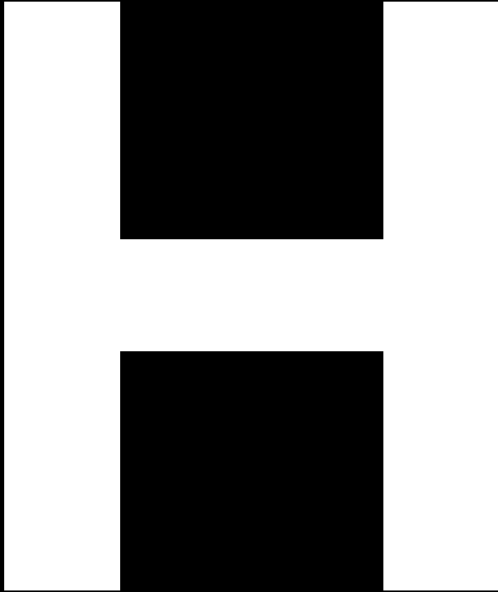
The minimum age limit for apps such as TikTok and Instagram might be 13, but the oldest Alphas are already making a name for themselves on social media. In December 2023, the first 'Gen Alpha meme' went viral with social media's youngest users viewing and sharing 'Slidid toilet' videos (i.e. videos of evil toilets with scary

faces fighting one another). Gen Z was appropriately baffled by the videos, a virtual rite of passage that Millennials will remember well.

Their parents have also nicknamed them the 'honey badger generation' owing to their tenacious and fiery personalities and happiness to call out and challenge injustice. One Gen Alpha parent on TikTok describes her five-year-old child as having 'more fury, fire and conviction in their pointer finger – which they do not mind putting in your face – than any activist or politician'.

Proactive where Gen Z and Millennials were reactive, Gen Alpha have the tools and parental (or sibling) role models to feel empowered to navigate the modern world. Set to be the largest generation in history (source: McCrindle), they will not plant trees or wear tote bags to try and save the world but will take a methodological approach, exercising technology for good and creating new curricula and careers to help form radical new societal structures.

If Gen Z challenged the status quo, Gen Alpha is here to reset it completely. >



Hjemmearbejde

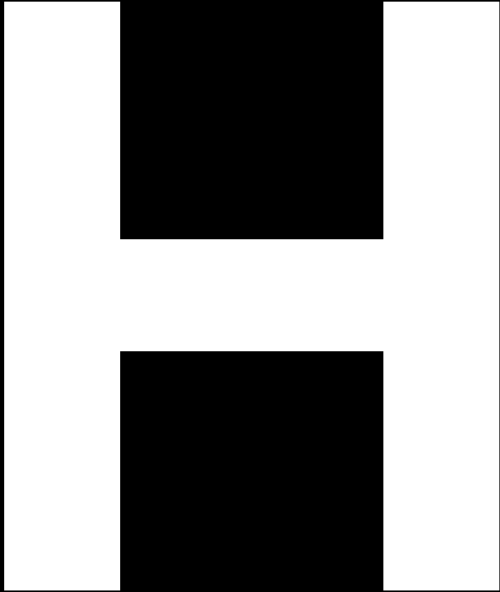
Produktiviteten faldt ikke under corona - i hvert fald ikke når det gjaldt at holde fokus og få løst egne opgaver. Getting shit done! Men nu trækker det den anden vej - og ganske markant. Cases: Amazon, KPMG, Jeudan - og mange flere. Flexibilitet er én ting, fast hjemmearbejde er noget andet - og nye politikker er ved at blive formet.

Hjernepauser

Hjernepauser er en stigende trend, da de styrker fokus, kreativitet og mental sundhed. Korte pauser hjælper med at reducere stress og forbedre præstationer ved at give hjernen tid til at restituere. I en hverdag fyldt med konstant stimuli og krav om høj produktivitet er bevidste pauser blevet afgørende for at skabe balance.

Hopecore

En æstetisk og kulturel bevægelse, der fokuserer på at dyrke optimisme, håb og positivitet som en modreaktion på verdens ofte dystre og overvældende tilstand. Den manifesterer sig som en slags 'håbfuld idealisme' der både afspejler sig i livsstil, kunst, mode og tankegang. Hopecore er en løst defineret filosofi og æstetik, der handler om at omfavne håbet og troen på en bedre fremtid, uanset udfordringerne.



Højhastighedssamfund

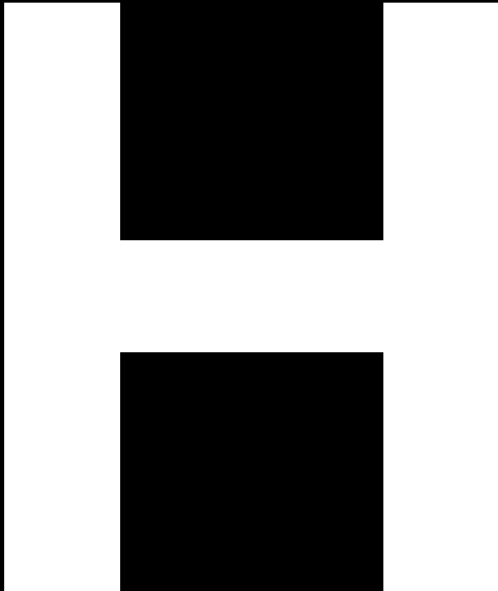
Højhastighedssamfund beskriver en kultur præget af konstant acceleration inden for teknologi, kommunikation og arbejdsrytmer. Alt fra beslutningstagning til informationsstrømme sker hurtigere, hvilket kan skabe effektivitet, men også stress. Begrebet sætter fokus på balancen mellem produktivitet og behovet for ro og fordybelse.

Håndarbejde

At skabe med hænderne genvinder sin relevans. Keramik, strik og andre håndværk repræsenterer tålmodighed og nærvær i en digital tid. Håndarbejde tilbyder en pause fra det hurtige forbrug og fremhæver værdien af langsommelighed. Det er en hyldest til skaberkraft og autenticitet i en kompleks verden.

Håndværk

Håndværk er kunsten og disciplinen at skabe noget med hænderne gennem færdigheder, præcision og kreativitet. Det indebærer at bygge, forme eller reparere med materialer som træ, metal eller tekstiler. Håndværk hylder tradition, tålmodighed og kvalitet, og resultatet er ofte unikke, holdbare produkter, bygninger og andre fysiske ting, der kombinerer funktionalitet og æstetik..



Hybridarbejde

Sjov fakta: Antallet af flyafgange på hverdage til de typiske erhvervsdestinationer er halveret. Mange møder foregår i dag digitalt. Der kan arbejdes hjemmefra, fra caféen, fra kontoret osv., men med flere muligheder er der behov for klar retning. PS: Det er stadig kun en lille del af det samlede arbejdsmarked, hvor dette giver mening.

Hyper-personaliseret

Hyper-personaliseret handler om skræddersyede oplevelser og produkter, der præcist matcher individuelle behov og præferencer. Det kombinerer data og teknologi for at skabe unikke løsninger, hvad enten det er personlige rejseoplevelser, specialdesignede produkter eller tjenester, der tilpasses i realtid. Fokus er på at skabe dybere forbindelser og større relevans for den enkelte bruger.



Identitetsøkonomi

Forbrug drevet af personlig identitet sætter rammen for identitetsøkonomi. Valg af brands og produkter handler ikke kun om funktionalitet, men om at udtrykke værdier, tilhørsforhold og livsstil. Forbrugere søger autentiske, meningsfulde forbindelser til de ting, de køber, hvilket gør storytelling og værdibaseret branding afgørende for succes.

Individ

I en tid, hvor fællesskabet ellers er i høj kurs, er der ingen tvivl om at alle maler for egen dør først. Med erkendelsen af egen dødelighed og skrøbelighed samt store skandaler med udbytte, skat, snyd mv. bliver den enkelte mere optaget af eget liv i stedet for naboens.

Inflation

Siden 2022 har vi for alvor lært betydningen af inflation og mærker nu effekterne på mange fronter. Priserne stiger, og vi ser fænomener som shrinkflation, swapflation, greedflation og excuseflation dukker op. NB: Det tager typisk to år, før forbrugerne accepterer de nye, højere prisniveauer.



Influencing

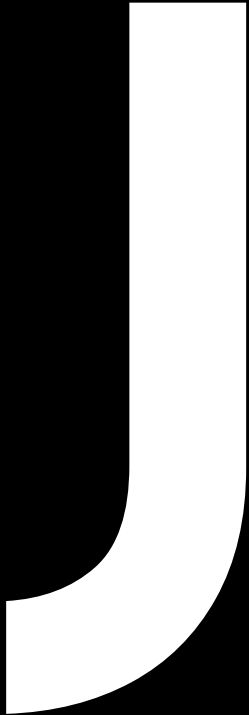
Digitale platforme ændrer måden, vi påvirker og forbinder os med hinanden. Influencing handler om autenticitet og engagement, hvor niche-skabere ofte har større effekt end megainfluencers. Brands, der fokuserer på ægte relationer og værdifulde samarbejder, opnår langvarig tillid og skaber mere meningsfulde forbindelser med deres publikum.

Intentionelt forbrug

Intentionelt forbrug handler om at træffe bevidste valg omkring forbrug med fokus på værdier, bæredygtighed og behov fremfor impulser. Det indebærer at prioritere kvalitet fremfor kvantitet, støtte etiske virksomheder og minimere spild. Målet er at skabe en mere meningsfuld og ansvarlig livsstil.

Indholdsinfation

Indholdsinfation stiger eksponentielt med nye AI-værktøjer, som muliggør hurtigere og billigere produktion af content. Mængden af artikler, videoer og posts eksploderer, hvilket gør det sværere for forbrugerne at finde relevant information. Der skal fokuseres på kvalitet og værdi for at skille sig ud i den voksende mængde indhold.



Jobtransformation

Den klassiske karrierevej er under opløsning. Måske skal du ikke stige i graderne og flytte op i hierarkiet, men rykke sidelæns til en stilling. Måske skal fagnørder slet ikke være chefer? Måske skal forskellige generationer ikke lede hinanden, da de ikke forstår hinanden. Flere cases med topchefer, der selv siger op – og giver op.

JOMO (Joy of missing out)

JOMO, eller 'Joy of Missing Out', refererer til glæden ved at vælge at være frakoblet fra sociale medier og hektiske aktiviteter. Det handler om at prioritere personlig ro, velvære og nærvær, i stedet for at føle sig presset til at være med overalt.

Jordforbindelse

I en digitaliseret og stresset verden søger flere efter ro og balance. Jordforbindelse bliver essentielt, hvor naturen og mindfulness tilbyder en pause fra skærme og højt tempo. At finde jordforbindelse handler om at skabe mental ro og nærvær i en travl hverdag, hvilket styrker både trivsel og livskvalitet.

K

Klarhedskultur

En voksende trend blandt millennials og gen Z er den ædru tilgang til alkohol, hvor flere vælger et liv uden alkohol eller med stærkt reduceret forbrug. Denne bevægelse fokuserer på mental sundhed, klarhed og velvære, hvilket gør det lettere at opretholde en balanceret og bevidst livsstil.

Kriser

Kriserne står i kø, polykrise og permakrise er normen. Vi lever i en tid med konstante, overlappende kriser, der skaber usikkerhed og udfordringer på alle niveauer. Ifølge den klassiske krisemodel fører kriser ofte til kaos, hvilket kræver tilpasningsevne og modstandsdygtighed for at navigere i det uforudsigelige landskab.

Krisementalitet

Krisementalitet refererer til en tilstand, hvor man konstant fokuserer på problemer, udfordringer og modgang, fremfor at søge løsninger og muligheder. Denne tilgang kan føre til pessimisme og følelsen af, at problemer er uoverkommelige. At overkomme krisementalitet kræver ofte en skift i perspektiv mod håb og handlingskraft.

K

Kommercialisering

Alt kan kommercialiseres, så længe det skaber værdi for slutkunden. Fra surdejshoteller og kø-assistance til voksenomsorg som et kram eller sengeputning – alt kan sælges, hvis det opfylder et behov. Selv de mest nicheprægede tjenester finder deres kunder, og mange er villige til at betale en høj pris for bekvemmelighed og nærvær.

Kompetencer

Nye kompetencer er afgørende for at følge med ændringer i arbejdsmarkedet og forblive konkurrencedygtig. Det betyder, at medarbejdere skal være villige til at lære nyt, omstille sig hurtigt og tage ansvar for deres egen faglige udvikling og fremtid.

Kreatørkultur

Kreatørkultur refererer til den voksende trend, hvor influencere og digitale skabere spiller en central rolle i markedsføring og indholdsskabelse. Med en markant stigning i investeringer i influencere, er både skabere og brands under pres for at tilpasse sig et mere professionelt og konkurrencepræget landskab.



Langsomhedslængsel

Længsel efter et mere langsomt, stabilt og simpelt liv efter polykrisen handler om et ønske om at genfinde ro og forudsigelighed. Det er en længsel efter at slippe de konstante udfordringer og usikkerheder, som krisen har medført, og i stedet søge tilbage til grundlæggende værdier som tryghed og balance.

Leveomkostningskrise

Leveomkostningskrisen beskriver den økonomiske belastning, som mange oplever, når priserne på essentielle varer og tjenester stiger hurtigt. Det kan føre til, at husholdninger får sværere ved at få økonomien til at hænge sammen, da indkomsterne ikke stiger i samme takt som udgifterne til f.eks. mad, bolig og energi.

Livsoptimering

Det handler ikke længere kun om at leve længere, men om at leve bedre. Forbrugere søger biohacking, wearables og personlige sundhedsplaner for at forbedre hverdagen. Brands inden for wellness bør fokusere på løsninger, der giver målbare resultater. At føle sig godt tilpas hver dag bliver en nødvendighed i en tid, hvor livskvalitet er altafgørende



Life science

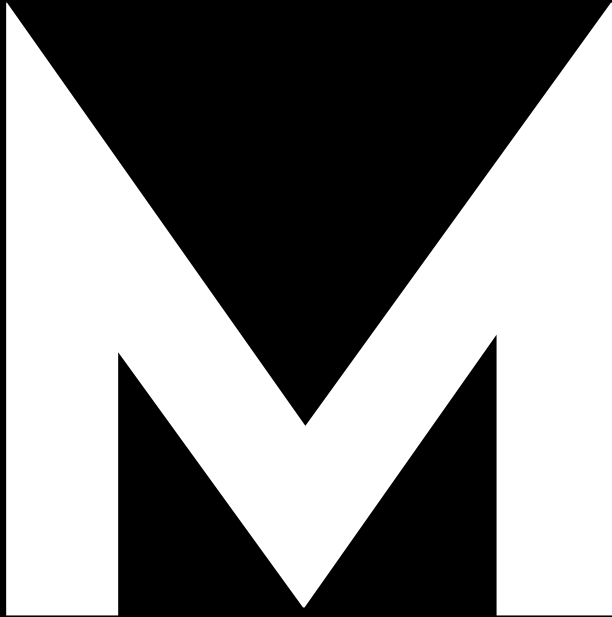
Life science er en global vækstmotor, der driver innovation og økonomisk fremgang. Branchen har stor positiv indflydelse på dansk økonomi med vækst i job og eksport. Life science skaber løsninger inden for sundhed og teknologi, hvilket sikrer udvikling inden for medicin, behandling og livskvalitet for mange mennesker.

Lokal

Interessen for det lokale, både nationalt og ultralokalt, er steget markant. Usikre globale forhold skaber behov for nærhed og genkendelighed, og lokale produkter og fællesskaber giver en følelse af tilhør og autenticitet. Desuden ønsker mange at støtte lokalsamfundet og værdsætter bæredygtighed og kvalitet, som ofte findes i nærområdets tilbud.

Longevity

Longevity - ønsket om at leve længere og bedre - får stadig større betydning, da interessen for at optimere både nutidens og fremtidens livskvalitet vokser. Forskning og teknologi sigter mod at forlænge sundhed og velvære, og flere søger nu aktivt efter måder at optimere deres livsstil og trivsel på lang sigt.



Medieafhængighed

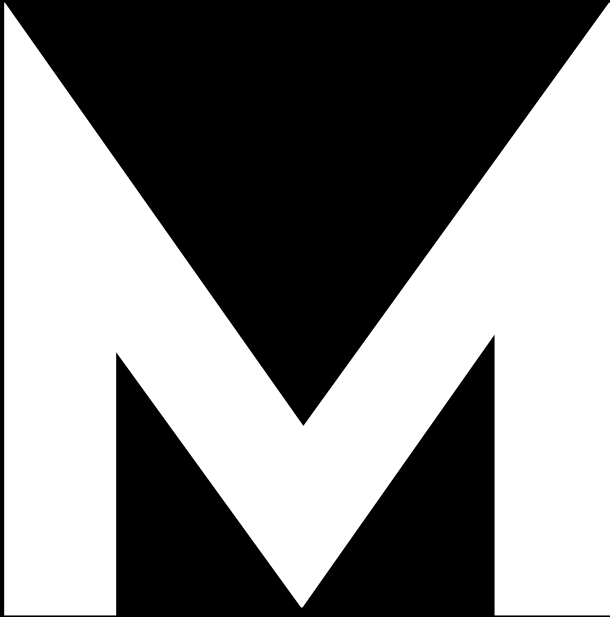
Medieafhængighed og -træthed præger flere, som konstant er online og opdateret. Selvom mange er afhængige af nyheder og sociale medier, skaber den konstante strøm af information også en form for udmattelse. Behovet for pauser og digital detox vokser, da flere føler sig overstimulerede og trætte af det evige medieforbrug.

Mental load

Mental load er den usynlige opgavebyrde ved at organisere hverdagen – fra planlægning til småbeslutninger. Det fylder mere i medierne og i hjemmene, da mange oplever stress ved konstant at skulle holde styr på både arbejde og privatlivets krav. Fokus på balancen er blevet essentiel for trivsel.

Menopause

Perimenopause og menopause er blevet hot topics i medierne, da flere kvinder bryder tabuet og deler deres erfaringer. Det øgede fokus sætter spotlight på hormonelle forandringer, symptomer og behovet for støtte og forståelse i overgangsalderen. Samtalen skaber opmærksomhed omkring kvinders helbred og normaliserer emner, der tidligere blev overset eller ignoreret.



Midimalism

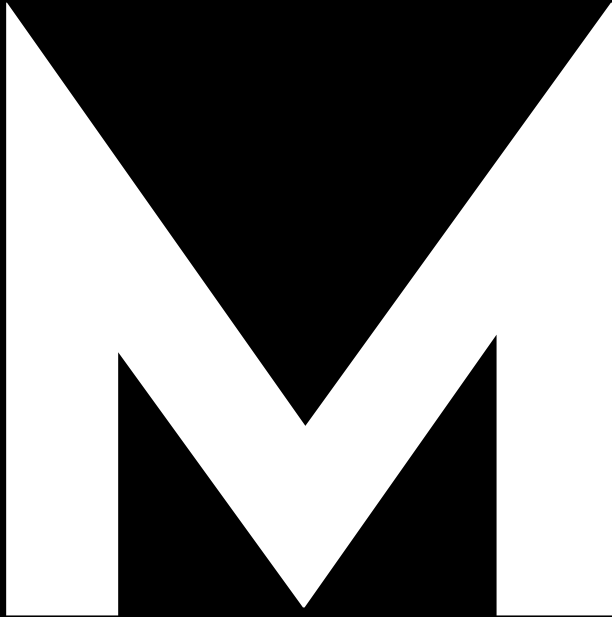
Midimalisme er en harmonisk fusion mellem minimalisme og mid-century modern design. Stilen omfavner rene linjer, naturlige materialer som træ og sten, og en dæmpet farvepalet. Den fokuserer på funktionalitet, komfort og æstetik med organiske former, vintage-elementer og moderne detaljer. Midimalisme skaber ryddelige, tidløse og varme rum med kvalitet over kvantitet.

Mikrodestinationer

Mikrodestinationer er små steder i byen, hvor atmosfæren og stemningen er i centrum. Her handler det om at deltage i det lokale liv og mærke kulturen tæt på, fremfor blot at observere. Fokus er på værdier, traditioner og levevis fremfor klassiske seværdigheder og attraktioner.

Mikrofællesskaber

Ægte forbindelser findes i små, interessebaserede grupper. Mikrofællesskaber handler om engagement og tillid frem for store netværk og følgere. Brands kan enten skabe deres egne fællesskaber eller deltage i eksisterende for at opbygge relationer. Her er autenticitet og nærvær nøglen til succes i en verden, der bliver mere fragmenteret.



Mikrolæring

Små, korte læringssessioner vinder frem, inspireret af formater fra sociale medier og YouTube. Med fokus på videoer og indhold, der kan indtages på få minutter, giver mikrolæring mulighed for at tilegne sig ny viden effektivt og fleksibelt. Perfekt til travle hverdage og et voksende behov for hurtig tilpasning.

Mindfulness

En praksis, der fremmer nærvær og bevidsthed om nuet. Ved at fokusere på åndedræt, tanker og omgivelser reduceres stress og forbedres mental trivsel. Mindfulness integreres i alt fra arbejdspladser til hverdagsrutiner som et værktøj til at skabe balance, fokus og ro i en hektisk verden.

Mådehold

Mådehold betyder evnen til at begrænse sig selv eller udvise tilbageholdenhed i forhold til forbrug, adfærd eller handlinger. Det handler om at finde en balance og undgå overdrevenhed, hvilket kan bidrage til harmoni og velvære. Mådehold er ofte forbundet med selvkontrol og omtanke i både små og store valg.

N

Natur

Naturen spiller en afgørende rolle i menneskers trivsel og mentale sundhed. Flere søger naturen som en modvægt til en stresset og digitaliseret hverdag. Tid i naturen giver ro, balance og fornyet energi. Begreber som skovbadning og naturterapi bliver populære, da naturen hjælper os med at genfinde fokus og indre harmoni.

Nostalgi

Nostalgi er en stærk driver i urolige tider, da det vækker tryghed og genkendelse. New nostalgia kombinerer det gamle med moderne twists - som retro-design med nutidens teknologi eller design. Denne blanding af fortid og nutid appellerer bredt, skaber ro og binder generationer sammen.

Nyhedstræthed

Flere fravælger aktivt nyheder for at undgå konstant eksponering for negative historier. Overflod af information og stressende nyhedsstrømme gør, at mange vælger en pause fra medierne. Tendensen viser et voksende behov for mental ro og et ønske om selv at styre informationsmængden i hverdagen.

T I D &

T E N D

E N S E

R #5-24

TIDSAND SAMFUND FORBRUG & LIVSSTIL

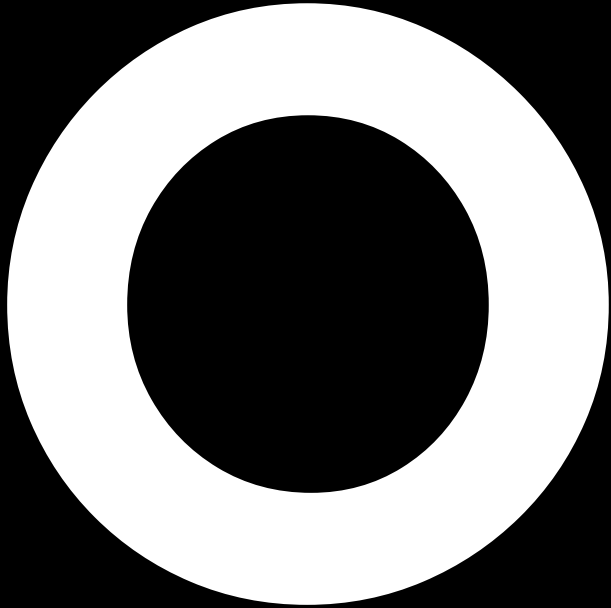
SKREVET AF – KIM SCHRØDER

Danskerne er glade for deres nyhedsmedier, men...

... de kan nogle gange få
nok af nyheder



At sige at danskerne er tilfredse med deres nyhedsmedier er selvfølgelig et relativt udsagn. Men det er slående, når man sammenligner danskernes brug af og holdninger til de danske nyhedsmedier med andre lande, at danskerne, på tværs af alder, køn og politisk observans, er nogenlunde tilfredse med den palet af nyhedsmedier, som de møder i dagligdagen. Men der er flere og flere, der undgår nyheder. ›



Omstilling

Evnen til at tilpasse sig forandringer er vigtigere end nogensinde. Omstillingsparathed betyder at kunne navigere i en verden med hurtige skift og nye udfordringer, hvor fleksibilitet og viljen til at ændre sig er afgørende for succes – både personligt og professionelt.

Oplevelser

Forbrugerne søger oplevelser frem for fysiske varer. Oplevelsesøkonomien trives, hvor alt fra rejser og events til unikke madoplevelser prioriteres. Det handler om at skabe minder og værdi, der rækker ud over materielle ejendele og bringer glæde og samhørighed.

Optimisme

Det kan være svært at være optimistisk om fremtiden uden at fremstå som både jubelnar og rebel. Men i en tid præget af udfordringer og usikkerhed, er nogen nødt til at tro på positive forandringer. Optimisme kræver mod og nytænkning – tør du tage chancen og være den, der ser mulighederne?

P

Paradox

I en verden præget af teknologiske fremskridt og overflod står vi overfor paradokser. Trods øget velstand og muligheder oplever mange stress og usikkerhed. Paradokset ligger i, at mere ikke nødvendigvis giver lykke. Dette skaber en længsel efter simplicitet, nærvær og en dybere mening i en kompleks hverdag.

Piskesmæld

Piskesmældseffekten rammer hele værdikæden: Forbrugerne skærer ned, hvilket får butikker, grossister og importører til at reducere indkøb. Resultatet? Faldende salg, lagerreduktioner og risiko for konkurs hos leverandører. Svækkelsen af forbrug rammer bredt og varsler en hård periode for mange virksomheder.

Priser

Pris er den vigtigste købsdriver for tryghedssøgende og pressede forbrugere, der ønsker at optimere økonomien. Fokus på prisbevidsthed og værdi får større betydning, og dette er en af forklaringerne på Temu's succes. Platformen tiltaler dem, der søger gode tilbud uden at gå på kompromis med deres økonomiske tryghed.

P

Polykrise

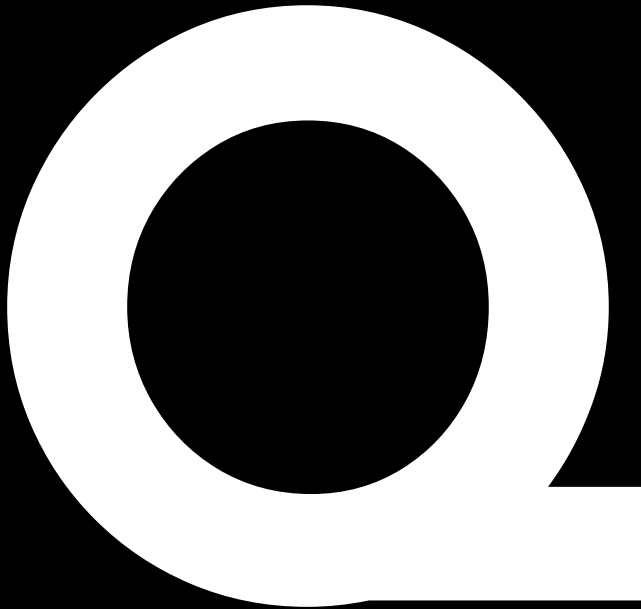
En situation hvor flere kriser opstår samtidig og påvirker hinanden på komplekse måder. Økonomiske, miljømæssige, sociale og politiske udfordringer sammenvæves og skaber en forstærket global ustabilitet. Klimaforandringer forværre økonomiske uligheder, føre til sociale spændinger og politisk polarisering, hvilket gør løsningerne mere udfordrende og presser systemerne.

Permakrise

Permakrise beskriver en langvarig periode med konstant krise eller usikkerhed, hvor samfundet står over for flere samtidige udfordringer. Det kan inkludere økonomiske, politiske, klimamæssige eller sociale problemer, der overlapper og forstærker hinanden. Begrebet afspejler en følelse af vedvarende instabilitet uden tydelige løsninger eller pauser.

Platformsøkonomi

Platformsøkonomi refererer til digitale markedspladser, hvor brugere køber og sælger både nye og brugte varer. Platforme som f.eks. DBA og Marketplace faciliterer transaktioner ved at forbinde købere og sælgere direkte. Det fremmer fleksibilitet, tilgængelighed og genbrug, mens virksomheder drager fordel af øget rækkevidde og minimal fysisk infrastruktur.



Quantified self

Begrebet dækker over måling af vores dagligdag med teknologi, f.eks. skridttællere og søvnovervågning. Denne dataindsamling hjælper os med at optimere sundhed og præstation, men rejser også spørgsmål om privatliv og afhængighed af teknologi.

Quick commerce

Quick commerce, hurtig levering af varer på kort tid, vinder frem i detailhandlen. Forbrugerne ønsker bekvemmelighed og effektivitet, og virksomheder tilpasser sig ved at tilbyde levering inden for timer, hvilket skaber en helt ny dynamik i shoppingoplevelsen – og det skaber nye forretningsmodeller.

Quiet quitting

Quiet quitting er en trend på arbejdspladsen, hvor medarbejdere gør præcis, hvad der kræves, men ikke mere. Det er en stille protest mod udbrændthed og manglende balance mellem arbejde og fritid, og det afspejler en ændring i holdningen til arbejdslivet.

R

Reduktionisme

Reduktionister søger at forenkle deres liv ved at reducere interaktioner og forbrug til en mere menneskelig og lokal skala. De prioriterer nærvær, bæredygtighed og autentiske forbindelser, ofte med fokus på lokale produkter og tjenester. Denne livsstil afspejler et ønske om at undgå overforbrug og genopdage værdien af det nære og det enkle.

Rejserevance

Beskriver fænomenet, hvor folk intensiverer deres rejseaktiviteter efter en periode med begrænsninger, ofte som følge af pandemier eller personlige udfordringer. Det handler om at genvinde tabt tid, udforske verden og kompensere for tidligere aflyste rejser, ofte med en stærk følelsesmæssig eller målrettet tilgang til oplevelser.

Retail 3.0

Retail version 3.0 handler om at skabe oplevelser og events, der går ud over traditionelt salg. Fokus er på at engagere gennem unikke, mindeværdige oplevelser. Med events, interaktivitet og personlig service tiltrækkes kunder, der søger mere end blot varer – de ønsker fællesskab, inspiration og autenticitet i købsoplevelsen.

R

Recommerce

Recommerce refererer til køb og salg af brugte produkter, ofte online. Det fremmer bæredygtighed ved at forlænge produkters levetid gennem genbrug. Typiske kategorier inkluderer elektronik, tøj og møbler. Recommerce reducerer spild, giver økonomiske besparelser og appellerer til forbrugere med fokus på miljø og ansvarligt forbrug.

Roaring 20s

The Roaring 20s var en periode præget af økonomisk vækst, kulturel frisættelse og teknologisk udvikling. Jazzmusikken blomstrede, mode og livsstil ændrede sig radikalt, og nye sociale normer opstod. Der var frihed og fest ovenpå Første Verdenskrig og den spanske syge – en tid med energi, innovation og overskud. Lyder det bekendt?

ROMO (Relief of missing out)

En følelse af lettelse eller befrielse fra presset om konstant at skulle holde sig opdateret. I modsætning til FOMO handler ROMO om at acceptere, at det er okay at gå glip af noget og prioritere ro og mentalt velvære frem for en konstant strøm af information. Det kan give en følelse af kontrol og frigørelse fra det moderne always-on krav.

R

Reparerbarhed

Produkter, der kan reparereres og genbruges, er en del af en cirkulær fremtid. Reparerbarhed giver forbrugerne mulighed for at forlænge produkters levetid og reducere affald.

Brands, der skaber funktionelle og holdbare løsninger, bidrager ikke kun til bæredygtighed, men opfylder også forbrugernes stigende krav om ansvarlighed.

Romantikken

Den nuværende periode med uro, krig og inflation minder om Romantikken, der også var præget af usikkerhed.

Dengang reagerede man på en turbulent verden ved at søge dybere mening, følelser og naturens kraft. På samme måde søger vi i dag autentiske oplevelser, fællesskab og dybere værdier som modvægt til en ustabil verden.

RTO (Return to office)

RTO (Return to office) refererer til processen, hvor medarbejdere vender tilbage til deres fysiske arbejdsplads efter en periode med hjemmearbejde eller fjernarbejde. Det involverer typisk ændringer i arbejdsmiljøet, fleksible arbejdsordninger og justeringer for at imødekomme både medarbejdernes og virksomhedens behov.

S

Serviceøkonomi

Ejerskab bliver erstattet af adgang i den moderne økonomi. Gen Z foretrækker at leje frem for at eje, mens abonnementsløsninger vokser i popularitet. Fremtiden ligger i at levere tjenester, der skaber værdi frem for blot at sælge produkter. Service bliver en afgørende drivkraft, når forretninger tilpasser sig denne udvikling.

Single use (stop)

Single-use produkter, som engangsplast, har længe været udbredt, men en stigende bevidsthed om miljøproblemer skaber en ny trend væk fra dem. Forbrugere og virksomheder søger nu mere bæredygtige alternativer som genanvendelige eller bionedbrydelige løsninger for at reducere affald og belastningen på naturen.

Situationsshopping

Situationsshopping handler om at foretage køb baseret på aktuelle behov og brug i en specifik situation. Det indebærer at fokusere på det praktiske og nødvendige frem for impulser eller ønskekøb. Denne tilgang sikrer målrettede valg, der matcher den konkrete kontekst, og hjælper med at undgå overforbrug eller unødvendige indkøb.

S

Skærm-apnø

Skærm-apnø er en ubevidst vane, hvor man holder vejret eller trækker vejret overfladisk, når man fokuserer intenst på sin mobil eller skærm. Disse små pauser kan påvirke kroppen negativt ved at øge stressniveauet og forstyrre ilttilførslen, hvilket over tid kan have konsekvenser for både fysisk og mental sundhed.

Slowbalisation

Slowbalisation beskriver en opbremsning i globaliseringen, hvor verdensøkonomiens internationale integration sker langsommere. Begrebet afspejler en overgang fra hyperglobalisering til en mere lokal eller regional tilgang, ofte drevet af politiske, økonomiske og miljømæssige hensyn. Slowbalisation udfordrer traditionelle globale netværk og fremmer selvforsyning.

Slow down

Højhastighedssamfundet kalder på det modsatte: ro, langsomhed og fokus. Men det kræver bevidst indsats og er svært at praktisere. Efter corona ønskede mange at undgå hamsterhjulet, men alligevel blev vi suget tilbage i samme tempo og travlhed. At finde balancen kræver vilje og aktive valg i hverdagen.

S

Stilhed

Stilhed er blevet en sjælden ressource i vores moderne samfund grundet konstant digital støj og urbanisering. Overalt konfronteres vi med lyde fra teknologi, trafik og menneskemængder. Dette konstante lydbillede forhindrer mange i at opleve ægte stilhed, hvilket kan påvirke både vores mentale og fysiske velbefindende.

Case: Oh so quiet

Soft lifers

En ny type er opstået: Soft lifers søger en mere balanceret tilværelse med fokus på glæde og velvære frem for stress og præstation. De prioriterer økonomisk komfort og en bæredygtig work-life balance, hvor "imperfect wellbeing" er målet. Denne livsstil afspejler ønsket om et simpelt liv med tid til det, der giver mening og værdi.

Små sprogmodeller

Small Language Models (SLMs) og Large Language Models (LLMs) varierer betydeligt i størrelse og kapacitet. SLMs kræver færre ressourcer og er hurtigere til simple opgaver, men de mangler den dybdegående forståelse og tilpasningsevne, som LLMs besidder.

S

Sundhed

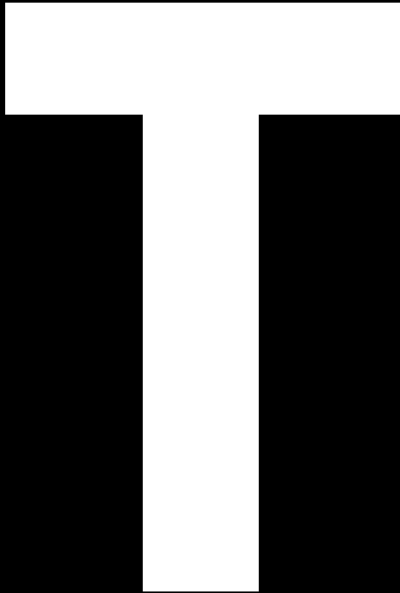
Sundhed, både fysisk og mentalt, er en af tidens største trends, da flere søger balance i en verden præget af stress og høje krav. Fokus på velvære, forebyggelse og livskvalitet vokser, drevet af ønsket om at leve længere og bedre. Sundhed ses i alle brancher – lige fra mad og drikke over motion til indretning og kosttilskud.

Stabilitet

Stabilitet er blevet en eftertragtet værdi i en verden præget af konstant forandring og usikkerhed. Det repræsenterer et behov for faste holdepunkter, tryghed og balance – både individuelt og kollektivt. Når alt føles i bevægelse, søger vi stabilitet i relationer, arbejdsliv og samfundsstrukturer. Det er en modvægt til kaos og en forudsætning for mental ro og langsigtet udvikling.

Søvnrenaissance

Respekten for søvnen som en afgørende faktor i både fysisk og mental sundhed er stigende. Højhastighedslivet efterlader ikke meget tid til reel restitution – og reelt at kunne trække stikke. Og det vi mister grebet om bliver automatisk attraktivt.



Taktilitet

At engagere sanserne gennem berøring er en vigtig del af taktilitet. Bløde materialer og rå teksturer skaber autentiske og nærværende oplevelser. I en digital verden bliver fysiske elementer en nøgle til at forbinde os med produkter og rum på et dybere plan. Taktilitet bringer design til live.

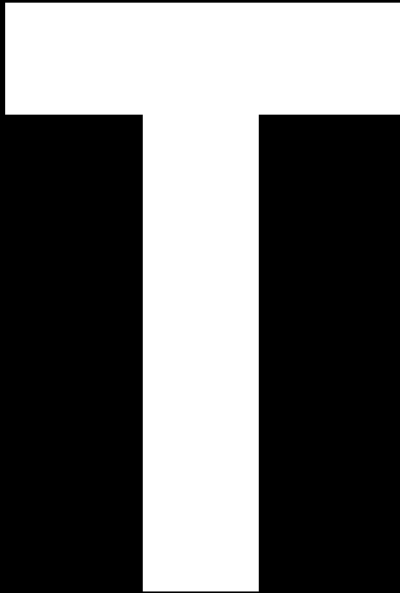
Teknologi-benovelse

Teknologi-benovelse refererer til den proces, hvor ny teknologi bliver integreret i samfundet og hverdagen. Det involverer både tilpasning og anvendelse af teknologiske fremskridt for at forbedre eksisterende løsninger, skabe nye muligheder og øge effektiviteten på tværs af områder som arbejdsplads, uddannelse og privatliv.

NB: Gartners hype cycle

Techno-boomers

Techo-boomers refererer til ældre generationer, især babyboomere, der bliver stadig mere teknologisk kyndige. Denne øgede teknologiforståelse åbner op for flere tværgenerationsforbindelser og fælles kulturelle oplevelser, hvilket styrker kommunikationen og skaber nye muligheder for socialt samvær på tværs af aldersgrupper.



Tilpasning

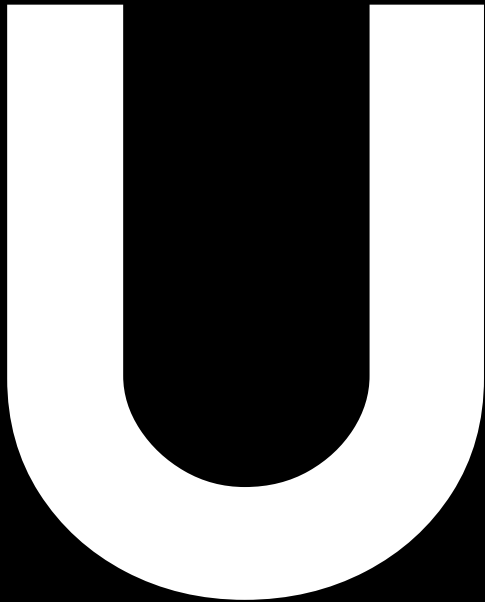
Tilpasning, eller adaptation, refererer til processen, hvor mennesker, dyr eller systemer justerer sig for at overleve og trives under nye eller ændrede forhold. Det kan være biologisk, som arters udvikling over tid, eller kulturelt og teknologisk, hvor samfund tilpasser sig forandringer i miljø, økonomi eller sociale strukturer for at sikre fremtidig bæredygtighed.

Tidsoptimering

Tid er den mest værdifulde ressource i en travl verden. Køfrie butikker og kortere arbejdsuger ændrer, hvordan vi definerer succes. Produkter, der ikke sparer tid, skal tilføje ekstra værdi. At give kunderne mere tid handler om at tilbyde løsninger, der gør livet lettere. For virksomheder er tid fremtidens vigtigste valuta.

Tradwives: Den nye husmor

En nyfortolkning af husmor-rollen sætter hjemmets centrale betydning i fokus. Tradwives hylder kombinationen af tradition og moderne teknologi. Sociale medier fremhæver, hvordan denne livsstil genopfinder husmorens rolle som en værdifuld og inspirerende del af familien og samfundet.



Ukraine

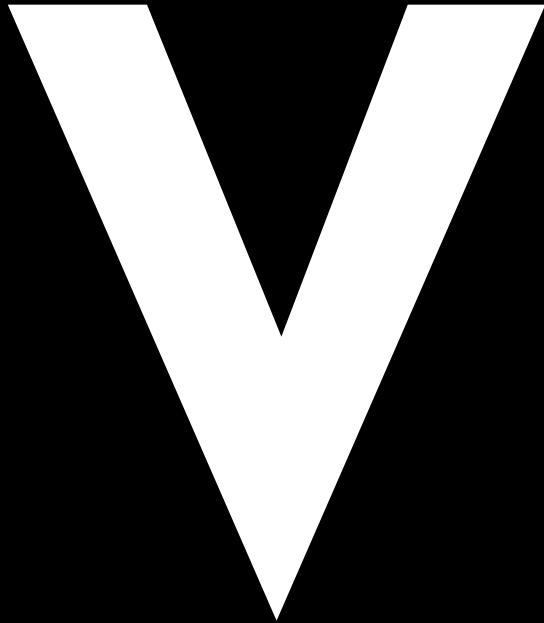
Så længe krigen i Ukraine fortsætter, holdes Europa tilbage på flere fronter. Konflikten skaber økonomisk usikkerhed, presser energiforsyninger og hæmmer vækst og investeringer. Samtidig afleder krigen fokus fra langsigtede europæiske mål som grøn omstilling og digitalisering.

USA

Med Trump som vinder kan der blive tale om højere toldsatser og en stærkere dollar, der kan påvirke europæisk eksport negativt. Virksomheder kan blive udfordret af højere importpriser og lavere konkurrenceevne. Den økonomiske usikkerhed kan skade fremtidige vækstudsigter og skabe udfordringer for handel/investeringer på tværs af Atlanten.

Utålmodighedsøkonomi

Utålmodighedsøkonomien handler om hurtige løsninger og maksimal bekvemmelighed. Forbrugerne ønsker hyper-convenience og life hacks, der gør hverdagen nemmere og sparer tid. Vi vælger gerne den letteste vej og springer over, hvor gærdet er lavest, for at opnå mere med mindre indsats i en travl hverdag.

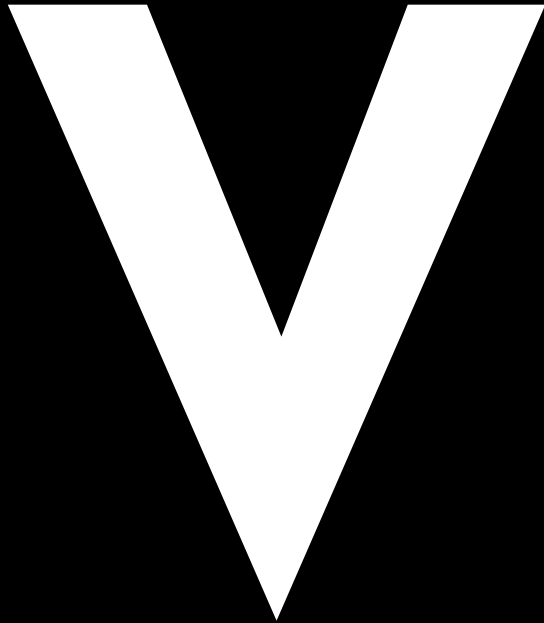


Valg

Valget i USA blev et eksempel på, hvordan alt gik i stå; medierne gik i selvsving, og aktiemarkederne blev ekstremt volatile. Det viste, hvordan politiske valg kan skabe usikkerhed og påvirke økonomien globalt. I Europa står vi nu overfor egne afgørende valg, som kan få stor betydning for stabilitet og fremtidens kurs.

Verdensøkonomi

Verdensøkonomien bevæger sig mod 'slowbalisation,' hvor globaliseringen bremses, og der fokuseres mere på selvforsyning og lokale markeder. Mindre samhandel og øget egenproduktion mindsker afhængigheden af globale forsyningskæder. Denne tendens kan skabe økonomisk stabilitet, men også øge priserne og hæmme væksten.



Verdens Bedste Nyheder

En af de mest interessante vinkler på nyhedsformidling af nyhedsbreve med fokus på positive nyheder, det lange seje træk og den konstruktive / løsningsorienterede tilgang - i stedet for breaking news, krig, krise mv. Danmark har fået sit helt eget nyhedsbrev med de bedste nyheder fra hele verden - og man bliver helt glad.

Vibecession

Vibecession beskriver en kulturel eller personlig periode, hvor stemningen eller energien føles lav, og optimisme eller kreativitet er faldende. Ordet kombinerer 'vibe' og 'recession' og bruges ofte humoristisk til at udtrykke en kollektiv følelse af træghed eller manglende inspiration i en given tid.

Vækst

Global vækst er aftaget markant, hvor vækstrater i både avancerede og udviklingslande er faldet betydeligt siden finanskrisen. Forventningen til fremtidig vækst er, at fokus flyttes fra ren økonomisk vækst til kvalitetsaspekter som innovation, inklusivitet, bæredygtighed og modstandsdygtighed.



Wearables (health tech)

Teknologi som smartwatches og fitness-trackere, også kendt som wearables, er blevet populært for at overvåge sundhed og præstation. Disse gadgets hjælper folk med at optimere deres daglige rutiner og holde styr på deres sundhedsdata. Nyere versioner måler blodsukker og ketose for at optimere kalorieindtag, motion mv.

Wellness

Wellness er blevet en central del af moderne livsstil, med fokus på både fysisk og mental sundhed. Fra meditation og yoga til kost og søvnoptimering søger flere at forbedre deres livskvalitet gennem sundhed og trivsel. Der er fortsat masser af mulighed for salg af produkter og services her.

Wonderlust

Wonderlust er en længsel efter at udforske og opdage verden med et åbent sind. Denne form for rejse og livsstil handler om at fordybe sig i nye kulturer og oplevelser med nysgerrighed og respekt, og det vinder frem som en mere meningsfuld måde at rejse på.

AND THAT
IS A **W**RAP