

Tema: 100 trender

Efter att ha sysslat med trendspaning ett flertal år kände jag att det var dags att göra en form av summering. Vilka är egentligen de viktigaste trenderna för stunden? Jag satte det halvt vansinniga målet att författa hundra trender (ett antal jag många gånger kom att ångra). Till och med bokförlaget gav antydningar om att mindre antal kanske skulle vara att föredra. Men det gäller att vara envis när man tror på någonting. Så till slut har alltsammans resulterat i en bok med titeln "100 trender – din guide till framtiden".



Skönt att man hann skriva en bok innan de försvinner helt.

Syftet med boken är att skapa sammanhang i vår lätt förvirrade och ständigt föränderliga värld. Genom att presentera trender inom flera olika områden så är tanken att skapa ett raster med en annan storlek än den ultrasnabba nyhetsjournalistikens. Boken tar inte upp de senaste flugorna utan istället fundamentala trender med mer långsiktig påverkan. Tanken är att göra läsaren bättre rustad att möta en spännande och utmanande framtid. Den är tänkt att ruska om och ge nya insikter och förhoppningsvis föda nya kreativa tankar och idéer.

I detta nyhetsbrev delar jag med mig ett par av trenderna. Läs om marknadspolarisering, lågvarvare och artificiell evolution. Mer info finns på www.100trender.se. För den som är intresserad av att köpa boken så finns den tillgänglig i väl sorterade bokaffärer och på nätet (t.ex. Bokus och AdLibris).

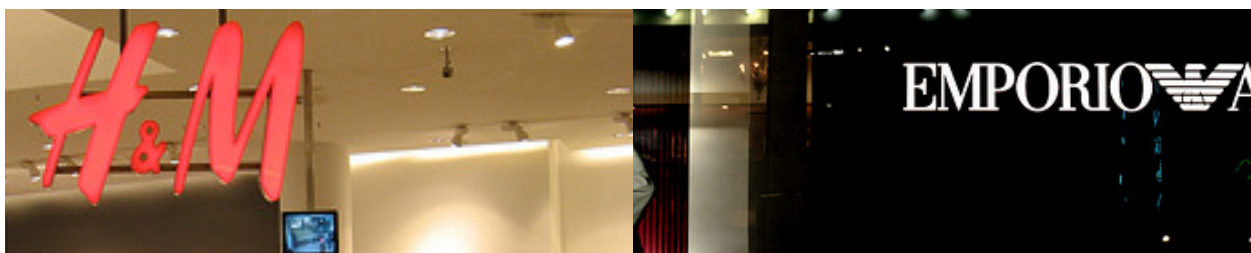
DÖDEN I MITTEN:

MARKNADSPOLARISERING

”Jag gillar saker som antingen kostar 60 dollar eller 6 000 dollar.”

Isaac Mizrahi

I min garderob hemma samsas skräddarsydda Armani-kostymer från Rom med billiga kostymer från H&M. Vårt matbord kommer från danska designföretaget Oliver Furniture medan köksstolarna är köpta billigt på Blocket. I vardagsrummet omges den exklusiva soffan av billiga IKEA-lampor. Att blanda dyra och billiga saker kan tyckas märkligt ur ett konsumentperspektiv, men det är precis så det ser ut i många svenska hem. Hur kommer det sig att svenskarna inte mestadels köper saker i en lagom prisnivå?



Konsumentens kameleontbeteende är i själva verket rätt logiskt.

Lyxprodukter med starka varumärken har seglat upp ordentligt under de senaste decennierna. Det är inte bara hög kvalitet som lockar, utan minst lika mycket de starka känslomässiga kopplingarna vi har till dem. Vi vill bli förförda av exklusiviteten och betalar många gånger – medvetet eller omedvetet – överpriser för att få tillfredsställelsen av att ha köpt något dyrt. Konsumtion av premiumprodukter som dessa blir ett viktigt sätt att signalera en högre sofistikeringsgrad och visa sin sociala status.

På andra sidan spektrumet ser vi en motsvarande jakt på saker som är så billiga som möjligt, där varumärket blir av sekundär betydelse. Utbudet av lågprisprodukter har vuxit enormt med en ny rad aktörer i Sverige inom allt från mat till elektronik. Att köpa billigt anses inte längre fult utan istället smart, vilket föranlett begreppet smartshopping. Att gå på lågprisjakt kan dessutom upplevas spännande och roligt och många ser det som en sport att hitta låga priser. Gekås i Ullared har exempelvis blivit en magnet för shoppinggalna där ”VM i shopping” går av stapeln varje dag. Lågpris är inte bara för dem som har ont om pengar, utan det är ett växande fenomen som skär igenom alla samhällsklasser.

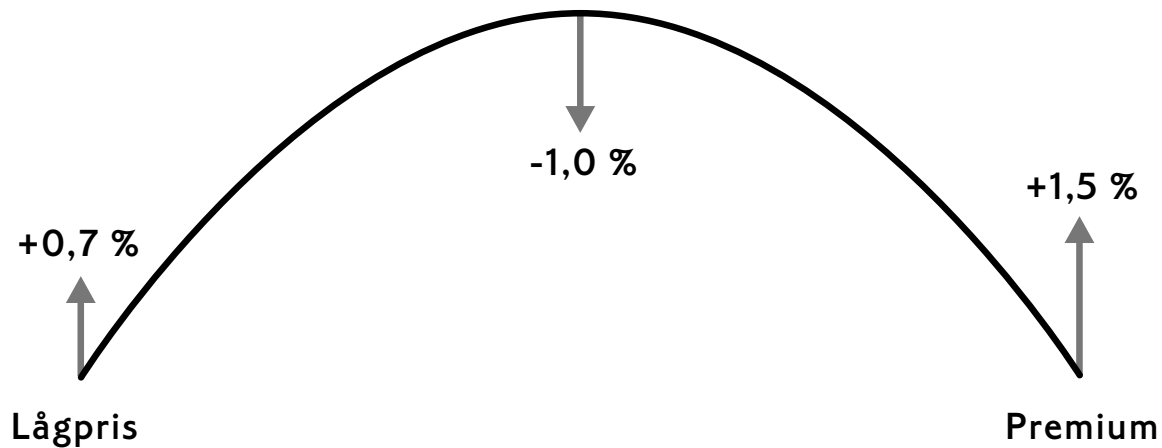
Mellan dessa två kategorier finns en enorm mängd produkter som i stor utsträckning betraktas som mediokra. Det är varor och tjänster som inte tillräckligt väl uppfyller något av de behov som lågpris och premium gör. Man kan inte känna lyckan över att ha gjort ett riktigt köp, men inte heller glädjen av att ha unnat sig något riktigt dyrt. Mittenkategorin upplevs istället ointressant och oinspirerande. Hur bra produkterna än är så saknar de tydliga signaler som kunden kan tolka och basera sina inköp på. Det som nu sker inom så gott som alla branscher är en tydligare polarisering av marknaden, där tonvikten förskjuts från mitten mot extremerna. Om det inte är billigt så får det vara dyrt – och är det inte dyrt så ska det vara billigt. Mellan toppen och botten finns en snabbt minskande mittenkategori.



Därmed inte sagt att mellansegmentet är obetydligt, tvärtom är det väldigt stort. Men det centrala i sammanhanget är inte dess absoluta storlek, utan istället att det krymper i en takt om 1 procent årligen. Det kan tyckas obetydligt i sammanhanget men för branscher som omsätter miljarder kronor, blir denna minskning högst kännbar över tiden. Döden i mitten är ingen snabb död, utan ett kroniskt sjukdomstillstånd som med tiden förvärras.

Alla typer av produkter och tjänster förändras nu inte på samma sätt. Saker som laptops, flygresor och många stapelvaror pressas ned mot lågpris, medan saker som vin, espressomaskiner och rakblad har en tydligare förskjutning mot premiumsegmentet. Men inom många branscher sker en tillväxt i båda dessa segment samtidigt. Bilindustrin har exempelvis traditionellt varit stark på märken i mellankategorin. Men det har blivit smärtsamt påtagligt för märken som Ford och Opel att dessa har saknat tydlig profil, vilket gjort det svårare för dem att överleva. Istället tar exklusiva märken som Audi och BMW marknadsandelar, liksom Skoda och Kia som erbjuder prisvärda alternativ.

ÅRLIG FÖRÄNDRING PER SEGMENT



Källa: McKinsey & Company

Gyllene tider för lågpris och lyx.

Det kan tyckas motsägelsefullt att både lågpris- och premiumsegmentet växer samtidigt, men de båda köpbeteendena passar egentligen ganska väl ihop. Många väljer att leva lite billigare i veckorna för att lyxa till det under helgen. Studier visar att konsumenter till och med skiftar mellan dessa köpstilar under ett och samma inköp. Den som exempelvis går på lågprisjakt i en matbutik kan i utbyte mot den besparing som gjorts unna sig nybakat bröd eller lite lyxigare kött från delikatessdisken. Konceptet har använts framgångsrikt av amerikanska varuhuskedjan Costco som kombinerar lågpris och premium under samma tak.

För företag som befinner sig i mittensegmentet utan tydlig strategi blir således utmaningen att bestämma sig för vilket vägval man ska göra. Ska man erbjuda lågpris och följa prisspiralen mot botten eller ska man öka investeringar i innovation och varumärkesbyggande åtgärder för att möta de emotionella aspekterna kring premium? Båda vägarna kan vara framkomliga, men de som står kvar i mitten riskerar att bli överkörda. Speciellt om man tar i beaktande att nytillkomna aktörer ofta nischer sig mycket hårt mot endera delen av skalan.



ETT LIV FÖRE DÖDEN:

LÅGVARVARE

*"Att vara nöjd med lite är svårt,
att vara nöjd med mycket är omöjligt."*

Marie von Ebner-Eschenbach

Samlare och jägare i förhistorisk tid arbetade betydligt mindre än vad vi gör idag. Vanligen spenderades tre till fyra timmar för att skaffa mat, medan resten av dagen ägnades åt vila, lekar och socialt umgänge. Men så fanns det heller inga stenåldersmänniskor som ville ha Gucci-väskor eller Armani-kostymer. Efter studier av primitiva stammar i Afrika, Australien och Asien menar vissa forskare att dessa människor är lyckligare just för att de inte bekymrar sig över materiella ägodelar. I västvärlden så leder jakten på status och lyx långt ifrån alltid till större lycka, utan ofta till mer stress, mindre fritid och ökad komplexitet.



Stenåldersman med Armanipäls. Notera den moderiktiga frillan.

Hur kommer det sig då att våra liv blir så förtvivlat komplicerade? Till att börja med så bor det exempelvis idag fler personer i Stockholm än vad det totalt fanns på hela jorden under stenåldern. Som en följd tvingas vi hantera fler relationer, såväl privat som i arbetslivet. Våra arbetsuppgifter blir generellt mer tankekrävande då kunskapsinnehållet hela tiden ökar. Tekniken tränger allt djupare in i våra liv och medan den ibland förenklar vardagen så är det lika vanligt att tekniken krånglar. Att komma hem till en främmande person och försöka slå på tv:n är en utmaning till och med för Christer Fuglesang. Och den som regelbundet måste uppdatera sina digitala flöden på bloggar, Facebook och Twitter har, om inte en ständigt gnagande känsla av dåligt samvete, i alla fall en rejäl tidstjuv i denna sysselsättning. Vi är ständigt nåbara via mobiler och internet och uppmärksamheten splittras mellan otaliga företeelser. Våra kalendrar är överfyllda med en ändlös ström av möten, dagislämningar, bilbesiktningar och årsmöten.

Men det är inte bara kraven utifrån som ökar utan vi är själva bra på att öka komplexiteten i våra liv. Från att ha haft ett fåtal enkla ägodelar i historisk tid samlar vi idag på oss tusentals ägodelar vilka alla upptar en del av vår mentala energi. Medan viss del av vår konsumtion omfattar nödvändigheter, blir en allt större del excesser i form av kantklippare, bananskydd, grillbälten och näshårstrimmers. Det är inte bara människan som konsumerar saker, utan sakerna konsumerar även människan.

Många människor lever så hektiska liv att målet för dem knappast längre är livsglädje, utan snarare ett hopp om att överleva dagen med förståndet i behåll. Ju mer sofistikerad vår värld blir, desto mer kräver den av oss. Men det finns de som tröttnat på vardagsstressen och köphysterin och som en motreaktion ifrågasätter de etablerade normerna för framgång. Är det verkligen bättre karriär, mer pengar och fler saker vi söker? Frågan blir ytterligare relevant när man väger in vad som ofta får försakats, såsom förhållanden, vänner och inre harmoni. Det finns en längtan efter mening och djup bland dem som inte längre får livspusslet att gå ihop.

Lågvarvare är människor som söker ett långsammare spår och frivilligt valt att lägga i en lägre växel i livet. Istället för stress, prestation och konsumtion fokuserar de på att få mer tid till nära relationer och utrymme för reflektion. Denna självvalda enkelhet innebär inte att allt ska göras i snigelfart eller en önskan om att återvända till grottstadiet, utan om att hitta en komfortablare livsrytm i bättre samklang med dagens samhälle. Lågvarvare vill omvärdera prioriteringarna i livet för att hitta en bättre balans och ett mer sansat livstempo.

Redan 1986 startade Slow Food-rörelsen i Italien som en protest mot att McDonald's öppnade en restaurang i centrala Rom. Idag har rörelsen över 100 000 medlemmar och är spridd i över hundra länder. Numera finns förgreningar inom en rad områden som slow travel, slow sex, slow parenting och slow shopping. Försök att motverka stress är således ingen ny företeelse, men i klimatdebattens och finanskrisens kölvatten ser vi hur fler lågvarvare med ny energi börjar ifrågasätta västvärldens livsstil. För vissa handlar den nya enkelheten om att skapa en harmoni med naturen och bättre hushåll med jordens resurser. I Sverige finns idag exempelvis ett femtiotal ekobyar som med energisnåla hus och självhushållning syftar till att skapa ekologiskt stabila lokalsamhällen. Andra fokuserar på en ökad medvetenhet, att leva i nuet och vara närvarande. På Vallhallaskolan i Oskarshamn övar eleverna exempelvis mindfulness två gånger i veckan. Många av eleverna tycker att stressen och pressen i skolan har minskat.

I drygt var fjärde småbarnsfamilj har någon av föräldrarna förkortat sin arbetstid till mellan 30–37 timmar i veckan, enligt sociologen Jörgen Larsson som bedriver forskning kring tidsanvändning. Han menar dock att den som vill kan minska sin arbetstid betydligt mer än så. Om två vuxna jobbar halvtid – det vill säga lika mycket som de gjorde på stenåldern – skulle de tillsammans nå en högre materiell levnadsstandard än vad motsvarande heltidslöner gav på 1950-talet. Det skulle förstås innebära ett liv utan modern lyx som mobiltelefoner, utlandsresor och märkeskläder. Att avvika från normerna i konsumtions-samhället är dock svårt. Själv slängde jag ut min tv för femton år sedan och nästan alla som hör det undrar hur jag kan klara mig utan tv. Jag kan förstås ställa den logiska motfrågan: hur klarar de sig utan två till tre timmars extra fritid? Det handlar om att ha ett liv före döden.



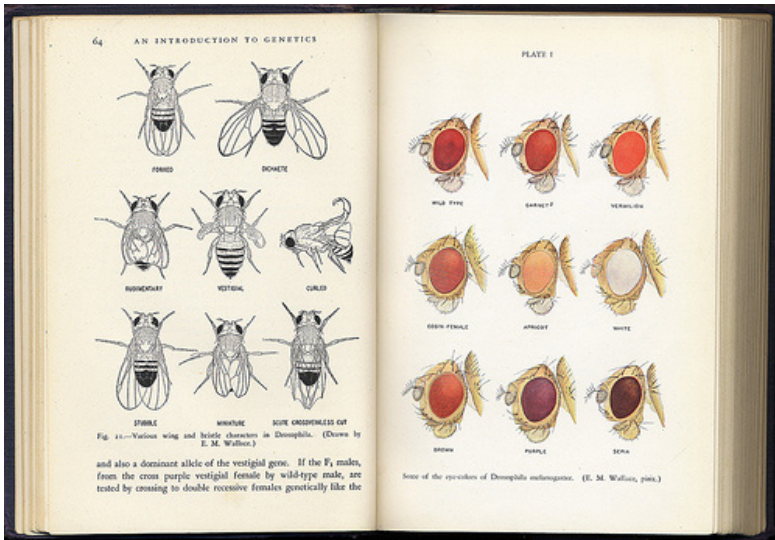
BORTOM DARWIN:

ARTIFICIELL EVOLUTION

"Land och haf skola pulsera och vibrera under människans hand och under människohjárnans ledning."

Allers Familj-Journal nr 4, 1910

För 200 år sedan var vi 1 miljard människor på jorden. Idag är vi 6,9 miljarder. Vi skulle ha svultit ihjäl för länge sedan om det inte vore för att jordbrukets produktivitet ökat snabbare än befolkningen. En av anledningarna är att vi äter mat som är genetiskt manipulerad. Den mesta maten vi äter idag är resultat av noggrann framodling av ett fåtal arter. Av över 200 000 olika grödor utgör endast ett dussin 80 procent av vår dagliga kost.



Sorry Darwin, numera är det människan som styr evolutionen.

Många av de matvaror vi äter idag var från början hårda eller rent av oätbara. Naturliga tomater var exempelvis från början små gröna bär, svagt giftiga. De flesta frukter och blommor i våra hem är artificiella hybrider. Det mesta av denna genetiska manipulation har varit slumpmässig. Men sedan vetenskapen på senare år gjort stora framsteg inom DNA-området, blir den genetiska förändringen allt mer förutsägbar och kontrollerad. Det naturliga urvalet är satt ur spel och det är istället ett artificiellt urval styrt av människan som till stor del formar framtidens växter. Nya egenskaper tillförs grödor såsom tålighet mot insekter eller kemikalier. Det kan också handla om ökat näringsinnehåll – det finns exempelvis morötter med fördubblad kalciumhalt, tomater med 20 procent mer antioxidanter och "gyllene ris" med 30 gånger så mycket betakaroten. Med tanke på att åtminstone hälften av jordens invånare får i sig rätt antal kalorier men inte tillräckligt med näringsämnen, vitaminer och mineraler, så kallad dold hunger, så kan genmanipulerad mat vara en del av lösningen.

Vi ser också helt nya funktioner hos växter. Företaget Dow Chemical har skapat majs som blir en biologiskt nedbrytbar plast. DuPont har lyckats odla en form av polyester som känns som sammet. Epicyte experimenterar med majs som fungerar som preventivmedel. Andra har långt gångna försök med bananer och potatis som "vaccinerar" mot kolera och hepatit när man äter dem.

Vinsten om man säljer råvaror som säd och socker ligger på 3–5 procent. För dem som "odlar plast och medicin" kan förstås vinsten bli mångdubbelt större. När kunskapskomponenten i grödorna ökar, så ökar också vinsten. Företag som DuPont, GlaxoSmithKline, IBM med flera har deklarerat att deras framtid ligger i området *life science*. Denna nya bransch kommer att skapa företag som potentiellt blir större än Microsoft och Google.



Sista huset på Holland Island. Civilisationen har ett pris.

Men det är inte bara grödornas öde som ligger i människans händer utan till stor del även djurens. På Hawaii tillkom en ny djurart var 35 000:e år innan människan koloniserade ön. Numera tillkommer femtio nya djurarter varje år som människan för dit, vilket naturligtvis får ödesdigra konsekvenser för delar av den inhemska floran och faunan. Människan orsakar för närvarande den största massdöden av djurarter sedan dinosaurierna dog för 65 miljoner år sedan. Föroreningar, förstörelse av naturliga livsmiljöer, olaglig jakt och klimatförändringen är bidragande orsaker som sammantaget drabbar djurlivet mycket hårt. Om utvecklingen fortsätter i samma takt som hittills, kommer hälften av jordens arter att vara utdöda inom mindre än 100 år. Forskarnas fokus ligger nu snarare på att prioritera vilka arter som ska få fortleva, än den till synes oöverstigliga uppgiften att helt vända trenden.

Att människan till stor del formar evolutionen har som synes flera negativa följder. Men i och med att det är vi själva som styr, kan vi också omforma världen till det bättre. Klimatproblematiken är ett sådant område där människan verkligen kan göra en insats. Kostnaderna för att motverka miljöproblemen är förstås stora i absoluta belopp, men motsvarar enligt vissa beräkningar en smärre ekonomisk utgift om 0,12 procent av världens BNP årligen. Att ha evolutionens öde i våra händer är ett ansvarsfullt uppdrag – nu är det hög tid för mänskligheten att visa sig värdig uppgiften.

För mer info och prenumeration på detta nyhetsbrev, kolla in www.futurewise.se
Intresserad av inspirerande trendföredrag? Maila på info@futurewise.se
Bilder i detta nyhetsbrev är förutom egna bland annat från Flickr Creative Commons.