



Arbeitsmarktservice  
Wien  
BerufsInfoZentrum

## Vision-Rundschau Innovationen-Trends-Prognosen

---

**Nr. 174 / Juli 2014**

---

IMPRESSUM: \*\*\* Gegründet Juni 1996 \*\*\* unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 6, Gumpendorfer Gürtel 2b, 1060 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, [Katharina.Welan@ams.at](mailto:Katharina.Welan@ams.at) Die Vision-Rundschau im Internet: <http://www.ams-forschungsnetzwerk.at> (auf „Publikationen“ klicken und dann links auf „AMS Vision-Rundschau“ – mit ABO-Möglichkeit)

---

### Allgemeine Prognosen

#### Ausblick auf Beschäftigung und Arbeitslosigkeit in Österreich bis zum Jahr 2018

Aus dem Vorwort: Der vorliegende Bericht gibt auf Basis der Synthesis-Mikroprognose einen Ausblick auf die Entwicklung des österreichischen Arbeitsmarktes bis zum Jahr 2018. Innerhalb der nächsten fünf Jahre wird sich das Wachstumstempo der österreichischen Wirtschaft schrittweise beschleunigen. Im Zuge des prognostizierten moderaten gesamtwirtschaftlichen Aufschwungs steigt das BIP-Wachstum von 1,6% im Jahr 2014 auf 3,2% im Jahr 2018 an. Vor dem Hintergrund verbesserter Rahmenbedingungen in bedeutenden Zielmärkten inner- und außerhalb Europas wird Österreichs exportorientierte Wirtschaft eine erhöhte Nachfrage nach ihren Produkten und Dienstleistungen erfahren und dadurch zu einem weiterhin aktiven Leistungsbilanzsaldo beitragen. Trotz verbesserter gesamtwirtschaftlicher Lage bleibt die Situation am österreichischen Arbeitsmarkt am Beginn des Prognosehorizonts noch angespannt. Die betriebliche Nachfrage nach Arbeitskräften liegt insbesondere 2014 noch deutlich unter der anhaltenden Zunahme des Arbeitskräfteangebots. Erst zur Jahresmitte 2015 stellt sich ein Rückgang des Arbeitslosenbestandes ein. In den Jahren 2016 bis 2018 wird sich die betriebliche Nachfrage nach Arbeitskräften deutlich beschleunigen. Insgesamt verringert sich der Bestand an Arbeitslosigkeit über den ganzen Prognosehorizont hinweg um 4.000. Ausgehend von 8,1% im Jahr 2014 sinkt die Arbeitslosenquote auf 7,1% im Jahr 2018.

Kostenloser Download der Studie:

<http://www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=10291>

#### Lehrlingsausbildung: Angebot und Nachfrage 2013 bis 2018

Aus dem Vorwort: "Rund vier von zehn Jugendlichen eines Jahrgangs beginnen nach der Pflichtschule eine Lehrlingsausbildung. Insgesamt können rund 250 Berufe in Österreich auf dualem Weg erlernt werden. Durch die Lehrlingsausbildung tragen die Betriebe dazu bei, den

zukünftigen Bedarf an Facharbeiterinnen und Facharbeitern zu decken. Für das Arbeitsmarktservice gilt es, jene Mädchen und Burschen, die Lehrstellen suchen, dabei zu unterstützen, passende Ausbildungsplätze zu finden, und Betrieben mit offenen Lehrstellen geeignete BewerberInnen zu vermitteln. Der vorliegende Bericht stellt das zu erwartende Angebot der Betriebe an Lehrstellen und die zu erwartende Nachfrage der Jugendlichen nach Lehrplätzen im Zeitraum 2013 bis 2018 dar."

Kostenloser Download der Studie:

<http://www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=10406>

## **Vision Österreich 2050 - Vorsprung durch Bildung, Innovation und Wandel**

Conclusio: Betrachtet man die dargestellten Prioritäten, so stellt sich zum Abschluss nochmals die Frage nach dem gemeinsamen Nenner im Hinblick auf die Vision Österreich 2050. In allen Bereichen kommt es darauf an, dass eine möglichst breite Durchsetzung von ‚inkluisiven Institutionen‘ erfolgt. Diese gewähren allen Gruppen der Gesellschaft gleiche Startchancen und gleich lange Spieße im Wettbewerb und bieten Anreize und Möglichkeiten für politische, soziale und ökonomische Partizipation. Das institutionelle Gefüge muss sozialen Aufstieg erleichtern, anstatt die Familien von Generation zu Generation in derselben Schicht zu zementieren. Dagegen sind die Begünstigung von etablierten Interessen, die Behinderung des Wettbewerbs und der Schutz von Renten zugunsten von Partialgruppen die tieferen Mechanismen, welche eine innovative und dynamische volkswirtschaftliche Entwicklung verhindern. Nur wenn alle Akteure und TeilnehmerInnen im Bildungs-, Forschungs- und Unternehmenssektor die Möglichkeit zur Entfaltung ihrer Potenziale erhalten und das Leistungsprinzip entscheidend für Erfolg oder Misserfolg ist, kann Österreich auch in Zukunft in einer Welt des Wandels erfolgreich bestehen.

Kostenloser Download:

<http://www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=10430>

## **Lebenswelten von morgen**

### **Mitgefühl in Alltag und Forschung**

Ein ungewöhnliches Projekt gibt es von der Abteilung Soziale Neurowissenschaft des Max-Planck-Instituts für Kognitions- und Neurowissenschaften unter der Leitung von Prof. Dr. Tania Singer zu vermelden. Im Juli 2011 wurde dort ein Workshop „How to train Compassion“ mit dem Künstler Olafur Eliasson veranstaltet, bei dem Forscher, Psychotherapeuten, buddhistische Mönche und Künstler die Relevanz von Mitgefühl und Mitgefühlstraining für verschiedenste Bereiche diskutierten. Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist ein umfangreiches multimediales eBook, das kostenlos heruntergeladen werden kann. Auf der Website des Projektes heißt es: „Am Ende diese inspirierenden Workshops entwickelte sich der Wunsch aller Beteiligten, dieses zusammengetragene Wissen für die Öffentlichkeit frei verfügbar zu machen. Das eBook beinhaltet nicht nur diverse Kapitel geschrieben von den Teilnehmern, sondern auch viele Videos der Autoren, Soundcollagen von Nathalie Singer und künstlerische Fotos von Olafur Eliasson. Da es sich um ein elektronisches Buch handelt, gibt es verschiedene Formate für verschiedene technische Voraussetzungen. Die gelungenste Version, was Layout und die Einbettung der Multimedia-Elemente angeht, ist auf Grund der

technischen Möglichkeiten die iPad Variante. Alle anderen Versionen sind für andere Lesegeräte gemacht und basieren mit Limitationen auf der iPad Version.“ In einer Rezension in der „Zeit“ heißt es: „Gleichwohl kann man sich über dieses E-Book ungetrübt freuen. Es bietet Texte, die den Stand der Forschung zusammenfassen, Erfahrungsberichte, manchmal in Form von Videos, und Meditationsanleitungen für alle, die mal die Augen schließen wollen. Es zielt auf unseren Intellekt wie auf unsere Sinne. Und es realisiert in seiner Vielstimmigkeit vielleicht zum ersten Mal auf anspruchsvolle Weise das Potenzial multimedialer E-Books“.

In diesem kostenlosen, wertvollen eBook erfahren Sie, wie gelebtes Mitgefühl im Alltag unsere Gesellschaft verändert bzw. welches Potenzial darin steckt, lebten wir es öfter.

Aus dem Inhalt:

- Teil 1: Erfahrungen mit Mitgefühlstraining
- Teil 2: Konzepte zu Mitgefühl
- Teil 3: Wissenschaft des Mitgefühls
- Teil 4: Trainingsprogramm für Mitgefühl

<http://www.compassion-training.org/?lang=de&page=home>

<http://www.zeit.de/2013/31/literatur-ebook-tania-singer-mitgefuehl>

## **Instant Aging**

„Der Begriff ‚Instant Aging‘ beschreibt das Bestreben, sich in das Erleben des Älterwerdens einzufinden und einfühlen zu können“ (Filz (2008)). Im deutschen Sprachraum wurde die Formulierung ‚Instant Aging‘ erstmals Anfang der 90er Jahre durch R. Heinrich geprägt, der in Zusammenarbeit mit dem damaligen Institut für Praktische Geriatrie, Grünwald und dem Städtischen Krankenhaus München-Neuperlach ein Verfahren entwickelt hatte, um Studenten, Ärzten und Praxispersonal die Möglichkeit zu geben, Einschränkungen des Alters selbst erleben zu können. „Alle Teilnehmer erhalten die Möglichkeit, ihre Seh- und Hörfähigkeiten einzuschränken, was mit Hilfe verschmierter Brillen oder durch Ohrstöpsel erreicht werden kann. Schuhe, die Erbsen enthalten, sowie elastische Binden um Gelenke erschweren die Mobilität, Gummihandschuhe und –fingerlinge beeinträchtigen die Empfindungsmöglichkeit. Diese einfachen Manipulationen sollen in ihrer Summe zu einem artifiziellen Alterungsprozess führen, der als ‚Instant Aging‘ bezeichnet wird“ (Heinrich (1993)).

### *Instant Aging als Selbsterfahrung*

„Die Grundidee des ‚Instant Aging‘ entstand aus der Überzeugung, dass Lehren ein Verhalten ist, welches Erfahrung vermittelt, mit der Absicht, Lernen zu erzeugen“. Hierbei fungiert das direkte Erleben als Erfahrung.

### *Selbsterfahrung als effektive Methode des Lernens*

Das in den USA im Jahre 2006 für Medizinstudenten entwickelte sogenannte „aging game“, welches dem „instant aging“ Konzept ähnlich ist, konnte zeigen, dass es sich bei der Selbsterfahrung um eine effektive Methode des Lernens handelt, welche zu mehr Empathie und einer positiveren Einstellung gegenüber dem Alter führt.

### *Steigerung von Empathie durch Instant Aging*

Unter dem Begriff Empathie versteht man die Fähigkeit, „sich kognitiv in einen anderen Menschen hineinversetzen zu können, seine Gefühle zu teilen und sich damit über sein Verhalten und Handeln klar zu werden“ (vgl. dazu Filz (2008)).

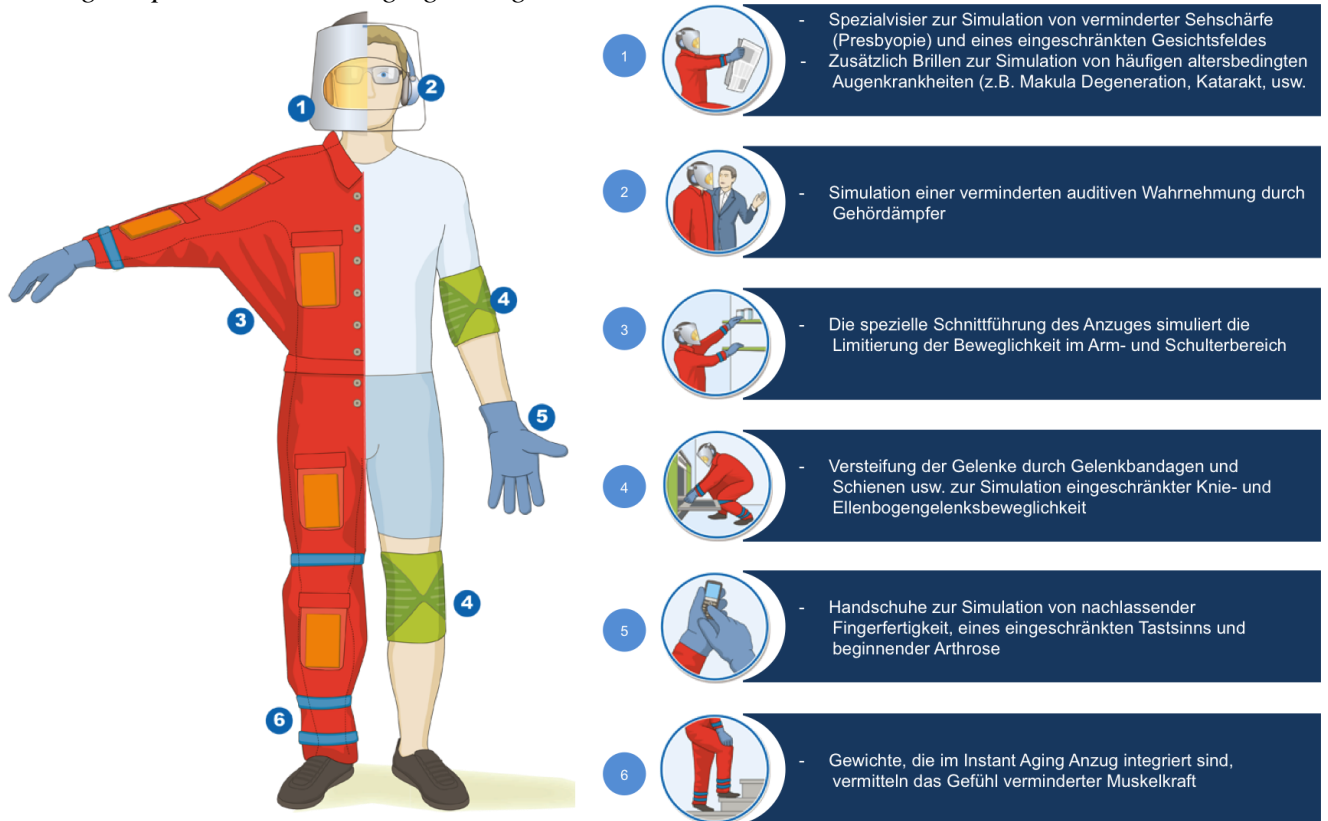
### *Instant Aging erlaubt Perspektivenwechsel*

Um sich in ältere Menschen hineinzusetzen und ihr Verhalten zu verstehen, ist ein Perspektivenwechsel unerlässlich. Ziel eines Perspektivenwechsels ist es, anschließend sein eigenes Verhalten entsprechend den Bedürfnissen des älteren Menschen anzupassen. Billmann-Mahecha (1988) betont, dass es dabei ganz wesentlich sei, dass man die Perspektive des anderen einnimmt – in dessen „Haut schlüpft“ – und so die emotionalen Reaktionen begreifen kann.

### *Mit dem Age Explorer® in die Haut des älteren Menschen schlüpfen*

Der Age Explorer Instant Aging Anzug des Meyer-Hentschel Instituts ermöglicht es, innerhalb von wenigen Minuten „in die Haut eines älteren Menschen zu schlüpfen“ und damit mögliche Einschränkungen des Alters selber zu erleben und in die Wahrnehmungs- und Erfahrungswelt älterer Menschen einzutauchen. Der Age Explorer® sorgt dadurch für einen Blickwechsel und fördert die Empathie. Das Meyer-Hentschel Institut, Saarbrücken, gehört zu den Pionieren im Bereich des Instant Aging: Bereits im Jahre 1985 begann das Institut mit Forschungsprojekten zum Thema Instant Aging. 1994 wurde der erste Age Explorer® Instant Aging Anzug der Presse vorgestellt.

### *Der Age Explorer® Instant Aging Anzug:*



*Der Instant Aging Anzug Age Explorer des Meyer-Hentschel Instituts ermöglicht es innerhalb von wenigen Minuten in die Haut eines älteren Menschen zu schlüpfen, mögliche Einschränkungen des Alters am eigenen Körper zu spüren und damit in die Welt eines älteren Menschen einzutauchen. / Grafikelemente: Markus Kluger.*

### *Einsatzgebiete von Instant Aging mit dem Age Explorer®*

In Zukunft werden Ärzte mit immer älteren Patienten zu tun haben, was ein Empathie-Training sehr wichtig macht: Bei älteren Patienten funktionieren gelernte Kommunikationsmuster nicht mehr so gut aufgrund visueller und auditiver Einschränkungen. Da die Kommunikation mit den Patienten jedoch ein sehr wichtiges Element darstellt, ist es

von hoher Bedeutung, dass sich Ärzte in die Rolle ihrer Patienten hineinversetzen können. Dies bietet ihnen die Möglichkeit, zu lernen, sich geduldig und mit Einfühlungsvermögen zu verhalten. Hierbei hat die Erfahrung am eigenen Körper einen größeren Nutzen als die reine Vermittlung von Wissen (Koytek (2008)).

*Darüber hinaus hat Instant Aging eine große Bedeutung bei Kreativ-Workshops für*

-Produktentwickler und Verpackungsdesigner : [http://age-explorer.ch/swiss\\_age\\_explorer\\_institute\\_beratungs\\_angebote/product\\_packaging\\_optimierung/](http://age-explorer.ch/swiss_age_explorer_institute_beratungs_angebote/product_packaging_optimierung/)

-Marketing- und Kommunikationsverantwortliche: [http://age-explorer.ch/swiss\\_age\\_explorer\\_institute\\_beratungs\\_angebote/promotion\\_werbung-anzeigen-tv-spots-internet-optimieren-fur-altere-kunden/](http://age-explorer.ch/swiss_age_explorer_institute_beratungs_angebote/promotion_werbung-anzeigen-tv-spots-internet-optimieren-fur-altere-kunden/)

-Planer und Architekten: [http://age-explorer.ch/swiss\\_age\\_explorer\\_institute\\_beratungs\\_angebote/swiss\\_age\\_explorer\\_institute\\_verkaufsstellen\\_kundenraeume\\_gebaeude\\_optimierung/](http://age-explorer.ch/swiss_age_explorer_institute_beratungs_angebote/swiss_age_explorer_institute_verkaufsstellen_kundenraeume_gebaeude_optimierung/)

(<http://www.age-explorer.de/instant-aging>, Recherche Juli 2014)

## **Die Zukunft des Sports**

Längst ist der Sport in unserer Gesellschaft angekommen. Er erfüllt Bedürfnisse aller Art, die zu jeder Zeit und in jeder Situation auftreten. Künftig wird er daher auch den letzten sportlosen Bereich erobern: Die Arbeitswelt. So ist Sport immer mehr ein riesiger Markt für Inhalte, für Kleidung, für Dienstleistungen, für Ernährung und Gesundheit.

In der Studie erfahren Sie, wie Sie das große Potenzial des Sports auch für Ihr Unternehmen transparent machen und wie Sie Sporttrends erfolgreich auf ihr Business übertragen.

Die Zukunft des Sports ist alles andere als eindimensional. Zwischen einer Hochleistungsmaschine im Profisport, dem verspielten Einradfahrer, dem Sky-Süchtigen Couch-Potato und dem ledrigen Marathon-Oldie scheinen Welten zu liegen. Sport ist so ausdifferenziert wie die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts. Und aus diesem Grund wollen wir seine Zukunft ergründen. Denn Sport ist sowohl Spiegel, Zielbild wie auch zunehmend zentraler Inhalt unseres Lebens.

Wir untersuchen in dieser Studie den Sport aus der Perspektive der Bedürfnisse. Dabei geht es um die Rolle des Sports bei der Befriedigung aktueller Bedürfnisse sowie die Entwicklungschancen, die sich daraus für den Einzelnen, die Gesellschaft und die Wirtschaft ergeben. Anhand sieben Hauptmotive erfahren Sie, was Sportler antreibt. Daraus ergeben sich folgende Prognosen:

- welche Einstellungen zum Sport künftig relevant werden
- welchen Sport die Menschen sehen wollen
- welche Arten von Sport sie treiben werden
- wo und wann sie Sport machen werden
- welche Märkte, Dienstleistungen und Produkte den Sport der Zukunft prägen werden

Sportivity; Anja Kirig, Thomas Huber; Mai 2014; 128 Seiten; ISBN: 978-3-938284-85-8  
190.00 € zzgl. 7 % MwSt.

## Neue Studie „Lebensstile für morgen“

Mit der aktuellen Lebensstil-Studie liefern die Autoren des Zukunftsinstituts ein neues Erklärungsmodell für den gesellschaftlichen Wandel. Ausgangspunkt ist der massive Trend zur Individualisierung, der es immer schwieriger macht, Menschen nach soziografischen Kriterien einzuteilen. Die Autoren behelfen sich, indem sie auf Basis repräsentativer Daten die Gesamtgesellschaft beleuchten, darunter jedoch die Innovatoren ausmachen, an denen sich die Masse orientiert – von den Creativiteens über die Sinn-Karrieristen bis zu den Forever Youngsters.

### *Die Zielgruppe ist tot. Es lebe der Lebensstil.*

Ob alt oder jung, ob links oder rechts, ob studiert oder nicht: All das sagt immer weniger darüber aus, wie ein Mensch lebt. Nichtsdestotrotz bleiben Menschen soziale Wesen, die sich über Gemeinschaften definieren. Nur dass diese Gemeinschaften heute fließender sind und sich über eine Mischung aus Werten, Einstellungen und Konsumpräferenzen darstellen – kurz: Lebensstilen. Die zentrale Frage, die in der Studie beleuchtet wird: Wo stellen sich bei allen Individualisierungstendenzen diese gemeinsame Lebensstile heraus? Und: Gibt es Gruppierungen, die eine Leitbildfunktion haben und heute den Lebensstil für morgen prägen?

### *Lebensstile sind Antworten auf den Wandel*

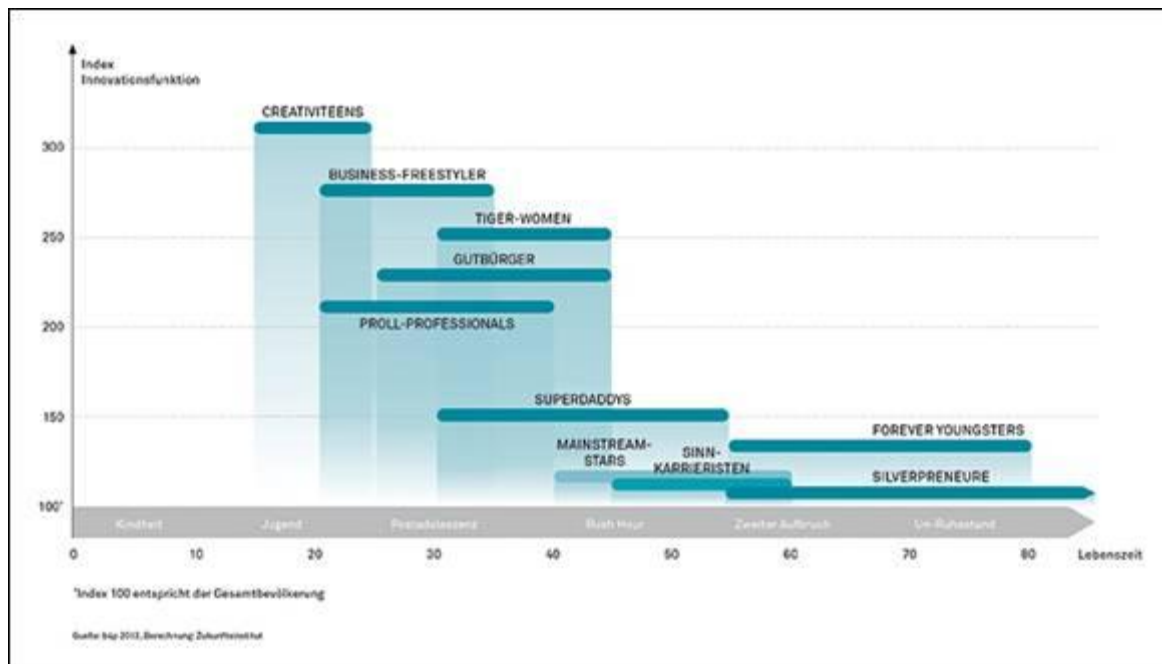
Die Autoren der Studie suchten also nach Ähnlichkeiten in der Vielfalt und wurden fündig, indem sie biografische Lebenssituationen ins Zentrum der Analyse rückten. Auch wenn moderne Lebensläufe keiner linearen Logik mehr folgen, so macht es eben doch noch einen Unterschied, ob das Leben durch Ausbildung, Elternschaft, etc. geprägt ist. Die verschiedenen Stationen des Lebens sind heute jedoch durch besondere Herausforderungen geprägt. Wie lässt sich beispielsweise Beruf und Familie miteinander vereinen? Die Innovatoren einer Gesellschaft finden hierauf kluge Antworten und prägen durch ihr Verhalten einen neuen Lebensstil.

### *Ein neues Selbstverständnis als Bürger und Konsumenten*

Insgesamt zehn innovative Lebensstile machen die Autoren aus. Sie alle eint, dass sie ein hohes Autonomieverständnis haben, auf Augenhöhe angesprochen werden wollen und meist ganz andere Ansprüche haben als häufig angenommen. Zum Beispiel die Creativiteens – die Innovatoren innerhalb der Jugendgeneration. Sie wachsen in einem Meer an Möglichkeiten auf, ertrinken jedoch nicht darin, sondern nutzen sie spielerisch. Erfahrungen und Experimente sind wichtiger als geradlinige Pläne. Talente und Leidenschaften sind der Kern ihres Lebenswandels. Die neuen Medien sind für sie das zentrale Werkzeug, um eine Spur zu hinterlassen: Vom Mitmach-Web zum Mitmach-Leben. Wer sie ansprechen möchte, muss offen und ehrlich sein und ihnen einen Resonanzboden für ihre Kreativität bieten. Mit dem klassischen Marketing können sie nichts anfangen.

### *Lebensstile sind schwer zu fassen, aber erfassbar*

Basis der Studie bilden neben einer umfassenden Trendanalyse und Expertengesprächen mit führenden Soziologen die Markt-Media-Daten „best for planning“ (b4p). Grundgesamtheit ist die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland. Insgesamt wurden 30.274 zufällig ausgewählte Personen zu ihren Einstellungen und Verhaltensweisen befragt. Auf diesem repräsentativen Datensatz basiert die individuelle Auswertung des Zukunftsinstituts, mit der eine Quantifizierung der neuen Lebensstile möglich wird. Die Autoren haben insgesamt zehn Gruppierungen mit Leitbildcharakter ausmachen können, die den folgenden Anteil innerhalb ihrer Altersgruppe haben.



### 13,1 Prozent Creativiteens: Die Generation nach Facebook

Sie sind bekennende Bausparer, sehnen sich nach Familie und neuer Gemeinschaft. Und sind doch anders. Aufgeschlossener. Kreativer. Entspannter. (Anteil an der Altersgruppe 14 bis 25 Jahre: 13,1% = 1,4 Mio.)

### 7,1 Prozent Business Freestyler: Postmoderne Lebenskünstler

Sie sind hochqualifiziert, selbstbewusst und permanent auf der Suche. Nach sich selbst, nach mehr Verantwortung, nach größeren Herausforderungen, nach dem Glück, nach einem besseren Leben. (Anteil an der Altersgruppe 20 bis 35 Jahre: 7,1 % = 1,1 Mio.)

### 4,0 Prozent Proll Professionals: Extravaganz statt Understatement

Sie sind nicht klug, aber schlau. Sie haben Spaß an der Selbstinszenierung mit dicken Autos und Bling-Bling-Accessoires. Zugleich wissen sie, dass man ohne Anstrengung im Leben nichts erreicht. (Anteil an der Altersgruppe 20 bis 40 Jahre: 4,0 % = 0,8 Mio.)

### 10,4 Prozent Gutbürger: Öko-Pragmatismus mit Stil

Sie übernehmen Verantwortung und stoßen aktiv Veränderungen an. Dieser Avantgarde-Lebensstil verkörpert einen erwachsenen Community-Gedanken und einen zukunftsweisenden Öko-Pragmatismus. (Anteil an der Altersgruppe 25 bis 45 Jahre: 10,4 % = 2,3 Mio.)

### 13,7 Prozent Tiger Women: Das neue weibliche Role Model

Sie verkörpern das moderne Rollenbild der Frau: unabhängig, berufstätig, selbstständig. Ihr Erfolgsstreben macht sie aber nicht zum weiblichen „Lonely Wolf“. Ihr Ziel ist ein neues, paritätisches Lebensmodell. (Anteil an der Altersgruppe 30 bis 45 Jahre: 13,7% = 1,2 Mio.)

### 11 Prozent Superdaddys: Aktive Väter

Sie programmieren die Gesellschaft der kommenden Jahre um. Die Familie ergänzt die Arbeit als sinnstiftendes Element der männlichen Lebenswelt. (Anteil an der Altersgruppe 30 bis 55 Jahre: 11,0 % = 1,7 Mio.)

### 4,9 Prozent Mainstream-Stars: Leuchtende Sterne in der Masse

Sie möchten aus der breiten Masse, zu der sie gehören, herausstechen. Sie integrieren Glamour und Extravaganz in ihr häuslich-bodenständiges Leben und wollen sich nicht verstecken. (Anteil an der Altersgruppe 40 bis 60 Jahre: 4,9 % = 1,3 Mio.)

#### 7,7 Prozent Sinn-Karrieristen: Mid-Ager auf Selbstfindung

Sie verfallen nicht in Lethargie, wenn sich in der Lebensmitte erste Krisentendenzen auftun. Sie wagen den Neuanfang, lassen alte Routinen hinter sich und steigen aus dem Hamsterrad aus – um endlich zu sich selbst zu finden. (Anteil an der Altersgruppe 45 bis 60 Jahre: 7,7 % = 1,5 Mio.)

#### 14 Prozent Silverpreneure: Vom Beruf zur Berufung

Sie setzen auf aktives Altern. Das heißt für sie, vor allem auch im Rentenalter noch berufstätig zu sein. Mit ihrem Engagement setzen sie wichtige Impulse für ein neues Altersbild in der Gesellschaft. (Anteil an der Altersgruppe 55 Jahre und älter: 14 % = 3,7 Mio.)

#### 10,4 % Forever Youngsters: Alles auf „Los“

Sie betrachten den Start ins Rentenalter als Beginn der besten Lebenszeit. Voll Neugier und Tatendrang stürzen sie sich in neue Aktivitäten, testen ihre Grenzen, ergreifen Initiativen, verwirklichen Träume. (Anteil an der Altersgruppe 55 bis 80 Jahre: 10,4 % = 2,6 Mio.)

Lebensstile für morgen: Andreas Steinle, Janine Seitz, Christian Schuldt, Christian Rauch, Thomas Huber, 2014; 132 Seiten, ISBN: 978-3-938284-84-1, 220.00 € zzgl. 7 % MwSt.

[www.zukunftsinstitut.de/lebensstile2014](http://www.zukunftsinstitut.de/lebensstile2014)