

# Světlem hýbou megatrendy

Nábytkové výstavy mezinárodního charakteru, ke kterým patří i imm cologne, určují trendy, což jsou směry, kterým se bude daná oblast ubírat v blízké budoucnosti, tedy záležitost spíše krátkodobá. Trendy se projevují nejzřetelněji v barevnosti, tvarech a materiálech. Odrážejí stav ekonomiky daného regionu a v neposlední míře i kulturní vyspělosti. Zatímco zdravá ekonomika generuje zvýšenou potřebu dobře fungujících produktů bez ohledu na tvarosloví, ovlivňuje kultura společnosti spíše jejich design. K této směsi vlivů je nutné přičíst ještě třetí prvek, tzv. megatrend. Trendy vzniklé spolupůsobením těchto tří vlivů jsou významným nástrojem v procesu nábytkářského průmyslu zacíleného na kvalitní bydlení dané společnosti.



Autor: doc. Ing. arch. Ludvika Kanická, CSc.  
Lesnická a dřevařská fakulta  
Mendelovy univerzity v Brně  
Kontakt: kanicka@mendelu.cz  
Foto: autorka

Megatrend je na rozdíl od trendu dlouhodobý a zásadní společenský jev, který výrazně ovlivňuje život a chování člověka. Výzkumu tohoto fenoménu zasvětil svůj život americký vědec John Naisbitt. Jeho publikace *Megatrendy* se v roce 1982 stala bestsellerem a v nákladu 14 milionů doslova zaplavila knihkupectví v 57 zemích.

Mnohé Naisbittovy megatrendy, jsou i po 30 letech platné a identifikovatelné, jako globalizace nebo informační společnost, jiné jsou hůře pozorovatelné, mohou mít negativní důsledky a mohou se projevat v různém rozsahu.

Příčina a účinek megatrendu jsou v permanentní interakci. Megatrend přináší společenské a kulturní změny, ale zasa-

huje i do hospodářství a politiky. Může zásadně změnit tržní cenu nějakého produktu nebo stimulovat poptávku po produktu jiném. Stejně může produkt učinit zastaralým a tím poptávku eliminovat. Nikdy to ale nedělá aktivně skrze nějakou tvůrčí skupinu, pracovní tým, zákon nebo politické rozhodnutí, ale prostřednictvím své vlastní logiky.

Megatrendy ovlivňují každou společnost v každé době a nelze je zastavit. Mohou být vzájemně i v rozporu. Mají vliv na uspořádání sociálního prostředí a pomáhají naznačit budoucnost. Proto je důležitá jejich analýza. Se znalostmi megatrendů lze aktivně pracovat v běžném životě, ale i při strategických rozhodnutích.

V nábytkářském sektoru analýza megatrendů zákazníkům usnadňuje orientaci v nabídce aktuálních produktů, výrobcům pomůže rozhodnout, kam nasměrovat inovace a novinářům naznačí, jaké informace jsou atraktivní pro jejich média. Proto byly megatrendy heslem letošního imm cologne a každý zákazník mohl vnímat, jak tento fenomén proniká do každé bytí sebemenší expozice. Německý svaz nábytkářského průmyslu (Verband der Deutschen Möbelindustrie) k tomu vydal brožuru *Megatrends*, ve které tisková mluvčí svazu Ursula Geismann definovala 11 aktuálních megatrendů. Jsou to Konektivita, Ženský faktor, Silver society, Mobilita, New ecology, Zdraví, New work, Urbanizace, Individualizace,

**Megatrend Konektivita – home office i odpočivný nábytek mají zabudované USB vstupy**



**Megatrend Konektivita – výsuvné a otočné desky u sedacího nábytku slouží k odložení notebooku nebo tabletu**





**Megatrend New work – home office je ideální řešení pro práci dospělých doma**



**Megatrend New work – elektricky regulovatelná pracovní plocha pro práci ve stoje a vsedě**

Globalizace a New learning. Pozorování vlivů megatrendů na prezentaci inovací výstavy imm cologne dodalo této noblesní přehlídce bytové kultury další přídavnou hodnotu.

## Konektivita

Potřeba vzájemného propojení provází lidstvo od nepaměti: maratonoví běžci, kouřové signály, kuryři, poštovní kočáry. Hnací motorem je zvědavost. Dnes tuto touhu naplňuje internet přinášející v reálném čase dříve nepoznané množství informací. Každý může být stále on line. Další přenos dat zajišťují sociální sítě. Inteligentní zasíťování může ovlivnit chod celé domácnosti, pomoci šetřit energii nebo snížit produkci odpadu. Dálkové ovládání přístrojů zajistí chytrý telefon. Z dovolené lze zalít květiny, nebo vyvětrat kočky pelíšek, z obýváku kontrolovat pečení husy. Konektivita od zavedení bezdrátového internetu hraje ve všech oblastech života významnou roli. Svými důsledky je velmi blízká megatrendům New work a New learning.

## New work

Společnost se nenápadně transformuje z industriální podoby do světa služeb až po vědeckou sféru. Tyto změny mají dopad na firemní strukturu, pracovní místa a pracovní prostor. Tradiční model s hierarchickou strukturou a regulovanou pracovní dobou se nenápadně přesouvá směrem k flexibilnímu procesu práce doma. Mizí hranice mezi privátním a pracovním životem. Tento posun vnímání práce umožnilo zasíťování a rozvoj informačních technologií. Chytré telefony a tablety umožňují řešení pracovních úkolů také mimo kancelář nebo domov třeba během jízdy MHD, v čekárnách lé-

kařů a úřadů a dokonce i na dovolené. Nové technologie, globalizace a demografické změny dramaticky mění pracovní svět. Někomu nový způsob vnímání práce přináší svobodu, jinému strach z nejistoty. V tomto procesu se může projevit nedostatek některých odborných kvalifikací, což může zvýšit jejich atraktivitu.

Globální produkce už dávno přesídlila do rozvojových zemí s levnými surovinami a pracovní silou. Tradiční průmyslové země se svým hospodářským předstihem ale i nadále zůstanou nosiči inovačních idejí a marketingu. Jenže přemýšlení taky stojí peníze a dá se zajistit i v levnějších destinacích, třeba v Indii nebo v Číně, kde je nejvyšší počet doktorandů. Zasíťování, interdisciplinarita a transfer technologií vytvoří pole pro pracovní metody budoucnosti. Ty budou zřejmě vyžadovat pracoviště zcela odlišné od klasického psacího stolu.

## New learning

Digitální média ovlivňují přístup k informacím. Jejich množství se permanentně zvyšuje. Tento fenomén zasáhl i vzdělávání. Učit se můžeme ve školách, knihovnách, ale také doma. Učení a vzdělávání je individualizováno a stává se dokonce i domácí záležitostí. Tento způsob rádi využijí ti, kteří žijí daleko od oficiálních vzdělávacích zařízení. „Klasičtí“ studenti jsou na rozdíl od nich permanentně vystavováni obrovskému tlaku.

V západních industriálních zemích narůstá počet privátních škol a kvalifikace získaná v Evropě je egalizována. Přetlakem nových informací ale vědění rychle zastarává. Žádná škola už nebude mít v budoucnu „patent na rozum“. Vzdělání musí být celoživotní. Důležitý je rovněž kreativní přístup. Odráží totiž pro

megatrend typickou zvědavost a nadšení. Kreativita zde nepředstavuje myšlenku, ale spíš schopnost přizpůsobení a chápání nových kontextů. Proto nesmí být omezována digitálními komplikacemi. Od základu se změnily i dětské hračky. Dnes musí být pedagogicky smysluplné. Kombinací učení a hraní vzniká nová disciplína – edutainment. Je zakomponována do počítačových her a využívá dětskou šikovnost, rychlost a schopnost kombinovat.

Informační technologie ale nejsou jedinou ani nejvýznamnější součástí megatrendů a jejich vlivu na nábytkářský sektor. Těm dalším, neméně zajímavým, se budeme věnovat zase někdy jindy... ■

Zdroj: Ursula Geismann: Megatrends. Verband der Deutschen Möbelindustrie. 2016

## Megatrend New learning – pohodlná surfovací křesla usnadňují práci s technikou





# Seznamte se: systém zásuvek InnoTech ATIRA

Nový systém zásuvek InnoTech Atira navazuje na tradici oblíbeného klasického systému InnoTech.

Atira nabízí všechny výhody stavebnicového systému InnoTech, a navíc přidává svěží design s charakteristickými hranami.

InnoTech Atira nabízí nesčetné možnosti kombinací:

- 3 povrchové úpravy: luxusní stříbrná, brilantní bílá, exklusivní antracitová
- 7 rozměrů bočnic v délkách od 260 mm do 620 mm
- 3 výšky 70 mm, 144 mm a 176 mm
- 3 řešení pro vysoké zásuvky: s podélnými relingy, s výplněmi TopSide, s nástavci DesignSide
- široký sortiment organizérů OrgaTray a OrgaStore

Více informací na [www.hettich.com](http://www.hettich.com)



*Bílá zásuvka se zády výšky 176 mm s dvojitým relingem.*



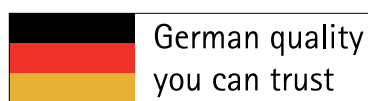
*Antracitová vysoká zásuvka se zády výšky 144 mm a s nástavci DesignSide v dekoru čela zásuvky*



*Nízká stříbrná zásuvka výšky 70 mm s jednou z mnoha příborníkových vložek*



## Charakteristický design zásuvek: InnoTech Atira



Technik für Möbel

**Hettich**