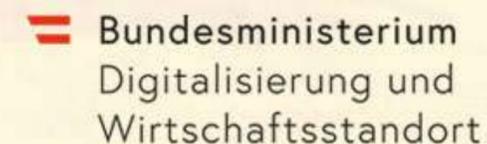
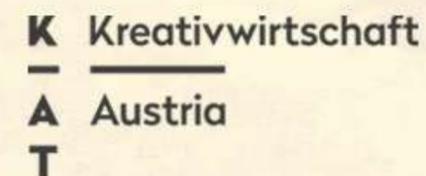


COVID-19 IMPACT ANALYSE



Diese Webinarserie findet in Kooperation mit folgenden Partnern statt:





COVID-19

zukunftsInstitut

Impact

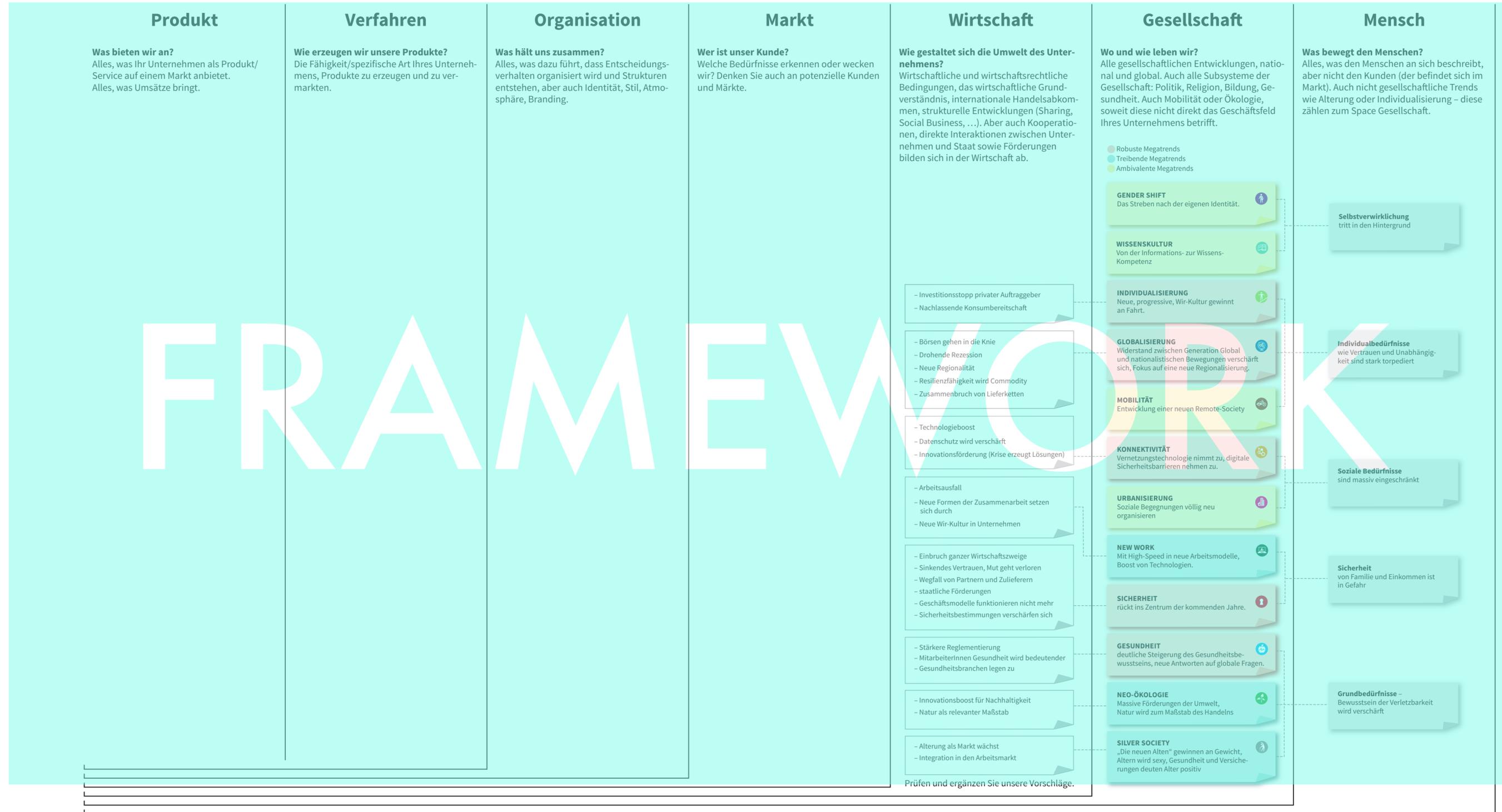
mit der Trend Canvas

Analysis

**MARCEL
ABERLE**

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

PROZESS

AGENDA

zukunftsInstitut

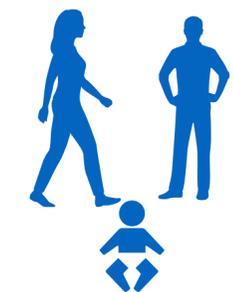
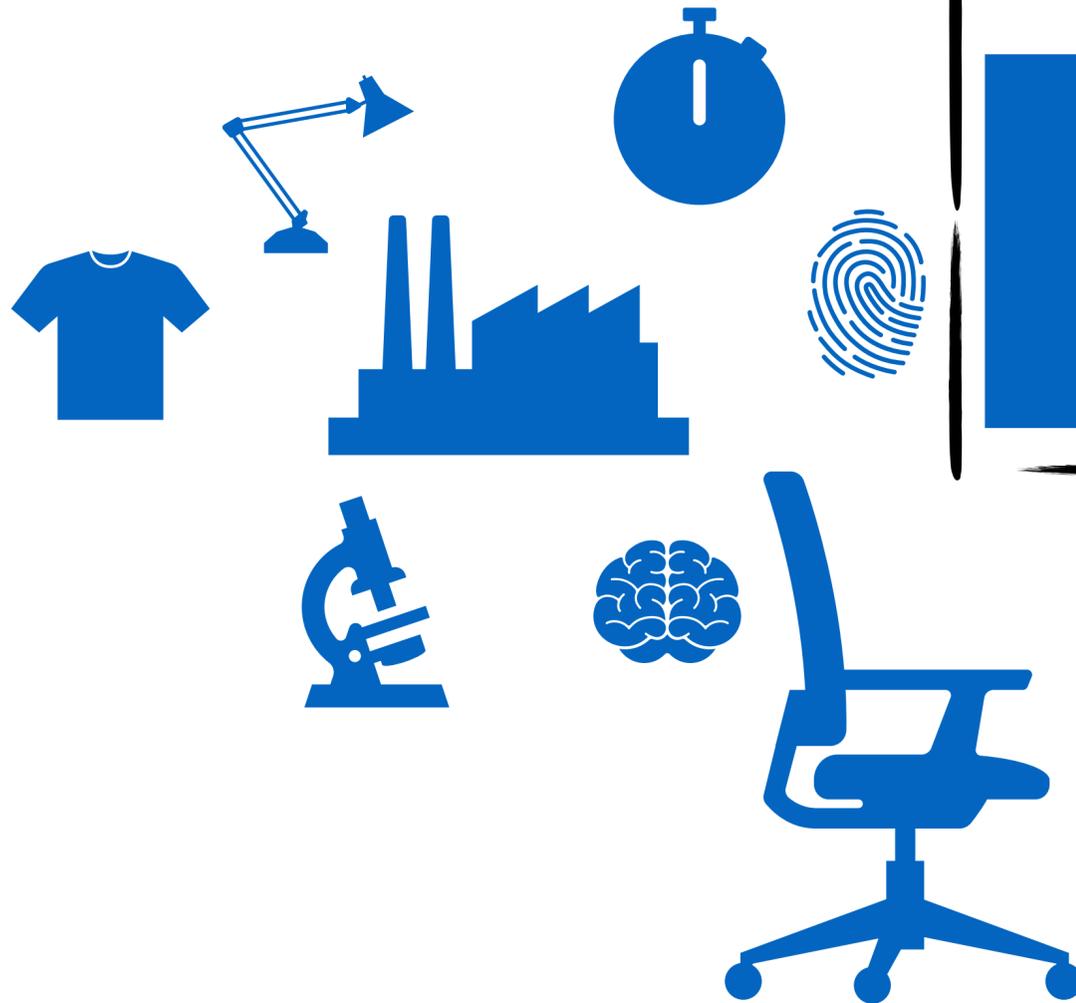
- **THEORIE** hinter der Canvas
- **PROZESS** durchspielen
- **BEISPIEL CASE** fürs Verständnis
- **HANDS-ON** Zukunft gestalten
- **FEEDBACK :-)**

THEORIE



Ihr Unternehmen =

Innen



Aussen

Ihr Unternehmen =



Produkt
(Angebot)

Verfahren
(Technologie)

Organisation
(Entscheidungen)

Markt
(Kunde)

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch

Ihr Unternehmen =



Einfluss

Produkt
(Angebot)

Verfahren
(Technologie)

Organisation
(Entscheidungen)

Markt
(Kunde)

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch

Ihr Unternehmen =



Wirkmacht

Produkt
(Angebot)

Verfahren
(Technologie)

Organisation
(Entscheidungen)

Markt
(Kunde)

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch

Ihr Unternehmen =



Produkt
(Angebot)

Verfahren
(Technologie)

Organisation
(Entscheidungen)

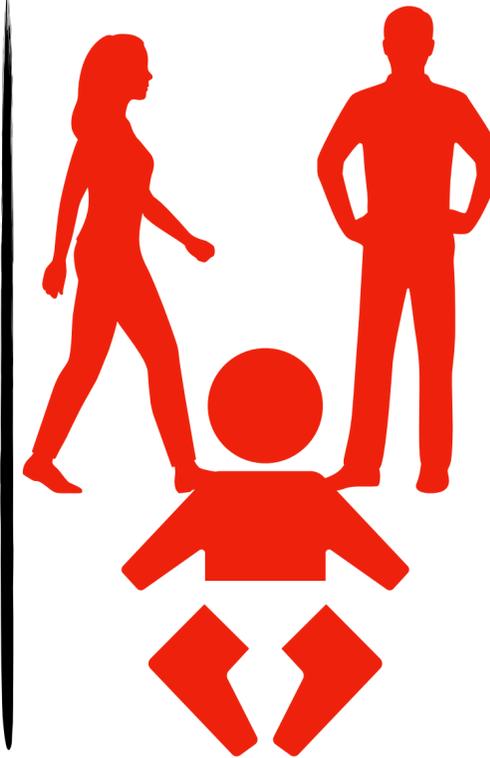
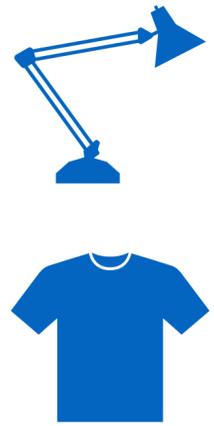
Markt
(Kunde)

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch

Ihr Unternehmen =



Produkt
(Angebot)

Verfahren
(Technologie)

Organisation
(Entscheidungen)

Markt
(Kunde)

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch

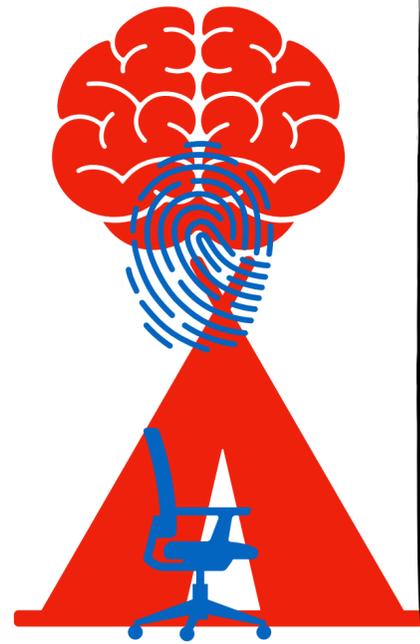
Ihr Unternehmen =



Produkt
(Angebot)



Verfahren
(Technologie)



Organisation
(Entscheidungen)



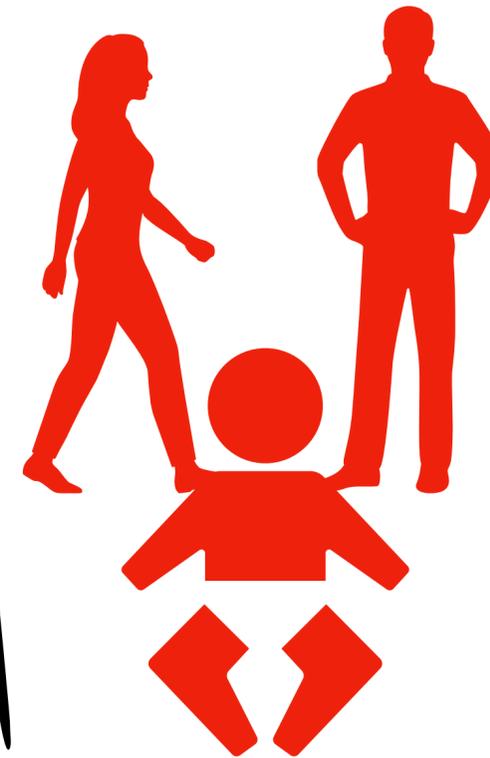
Markt
(Kunde)



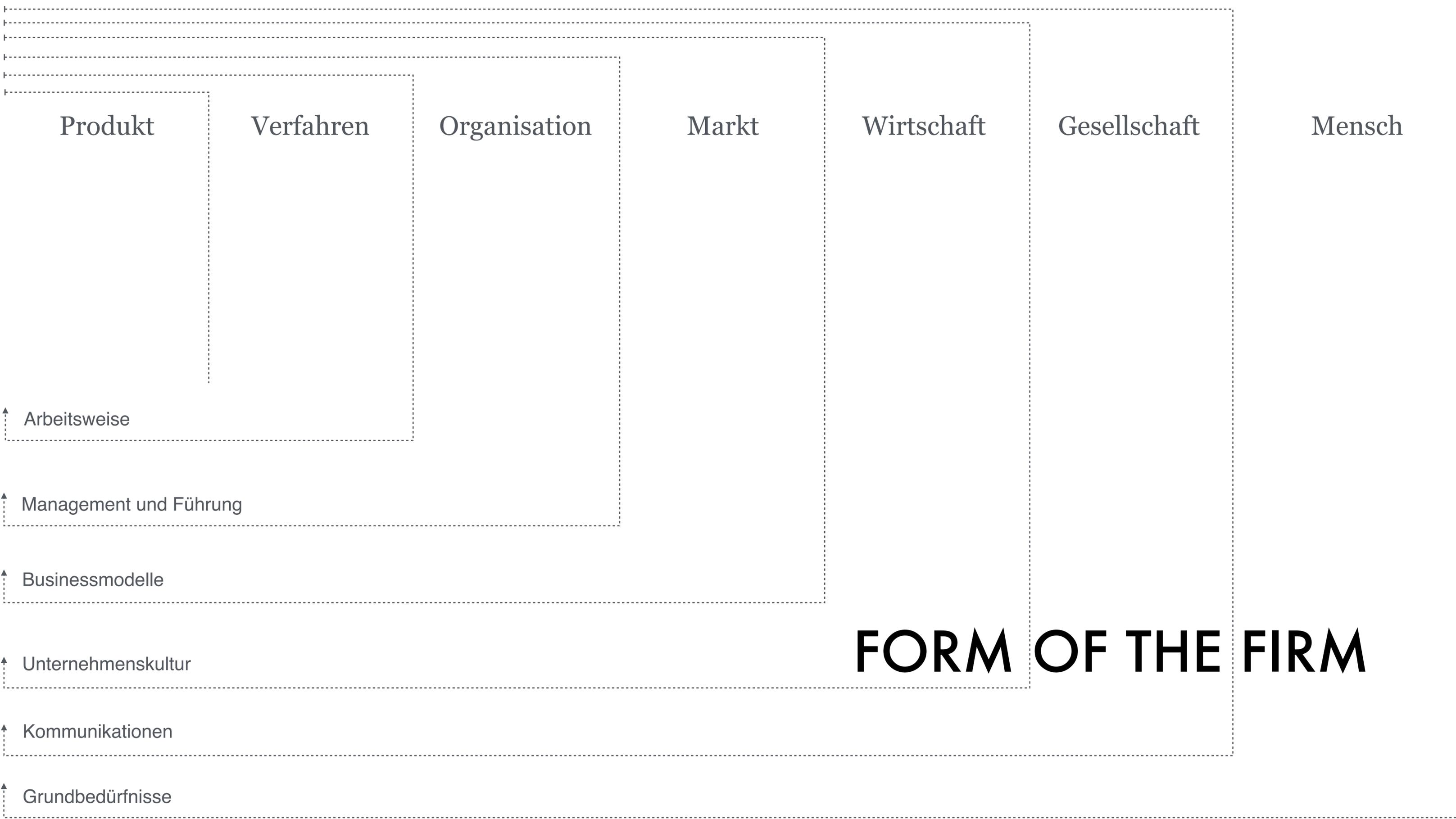
Wirtschaft



Gesellschaft



Mensch



Produkt

Verfahren

Organisation

Markt

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch

↑ **Arbeitsweise**

↑ **Management und Führung**

↑ **Businessmodelle**

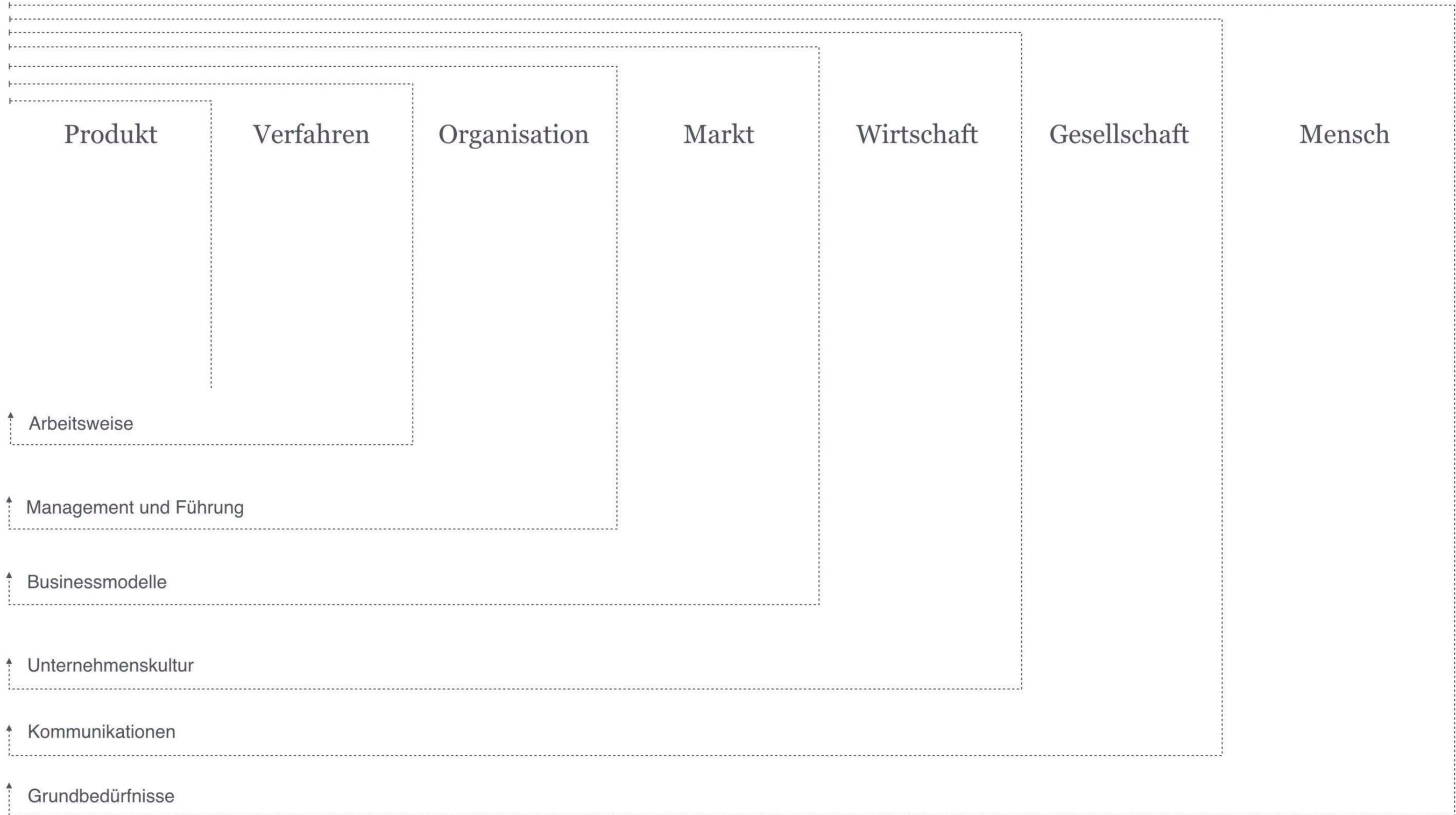
↑ **Unternehmenskultur**

↑ **Kommunikationen**

↑ **Grundbedürfnisse**

FORM OF THE FIRM

Unternehmen =



TREND CANVAS

Trend:

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Datum:
Version:

Produkt

Was bieten wir an?

Alles, was Ihr Unternehmen als Produkt/Service auf einem Markt anbietet. Alles, was Umsätze bringt.

Verfahren

Wie erzeugen wir unsere Produkte?

Die Fähigkeit/spezifische Art Ihres Unternehmens, Produkte zu erzeugen und zu vermarkten.

Organisation

Was hält uns zusammen?

Alles, was dazu führt, dass Entscheidungsverhalten organisiert wird und Strukturen entstehen, aber auch Identität, Stil, Atmosphäre, Branding.

Markt

Wer ist unser Kunde?

Welche Bedürfnisse erkennen oder wecken wir? Denken Sie auch an potenzielle Kunden und Märkte.

Wirtschaft

Wie gestaltet sich die Umwelt des Unternehmens?

Wirtschaftliche und wirtschaftsrechtliche Bedingungen, das wirtschaftliche Grundverständnis, internationale Handelsabkommen, strukturelle Entwicklungen (Sharing, Social Business, ...). Aber auch Kooperationen, direkte Interaktionen zwischen Unternehmen und Staat sowie Förderungen bilden sich in der Wirtschaft ab.

Gesellschaft

Wo und wie leben wir?

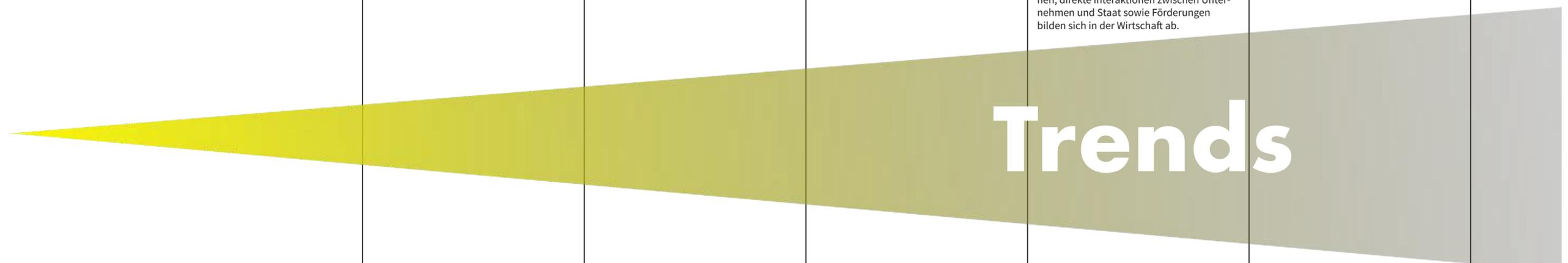
Alle gesellschaftlichen Entwicklungen, national und global. Auch alle Subsysteme der Gesellschaft: Politik, Religion, Bildung, Gesundheit. Auch Mobilität oder Ökologie, soweit diese nicht direkt das Geschäftsfeld Ihres Unternehmens betrifft.

Mensch

Was bewegt den Menschen?

Alles, was den Menschen an sich beschreibt, aber nicht den Kunden (der befindet sich im Markt). Auch nicht gesellschaftliche Trends wie Alterung oder Individualisierung – diese zählen zum Space Gesellschaft.

Natur



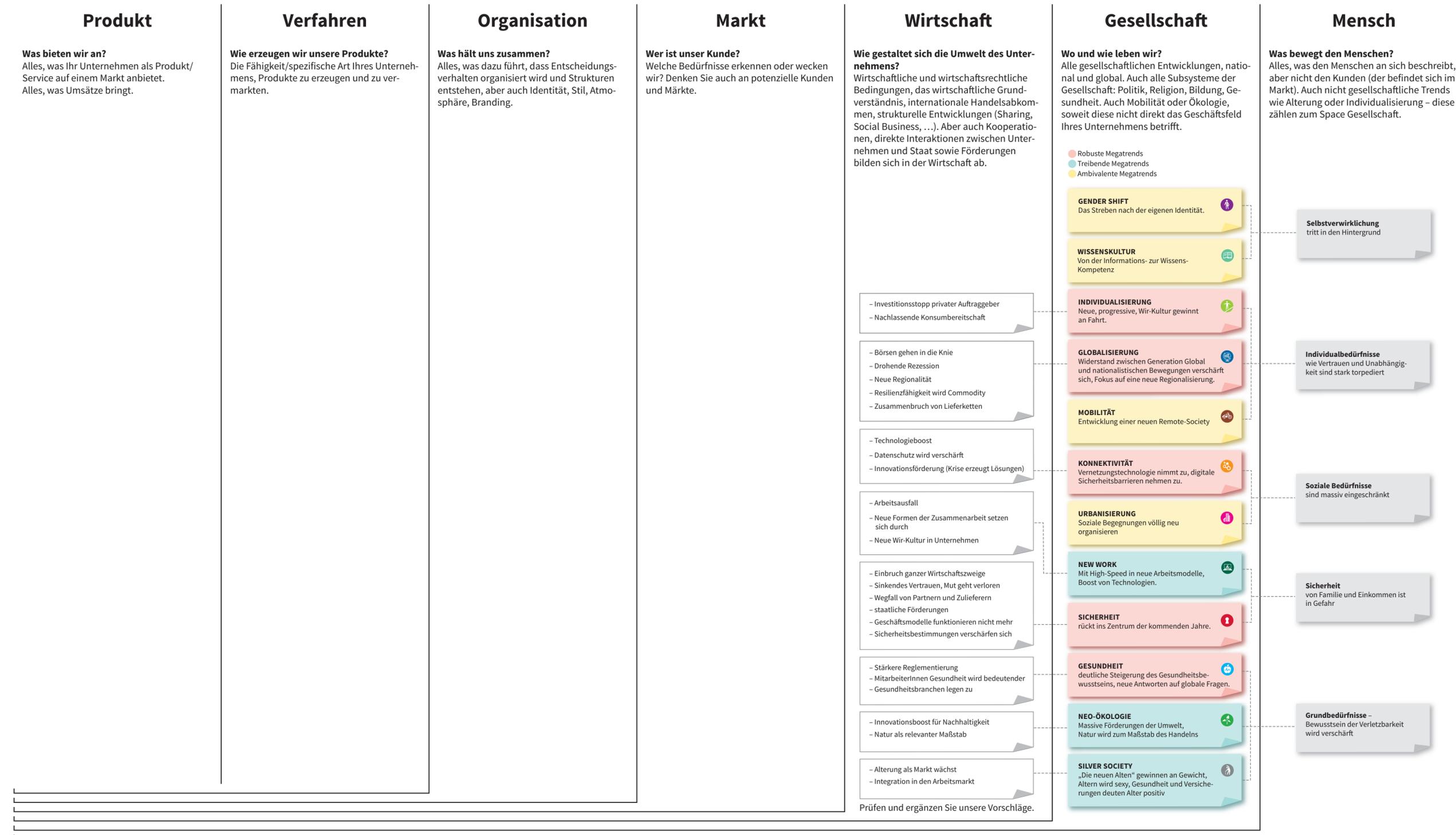
Trends

- 1 Wählen Sie einen Trend.
- 2 Auf welchem Space hat der gewählte Trend den größten Impact?
- 3 Brainstorming: Was bewirkt der Trend in diesem Space?
- 4 In den rechts davon liegenden Spaces: Was sind die Voraussetzungen?

- 5 In den links davon liegenden Spaces: Was sind die Auswirkungen?
- 6 Wie bewerten Sie nun die Relevanz dieses Trends für Ihr Unternehmen?
- 7 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 8 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

Neo-Tribes:
**Der Rückzug
ins Private**

optimistisch
gelingende Beziehungen

Adaption:
**Die resiliente
Gesellschaft**

Szenario **3** Szenario **4**

disconnected
lokal

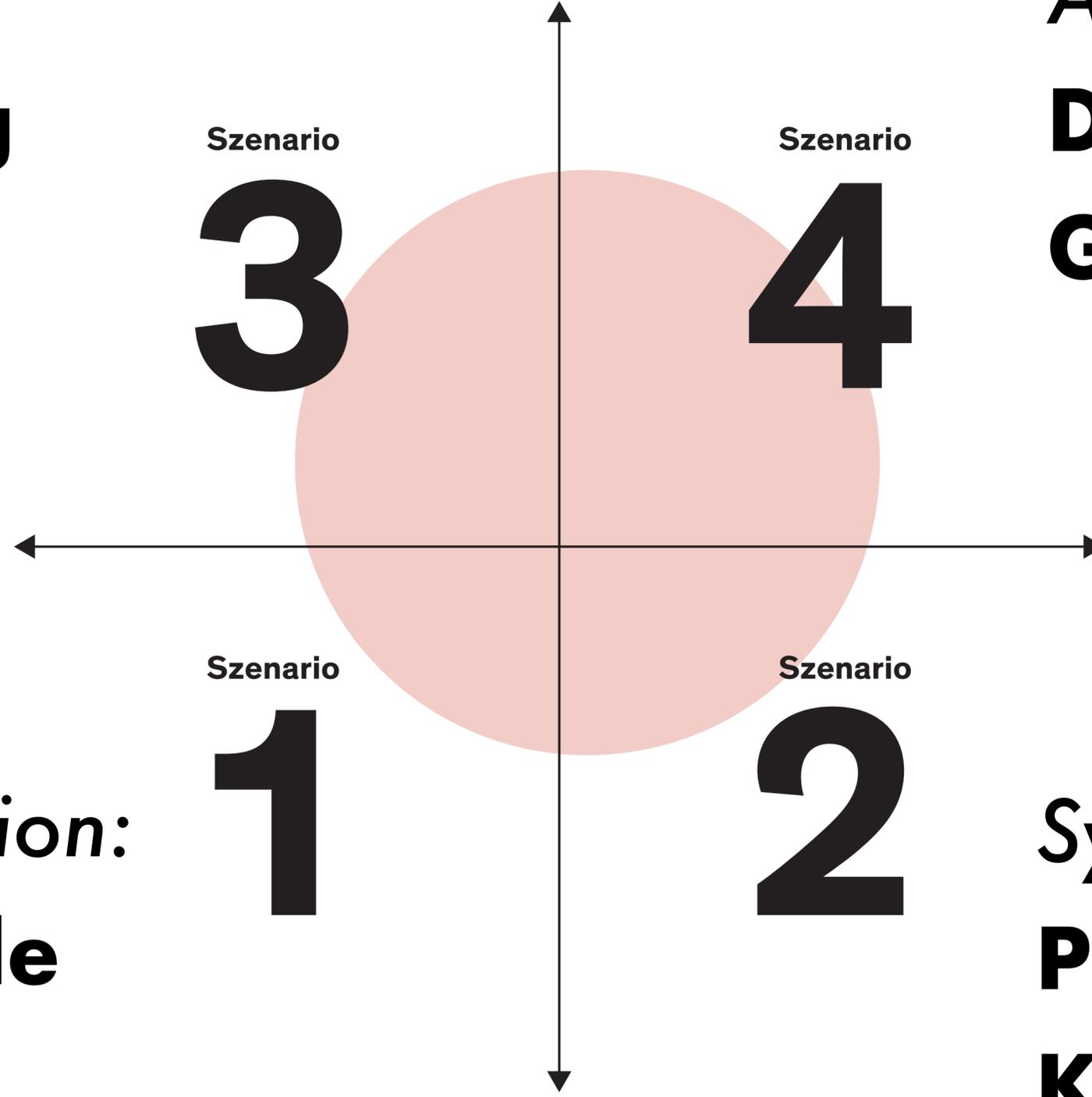
connected
global

Die totale Isolation:
Alle gegen alle

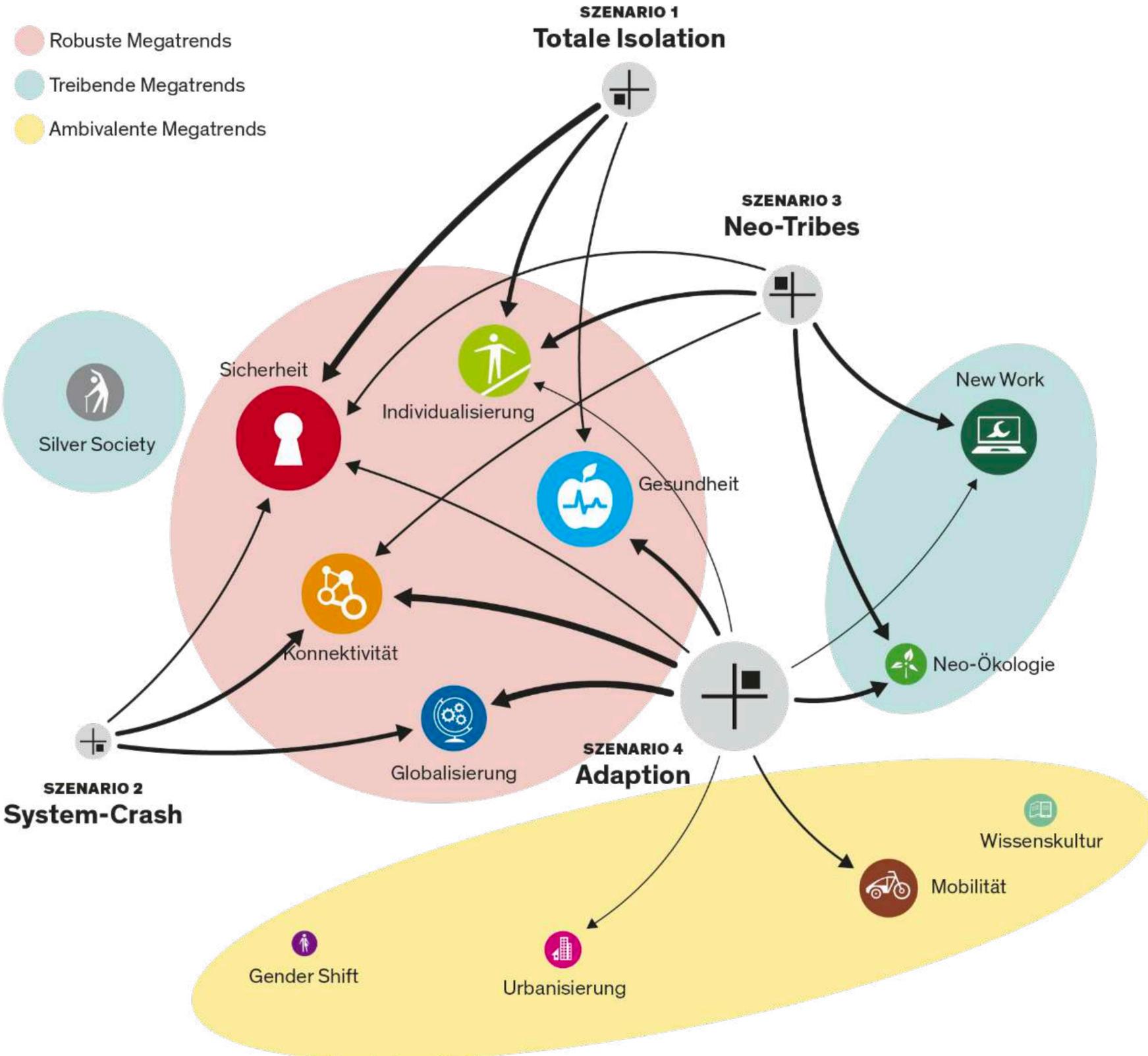
Szenario **1** Szenario **2**

System-Crash:
**Permanenter
Krisenmodus**

pessimistisch
nicht gelingende Beziehungen

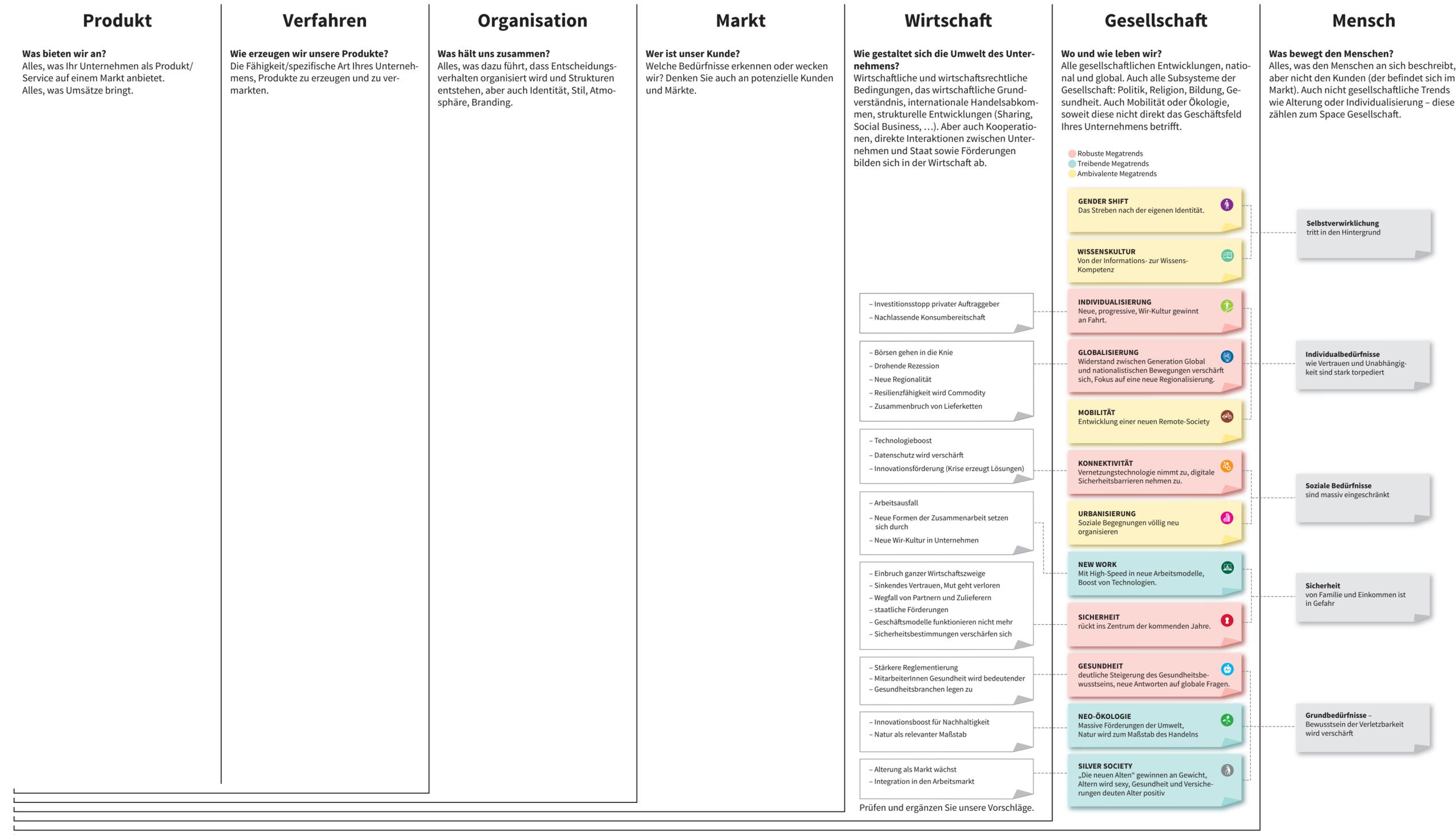


IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND MEGATRENDS



TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.



Selbstverwirklichung
tritt in den Hintergrund

Individualbedürfnisse
wie Vertrauen und Unabhängigkeit sind stark torpediert

Soziale Bedürfnisse
sind massiv eingeschränkt



Soziale Bedürfnisse
sind massiv eingeschränkt

Sicherheit
von Familie und Einkommen ist
in Gefahr

Grundbedürfnisse –
Bewusstsein der Verletzbarkeit
wird verschärft

Gesellschaft

Wo und wie leben wir?

Alle gesellschaftlichen Entwicklungen, national und global. Auch alle Subsysteme der Gesellschaft: Politik, Religion, Bildung, Gesundheit. Auch Mobilität oder Ökologie, soweit diese nicht direkt das Geschäftsfeld Ihres Unternehmens betrifft.

- Robuste Megatrends
- Treibende Megatrends
- Ambivalente Megatrends

GENDER SHIFT

Das Streben nach der eigenen Identität.



WISSENSKULTUR

Von der Informations- zur Wissens-Kompetenz



INDIVIDUALISIERUNG

Neue, progressive, Wir-Kultur gewinnt an Fahrt.



Mensch

zukunftsInstitut

Was bewegt den Menschen?

Alles, was den Menschen an sich beschreibt, aber nicht den Kunden (der befindet sich im Markt). Auch nicht gesellschaftliche Trends wie Alterung oder Individualisierung – diese zählen zum Space Gesellschaft.

Selbstverwirklichung

tritt in den Hintergrund

MOBILITÄT
Entwicklung einer neuen Remote-Society



KONNEKTIVITÄT
Vernetzungstechnologie nimmt zu, digitale Sicherheitsbarrieren nehmen zu.



URBANISIERUNG
Soziale Begegnungen völlig neu organisieren



NEW WORK
Mit High-Speed in neue Arbeitsmodelle, Boost von Technologien.



SICHERHEIT
rückt ins Zentrum der kommenden Jahre.



GESUNDHEIT
deutliche Steigerung des Gesundheitsbewusstseins, neue Antworten auf globale Fragen.



Soziale Bedürfnisse
sind massiv eingeschränkt

Sicherheit
von Familie und Einkommen ist in Gefahr

organisieren

NEW WORK
Mit High-Speed in neue Arbeitsmodelle,
Boost von Technologien.



SICHERHEIT
rückt ins Zentrum der kommenden Jahre.



GESUNDHEIT
deutliche Steigerung des Gesundheitsbe-
wusstseins, neue Antworten auf globale Fragen.



NEO-ÖKOLOGIE
Massive Förderungen der Umwelt,
Natur wird zum Maßstab des Handelns



SILVER SOCIETY
„Die neuen Alten“ gewinnen an Gewicht,
Altern wird sexy, Gesundheit und Versiche-
rungen deuten Alter positiv



Sicherheit
von Familie und Einkommen ist
in Gefahr

Grundbedürfnisse –
Bewusstsein der Verletzbarkeit
wird verschärft

oren
rn
cht mehr
rfen sich
bedeutender
it
Vorschläge.

- Einbruch ganzer Wirtschaftszweige
- Sinkendes Vertrauen, Mut geht verloren
- Wegfall von Partnern und Zulieferern
- staatliche Förderungen
- Geschäftsmodelle funktionieren nicht mehr
- Sicherheitsbestimmungen verschärfen sich

- Stärkere Reglementierung
- MitarbeiterInnen Gesundheit wird bedeutender
- Gesundheitsbranchen legen zu

- Innovationsboost für Nachhaltigkeit
- Natur als relevanter Maßstab

- Alterung als Markt wächst
- Integration in den Arbeitsmarkt

Prüfen und ergänzen Sie unsere Vorschläge.

NEW WORK

Mit High-Speed in neue Arbeitsmodelle, Boost von Technologien.



SICHERHEIT

rückt ins Zentrum der kommenden Jahre.



GESUNDHEIT

deutliche Steigerung des Gesundheitsbewusstseins, neue Antworten auf globale Fragen.



NEO-ÖKOLOGIE

Massive Förderungen der Umwelt, Natur wird zum Maßstab des Handelns



SILVER SOCIETY

„Die neuen Alten“ gewinnen an Gewicht, Altern wird sexy, Gesundheit und Versicherungen deuten Alter positiv



- Investitionsstopp privater Auftraggeber
- Nachlassende Konsumbereitschaft

- Börsen gehen in die Knie
- Drohende Rezession
- Neue Regionalität
- Resilienzfähigkeit wird Commodity
- Zusammenbruch von Lieferketten

- Technologieboost
- Datenschutz wird verschärft
- Innovationsförderung (Krise erzeugt Lösungen)

- Arbeitsausfall
- Neue Formen der Zusammenarbeit setzen sich durch
- Neue Wir-Kultur in Unternehmen

INDIVIDUALISIERUNG

Neue, progressive, Wir-Kultur gewinnt an Fahrt.



GLOBALISIERUNG

Widerstand zwischen Generation Global und nationalistischen Bewegungen verschärft sich, Fokus auf eine neue Regionalisierung.



MOBILITÄT

Entwicklung einer neuen Remote-Society



KONNEKTIVITÄT

Vernetzungstechnologie nimmt zu, digitale Sicherheitsbarrieren nehmen zu.



URBANISIERUNG

Soziale Begegnungen völlig neu organisieren



verständnis, internationale Handelsabkommen, strukturelle Entwicklungen (Sharing, Social Business, ...). Aber auch Kooperationen, direkte Interaktionen zwischen Unternehmen und Staat sowie Förderungen bilden sich in der Wirtschaft ab.

sandheit: Auch Mobilität oder Ökologie, soweit diese nicht direkt das Geschäftsfeld Ihres Unternehmens betrifft.

- Robuste Megatrends
- Treibende Megatrends
- Ambivalente Megatrends

GENDER SHIFT

Das Streben nach der eigenen Identität.



WISSENSKULTUR

Von der Informations- zur Wissens-Kompetenz



INDIVIDUALISIERUNG

Neue, progressive, Wir-Kultur gewinnt an Fahrt.



GLOBALISIERUNG

Widerstand zwischen Generation Global

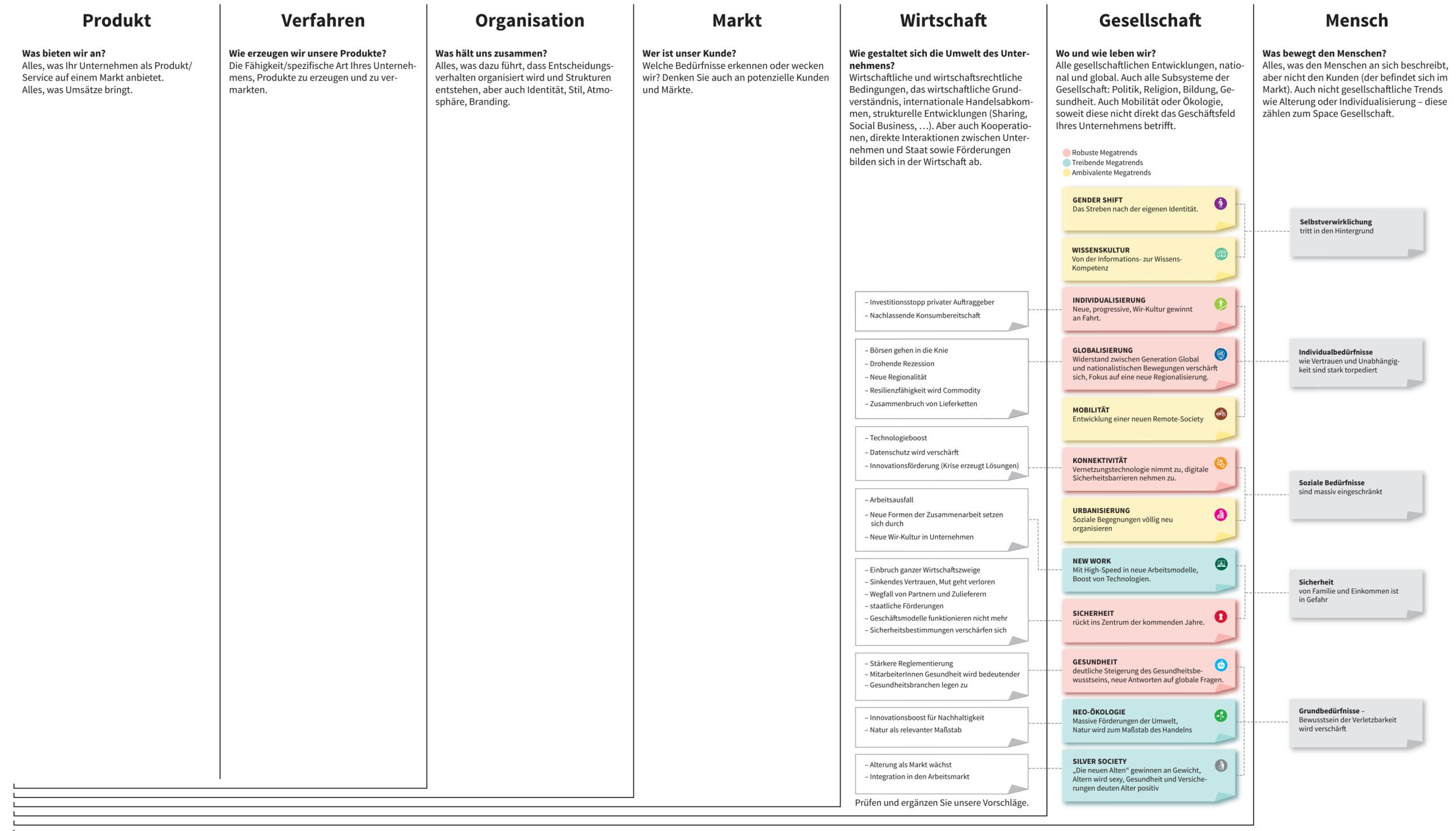


- Investitionsstopp privater Auftraggeber
- Nachlassende Konsumbereitschaft

- Börsen gehen in die Knie
- Drohende Rezession

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

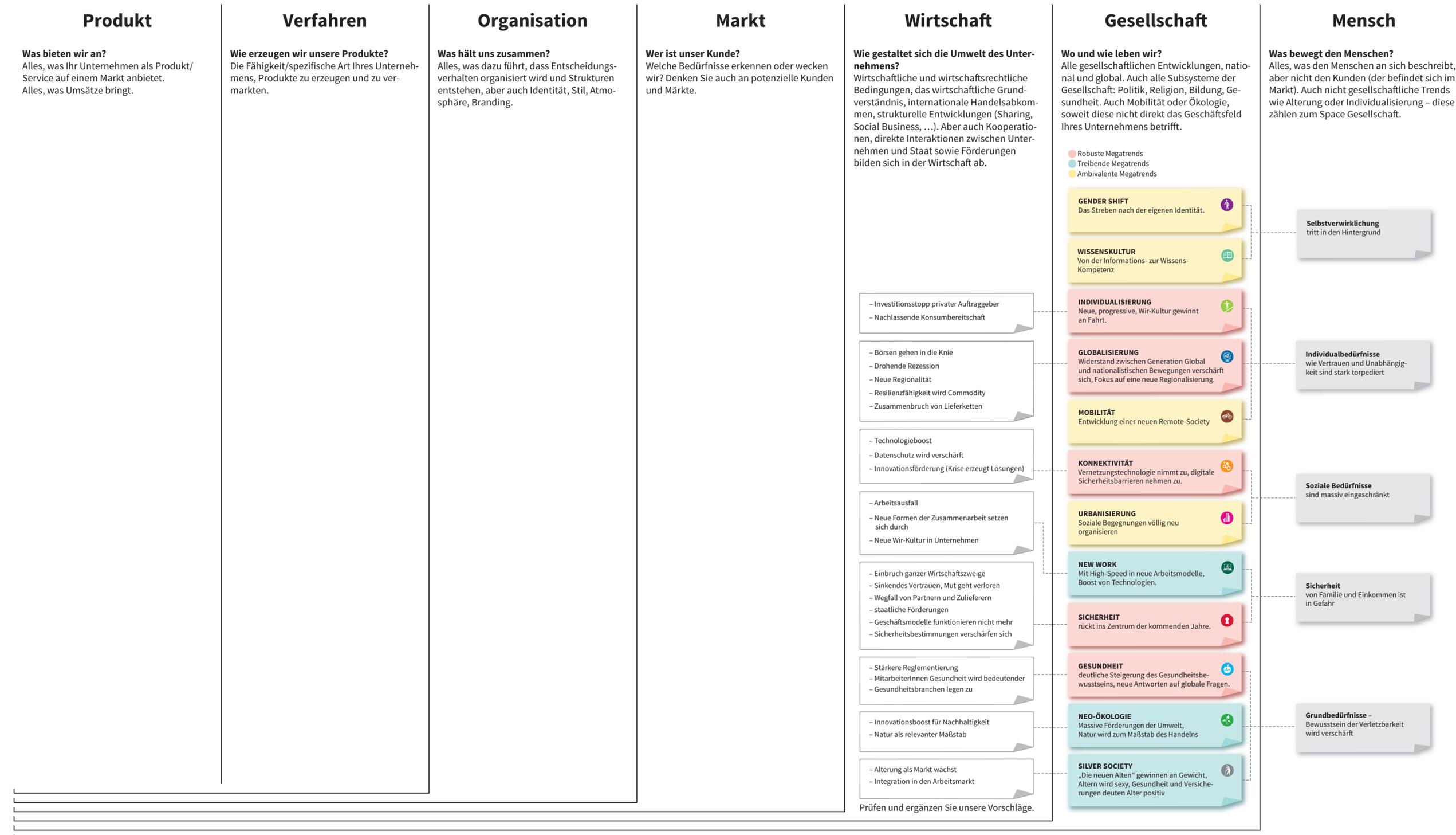
- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

PROZESSES



TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

Organisation

Was hält uns zusammen?

Alles, was dazu führt, dass Entscheidungsverhalten organisiert wird und Strukturen entstehen, aber auch Identität, Stil, Atmosphäre, Branding.

Markt

Wer ist unser Kunde?

Welche Bedürfnisse erkennen oder wecken wir? Denken Sie auch an potenzielle Kunden und Märkte.



Wirtschaft

Wie gestaltet sich die Umwelt des Unternehmens?

Wirtschaftliche und wirtschaftsrechtliche Bedingungen, das wirtschaftliche Grundverständnis, internationale Handelsabkommen, strukturelle Entwicklungen (Sharing, Social Business, ...). Aber auch Kooperationen, direkte Interaktionen zwischen Unternehmen und Staat sowie Förderungen bilden sich in der Wirtschaft ab.

- Investitionsstopp privater Auftraggeber
- Nachlassende Konsumbereitschaft
- Börsen gehen in die Knie
- Drohende Rezession
- Neue Regionalität
- Resilienzfähigkeit wird Commodity
- Zusammenbruch von Lieferketten
- Technologieboost
- Datenschutz wird verschärft
- Innovationsförderung (Krise erzeugt Lösungen)

Gesellschaft

Wo und wie leben wir?

Alle gesellschaftlichen Entwicklungen, national und global. Auch alle Subsysteme der Gesellschaft: Politik, Religion, Bildung, Gesundheit. Auch Mobilität oder Ökologie, soweit diese nicht direkt das Geschäftsfeld Ihres Unternehmens betrifft.

- Robuste Megatrends
- Treibende Megatrends
- Ambivalente Megatrends



Unternehmens-
Lösungen

Home-
Services als
Lösung

Innovation
durch
Förderungen

Bio-Produkte
als Gewinner

Endlich wird
Gesundheit
nachgefragt

- Börsen gehen in die Knie
- Drohende Rezession
- Neue Regionalität
- Resilienzfähigkeit wird Commodity
- Zusammenbruch von Lieferketten

- Technologieboost
- Datenschutz wird verschärft
- Innovationsförderung (Krise erzeugt Lösungen)

- Arbeitsausfall
- Neue Formen der Zusammenarbeit setzen sich durch
- Neue Wir-Kultur in Unternehmen

- Einbruch ganzer Wirtschaftszweige
- Sinkendes Vertrauen, Mut geht verloren
- Wegfall von Partnern und Zulieferern
- staatliche Förderungen
- Geschäftsmodelle funktionieren nicht mehr
- Sicherheitsbestimmungen verschärfen sich

- Stärkere Reglementierung
- MitarbeiterInnen Gesundheit wird bedeutender
- Gesundheitsbranchen legen zu

- Innovationsboost für Nachhaltigkeit
- Natur als relevanter Maßstab

- Alterung als Markt wächst
- Integration in den Arbeitsmarkt

Prüfen und ergänzen Sie unsere Vorschläge.

GLOBALISIERUNG
Widerstand zwischen Generation Global und nationalistischen Bewegungen verschärft sich, Fokus auf eine neue Regionalisierung.

MOBILITÄT
Entwicklung einer neuen Remote-Society

KONNEKTIVITÄT
Vernetzungstechnologie nimmt zu, digitale Sicherheitsbarrieren nehmen zu.

URBANISIERUNG
Soziale Begegnungen völlig neu organisieren

NEW WORK
Mit High-Speed in neue Arbeitsmodelle, Boost von Technologien.

SICHERHEIT
rückt ins Zentrum der kommenden Jahre.

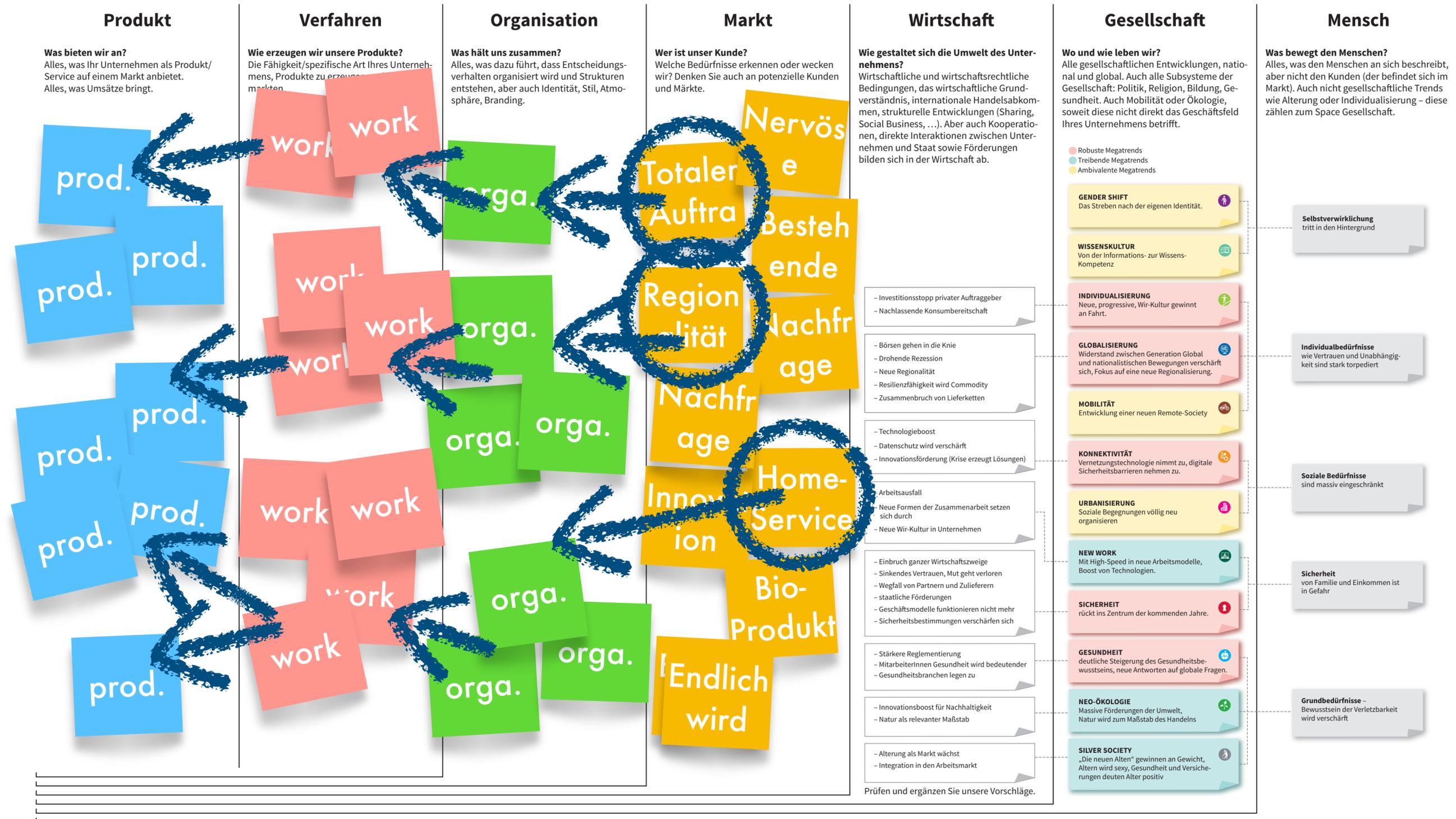
GESUNDHEIT
deutliche Steigerung des Gesundheitsbewusstseins, neue Antworten auf globale Fragen.

NEO-ÖKOLOGIE
Massive Förderungen der Umwelt, Natur wird zum Maßstab des Handelns

SILVER SOCIETY
„Die neuen Alten“ gewinnen an Gewicht, Altern wird sexy, Gesundheit und Versicherungen deuten Alter positiv

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

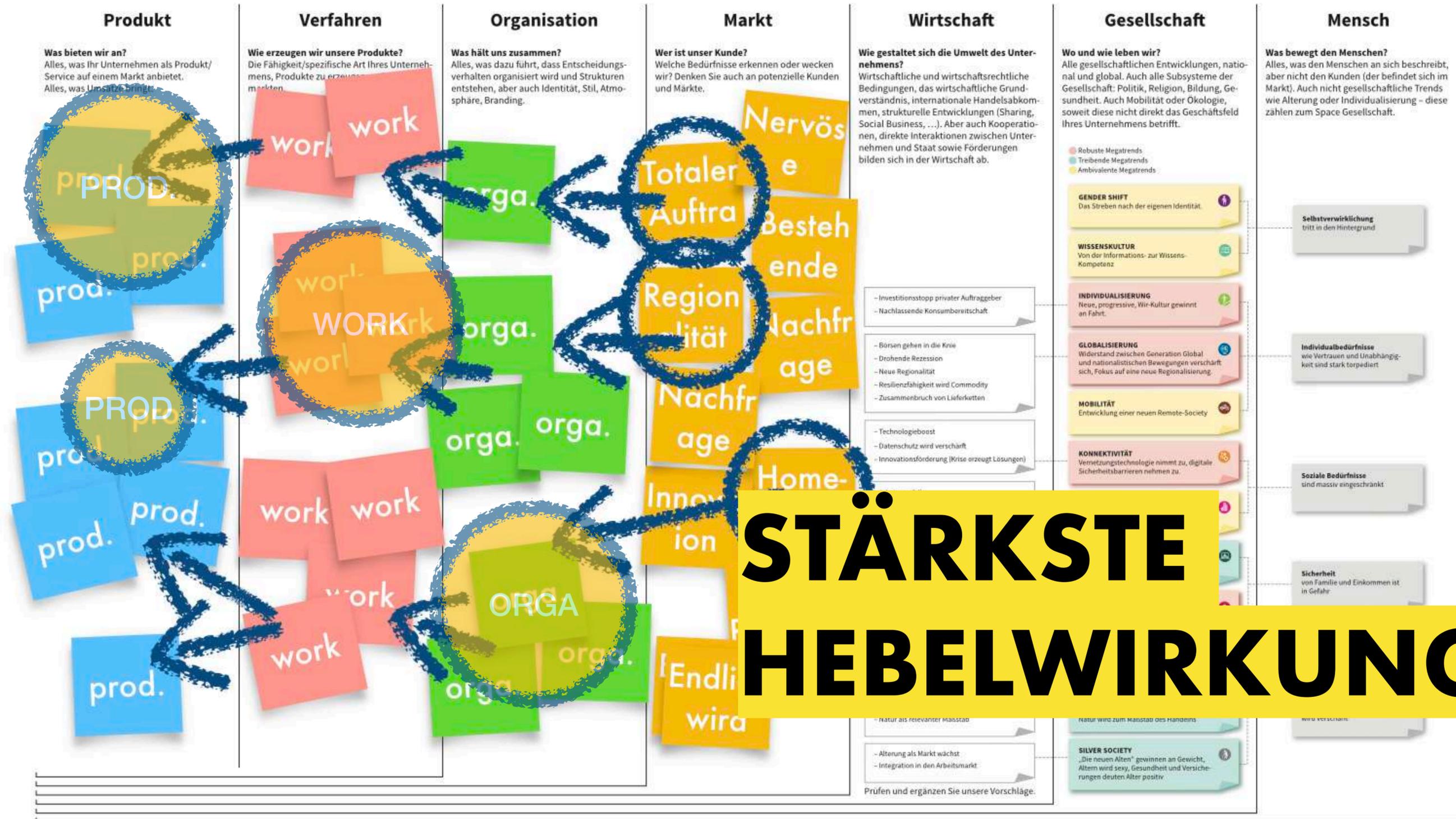


- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



STÄRKSTE HEBELWIRKUNG

- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

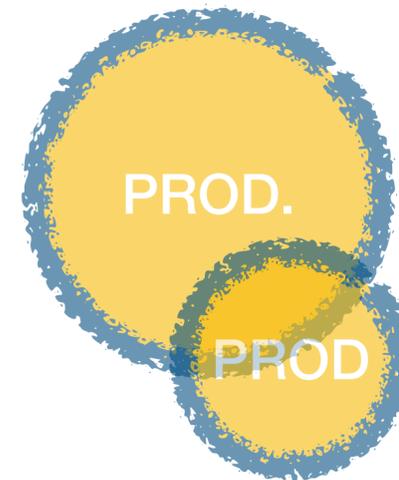
- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

Plan:

1.

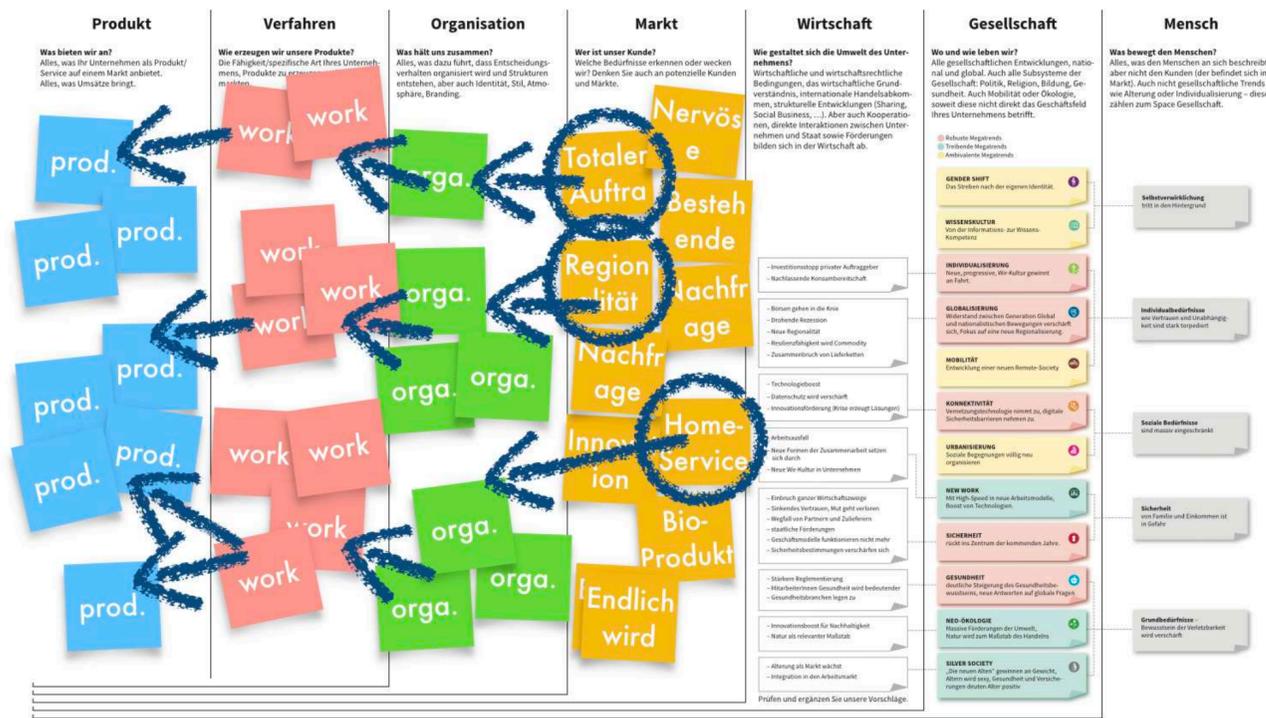
2.

3.



TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- Action Point 1
- Action Point 2
- Action Point 3
- Action Point 4
- Action Point 5
- Action Point 6

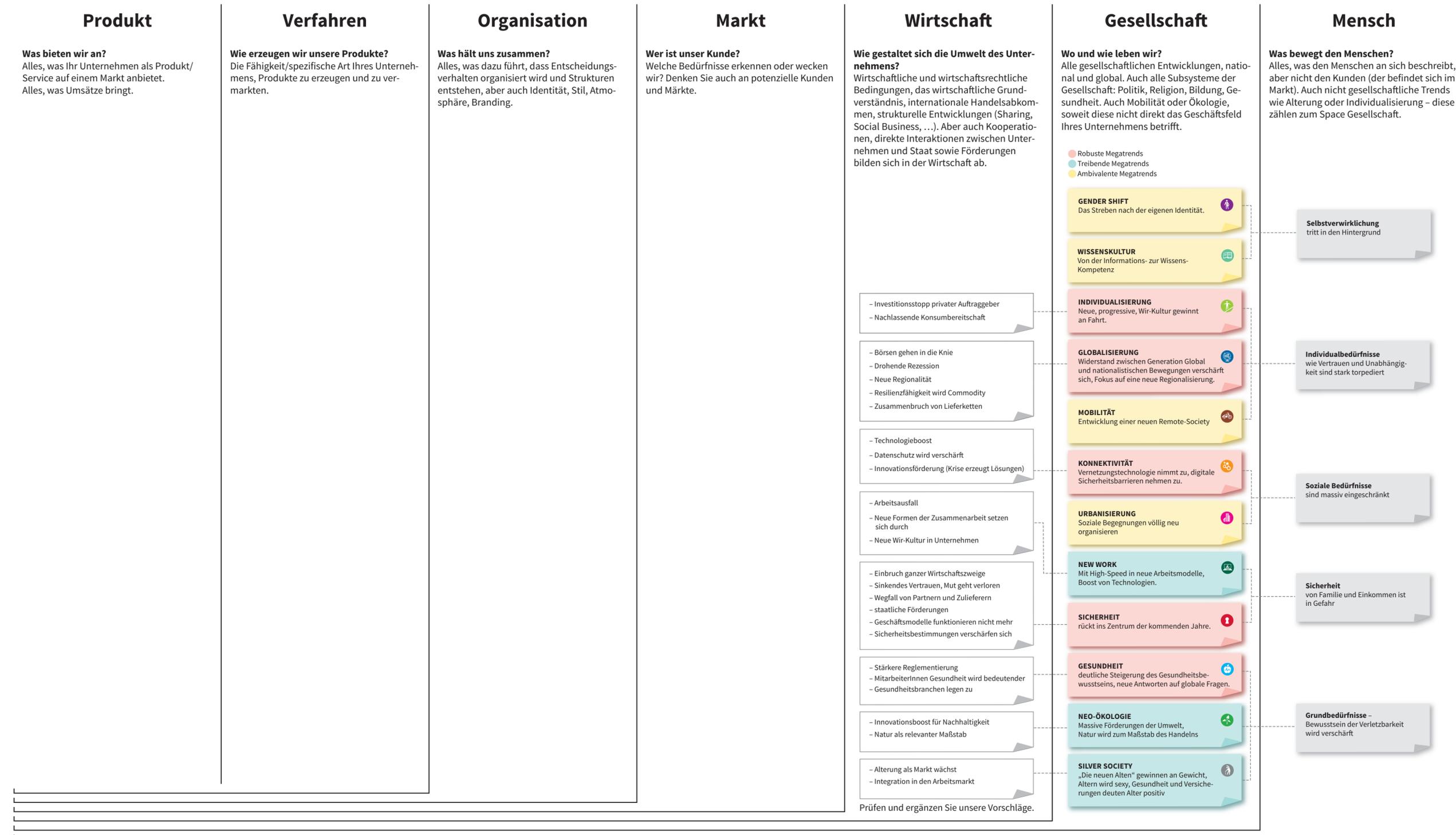
- Action Point 1
- Action Point 2
- Action Point 3

- Action Point 1
- Action Point 2
- Action Point 3
- Action Point 4

1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?
 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

BEISPIEL

CASE



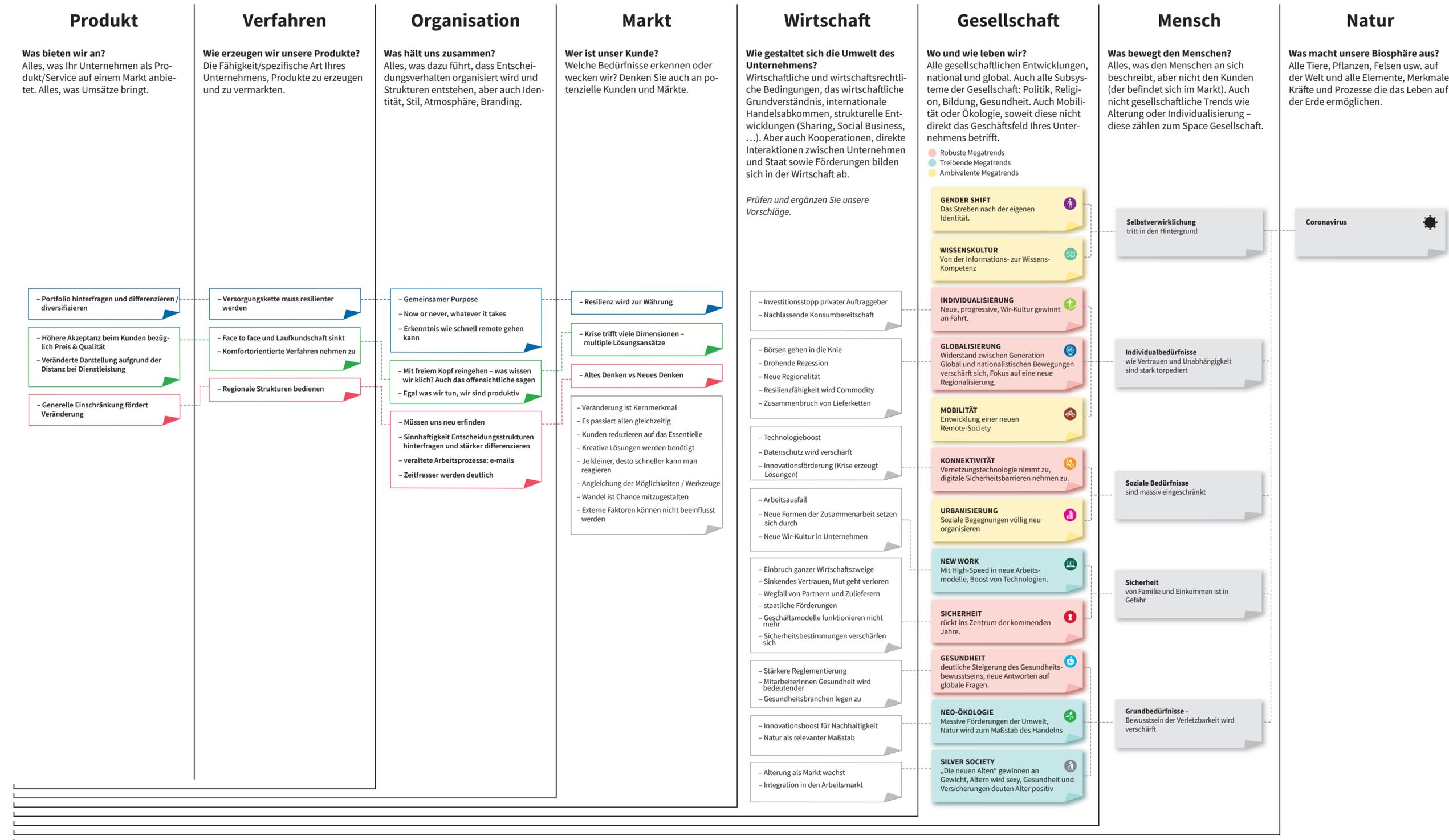
TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Entwickelt für: Die WKO Kreativwirtschaft

Entwickelt von:

Datum:
Version:

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

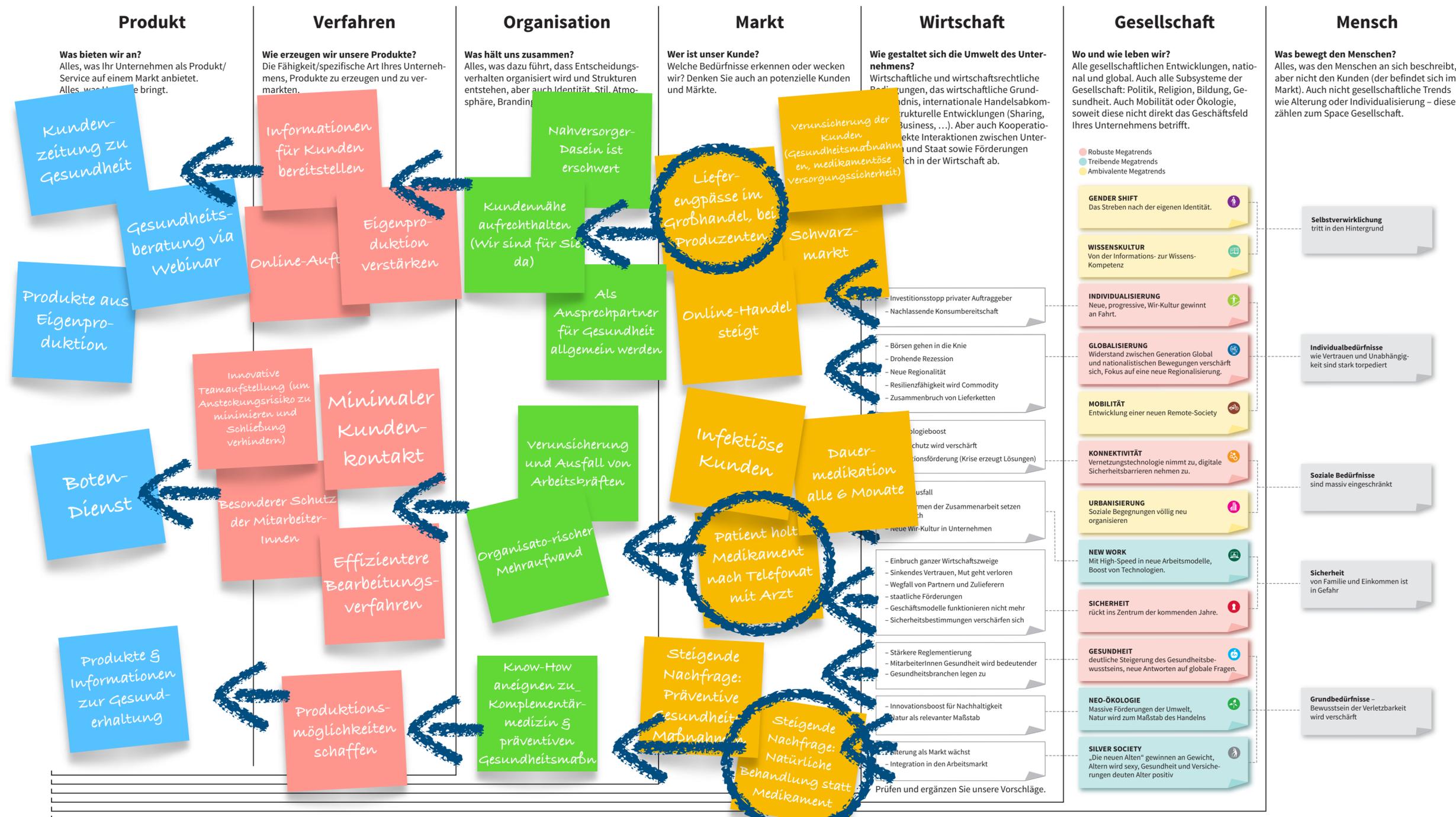
TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

Entwickelt für: **Apotheke**

Entwickelt von: **Valeria & Gudrun**

Datum: **25.03.20**
Version: **V.1.0**



- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

HANDS- ON





1

2

3

4

Zukunft

gestalten

zukunftsInstitut

**Ärmel
hochkrempeln
(Siehe links)**

**Denkkasten
einschalten**

**Canvas
ducharbeiten**

Automatisches Speichern AUS Zukunftsinstitut_Webinar_COVID-19 Impact-Analyse mit der Trend Canvas (1) – Auf "meinem Mac" gespeichert

Start Einfügen Zeichnen Seitenlayout Formeln Daten Überprüfen Ansicht

Calibri (Textkörper) 12 Standard

H46

TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE						
Produkt	Verfahren	Organisation	Markt	Wirtschaft	Gesellschaft	Mensch
Was bieten wir an? Alles, was ihr Unternehmen als Produkt/ Service auf einem Markt anbietet. Alles, was Umsätze bringt.	Wie erzeugen wir unsere Produkte? Die Fähigkeit/spezifische Art Ihres Unternehmens, Produkte zu erzeugen und zu vermarkten.	Was hält uns zusammen? Alles, was dazu führt, dass Entscheidungsverhalten organisiert wird und Strukturen entstehen, aber auch Identität, Stil, Atmosphäre, Branding.	Wer ist unser Kunde? Welche Bedürfnisse erkennen oder wecken wir? Denken Sie auch an potenzielle Kunden und Märkte.	Wie gestaltet sich die Umwelt des Unternehmens? Wirtschaftliche und wirtschaftsrechtliche Bedingungen, das wirtschaftliche Grundverständnis, internationale Handelsabkommen, strukturelle Entwicklungen.	<p>GENDER SHIFT Das Streben nach der eigenen Identität.</p> <p>WISSENSKULTUR Von der Informations- zur Wissens-Kompetenz.</p> <p>INDIVIDUALISIERUNG Neue, progressive, Wir-Kultur gewinnt an Fahrt.</p> <p>GLOBALISIERUNG Widerstand zwischen Generation Global und nationalistischen Bewegungen verschärft sich, Fokus auf eine neue Regionalisierung.</p> <p>MOBILITÄT Entwicklung einer neuen Remote-Society.</p> <p>KONNEKTIVITÄT Vernetzungstechnologie nimmt zu, digitale Sicherheitsbarrieren nehmen zu.</p> <p>URBANISIERUNG Soziale Begrenzungen völlig neu organisieren.</p> <p>NEW WORK Mit High-Speed in neue Arbeitsmodelle, Boost von Techies.</p> <p>SICHERHEIT Rückt ins Zentrum der kommenden Jahre.</p> <p>GESUNDHEIT Deutliche Steigerung des Gesundheitsbewusstseins, neue Antworten auf globale Fragen.</p> <p>NEO-ÖKOLOGIE Neuzeitliche Forderungen der Umwelt, Natur wird zum Maßstab des Handelns.</p> <p>SILVER SOCIETY „Die neuen Alten“ gewinnen an Gewicht, Altern wird sexy, Gesundheit und Versicherungen werden immer populärer.</p>	<p>Selbstverwirklichung ist in den Vordergrund.</p> <p>Individualbedürfnisse wie Vertrauen und Unabhängigkeit sind stark torpediert.</p> <p>Soziale Bedürfnisse sind massiv eingeschränkt.</p> <p>Sicherheit von Familie und Einkommen ist in Gefahr.</p> <p>Grundbedürfnisse - Bewusstsein der Verletzbarkeit wird verschärft.</p>
<p>Entwickelt für:</p> <p>Entwickelt von:</p> <p>Datum:</p> <p>Version:</p>						

- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.

Modell Form of the firm, Zukunftsinstitut

zukunftsInstitut

UMGANG MIT ZUKUNFT

FEEDBACK





zukunftsInstitut

zukunftsInstitut

www.zukunftsinstitut.de

MARCEL ABERLE

m.aberle@zukunftsinstitut.at | +43-1-9434030-800