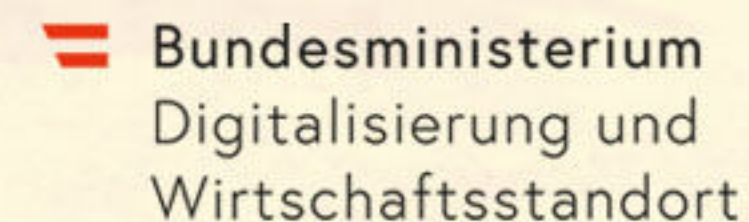
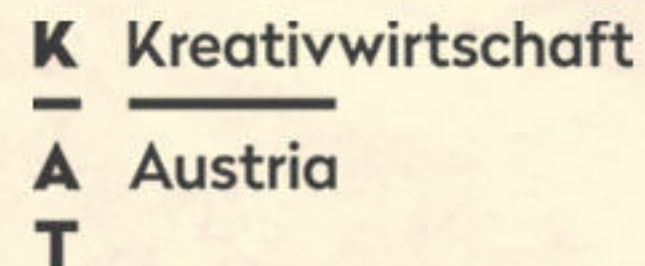


# COVID-19 IMPACT ANALYSE

**Diese Webinarserie findet in Kooperation mit folgenden Partnern statt:**







# COVID-19 Impact Analyse

zukunftsInstitut

mit der Trend Canvas

MARCEL  
ABERLE



# AGENDA

zukunftsInstitut

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



# TREND CANVAS

Trend:

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Datum:

Version:

Produkt	Verfahren	Organisation	Markt	Wirtschaft	Gesellschaft	Mensch	Natur
<b>Was bieten wir an?</b> Alles, was Ihr Unternehmen als Produkt/Service auf einem Markt anbietet. Alles, was Umsätze bringt.	<b>Wie erzeugen wir unsere Produkte?</b> Die Fähigkeit/spezifische Art Ihres Unternehmens, Produkte zu erzeugen und zu vermarkten.	<b>Was hält uns zusammen?</b> Alles, was dazu führt, dass Entscheidungsverhalten organisiert wird und Strukturen entstehen, aber auch Identität, Stil, Atmosphäre, Branding.	<b>Wer ist unser Kunde?</b> Welche Bedürfnisse erkennen oder wecken wir? Denken Sie auch an potenzielle Kunden und Märkte.	<b>Wie gestaltet sich die Umwelt des Unternehmens?</b> 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.	<b>Wo und wie leben wir?</b> 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.	<b>Was bewegt den Menschen?</b> 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.	<b>Was macht unsere Biosphäre aus?</b> Alle Tiere, Pflanzen, Felsen usw. auf der Welt und alle Elemente, Merkmale, Kräfte und Prozesse die das Leben auf der Erde ermöglichen.
FRAMEWORK							
<div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>							

- 1

Wählen Sie einen Trend.
- 2

Auf welchen 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.

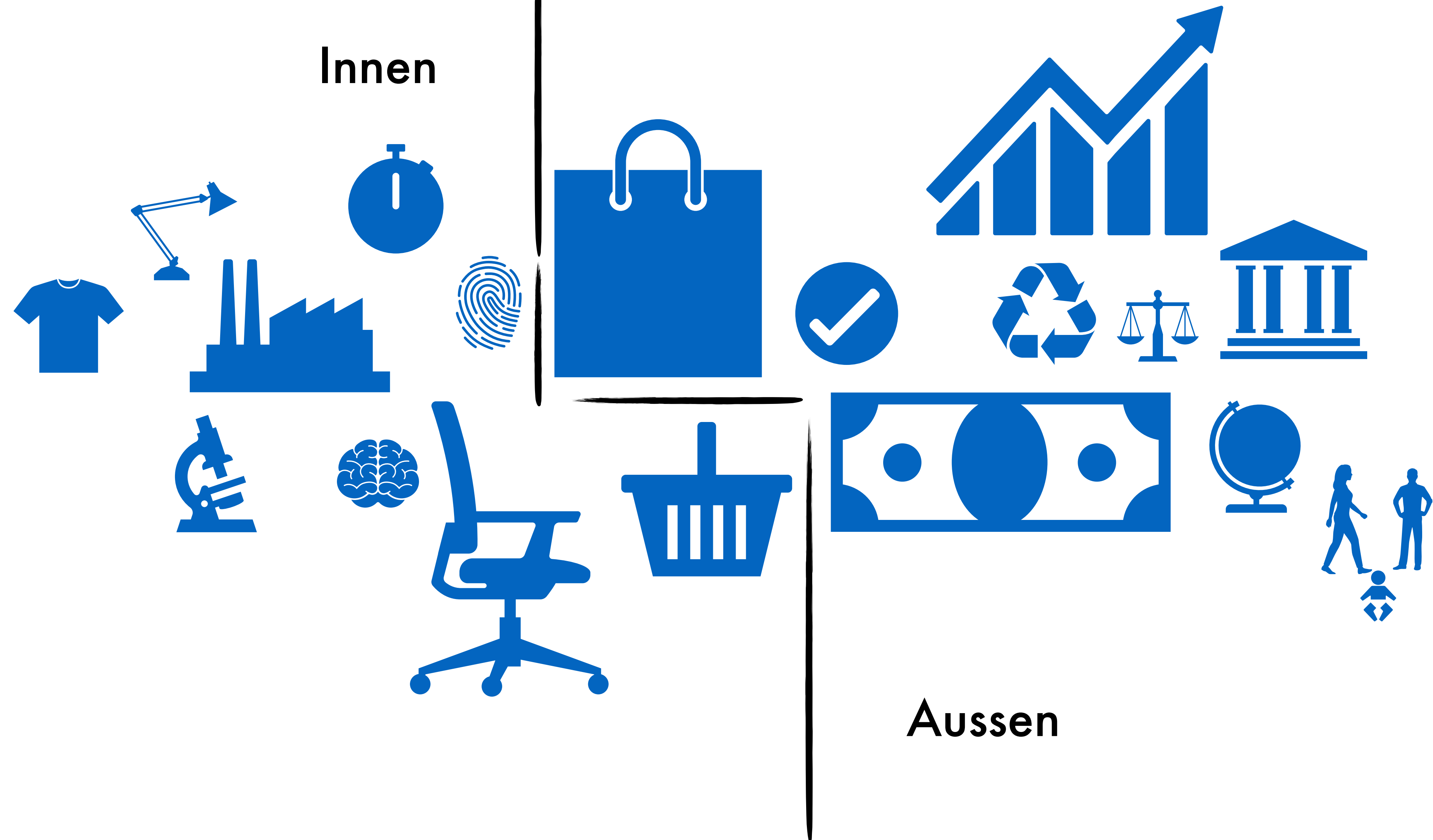
# PROZESS



# THEORIE



# Ihr Unternehmen =





# Ihr Unternehmen =



Produkt  
(Angebot)

Verfahren  
(Technologie)

Organisation  
(Entscheidungen)

Markt  
(Kunde)

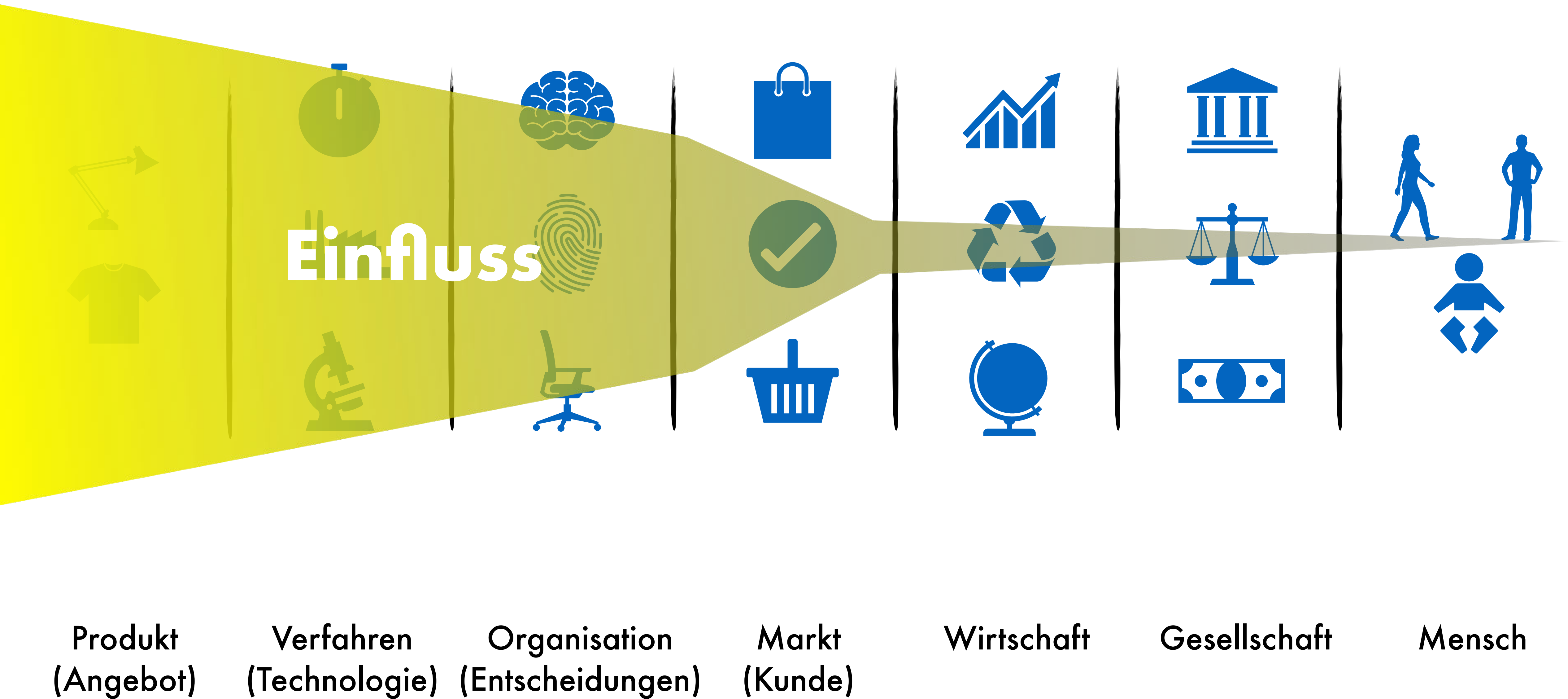
Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch



# Ihr Unternehmen =





# Ihr Unternehmen =



**Wirkmacht**

Produkt  
(Angebot)

Verfahren  
(Technologie)

Organisation  
(Entscheidungen)

Markt  
(Kunde)

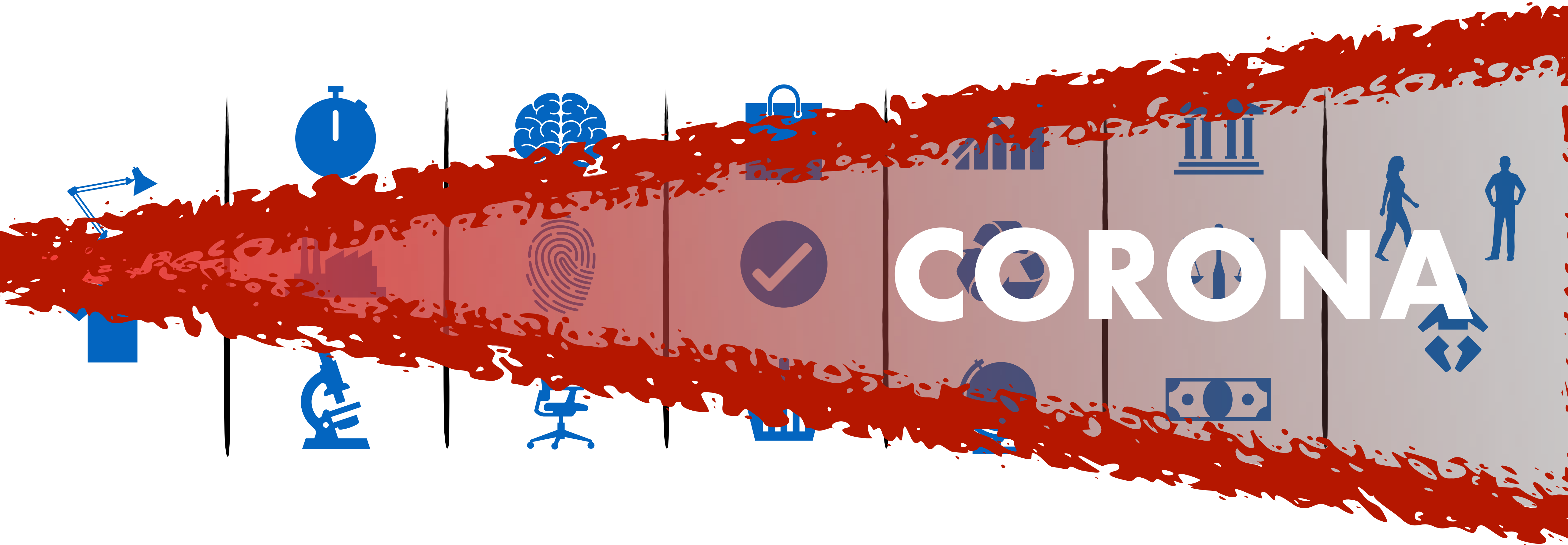
Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch



# Ihr Unternehmen =



Produkt  
(Angebot)

Verfahren  
(Technologie)

Organisation  
(Entscheidungen)

Markt  
(Kunde)

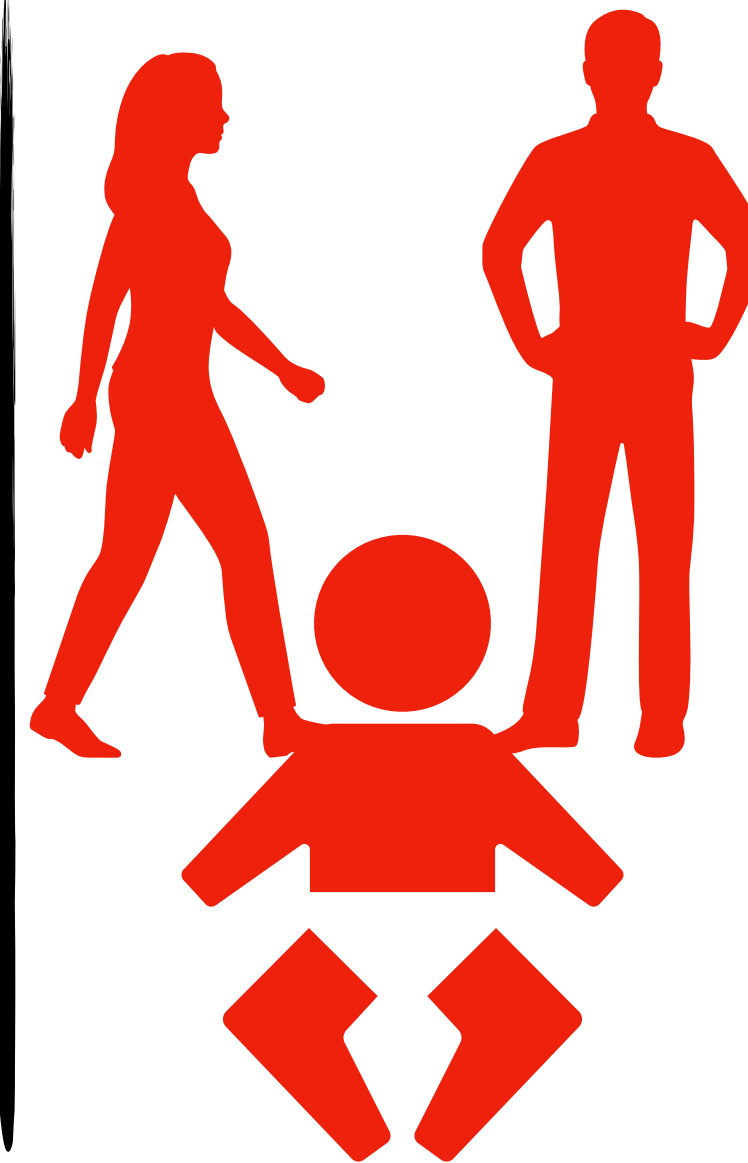
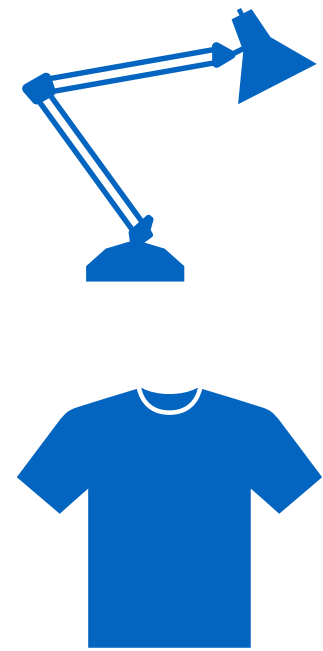
Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch



# Ihr Unternehmen =



Produkt  
(Angebot)

Verfahren  
(Technologie)

Organisation  
(Entscheidungen)

Markt  
(Kunde)

Wirtschaft

Gesellschaft

Mensch



# Ihr Unternehmen =



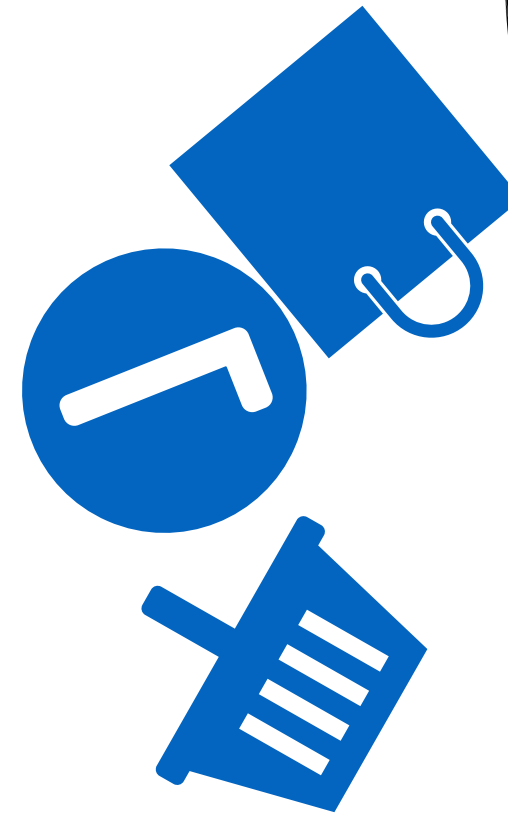
Produkt  
(Angebot)



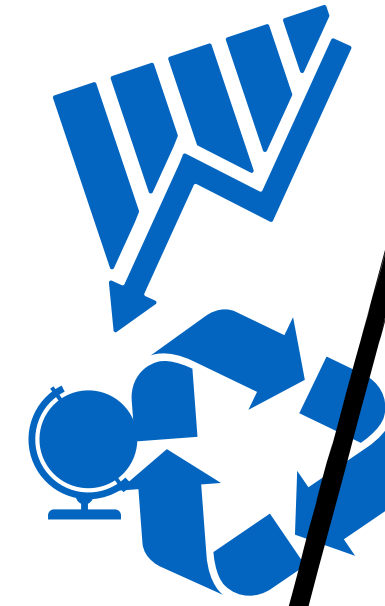
Verfahren  
(Technologie)



Organisation  
(Entscheidungen)



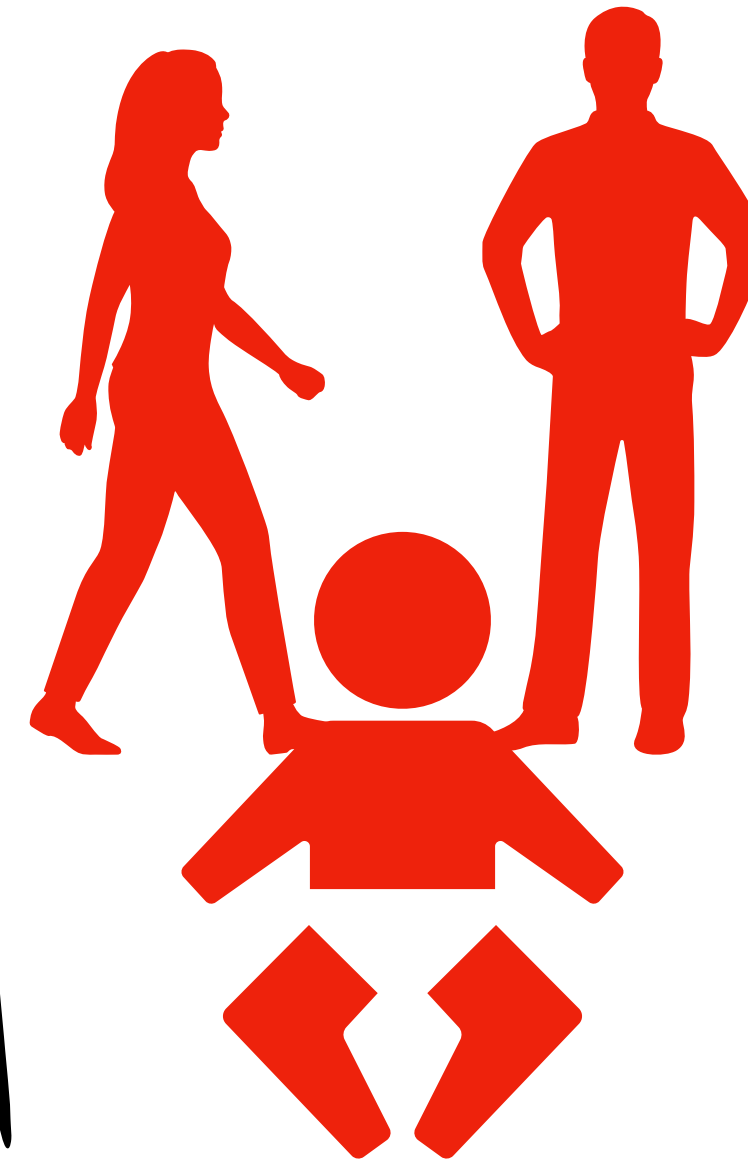
Markt  
(Kunde)



Wirtschaft

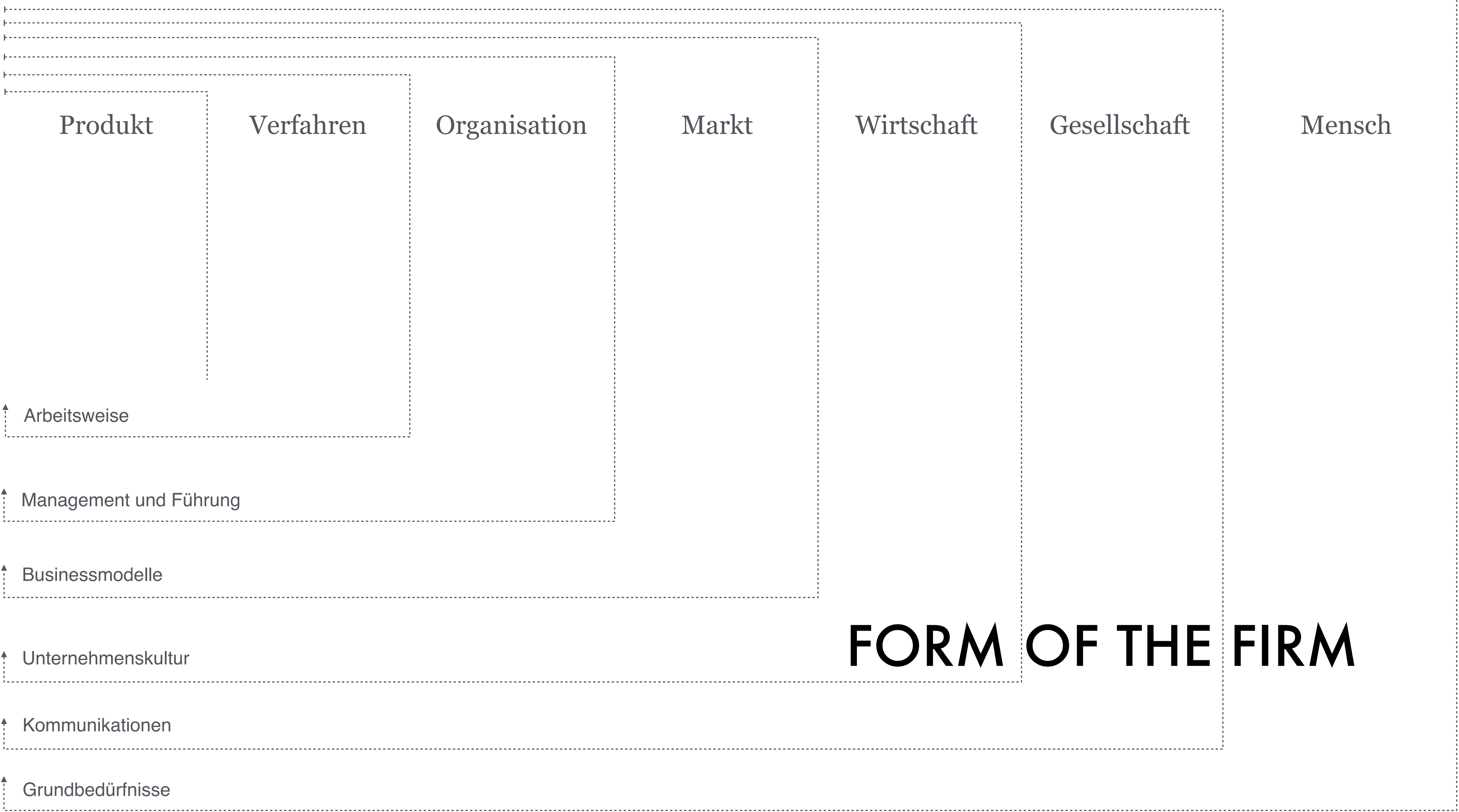


Gesellschaft



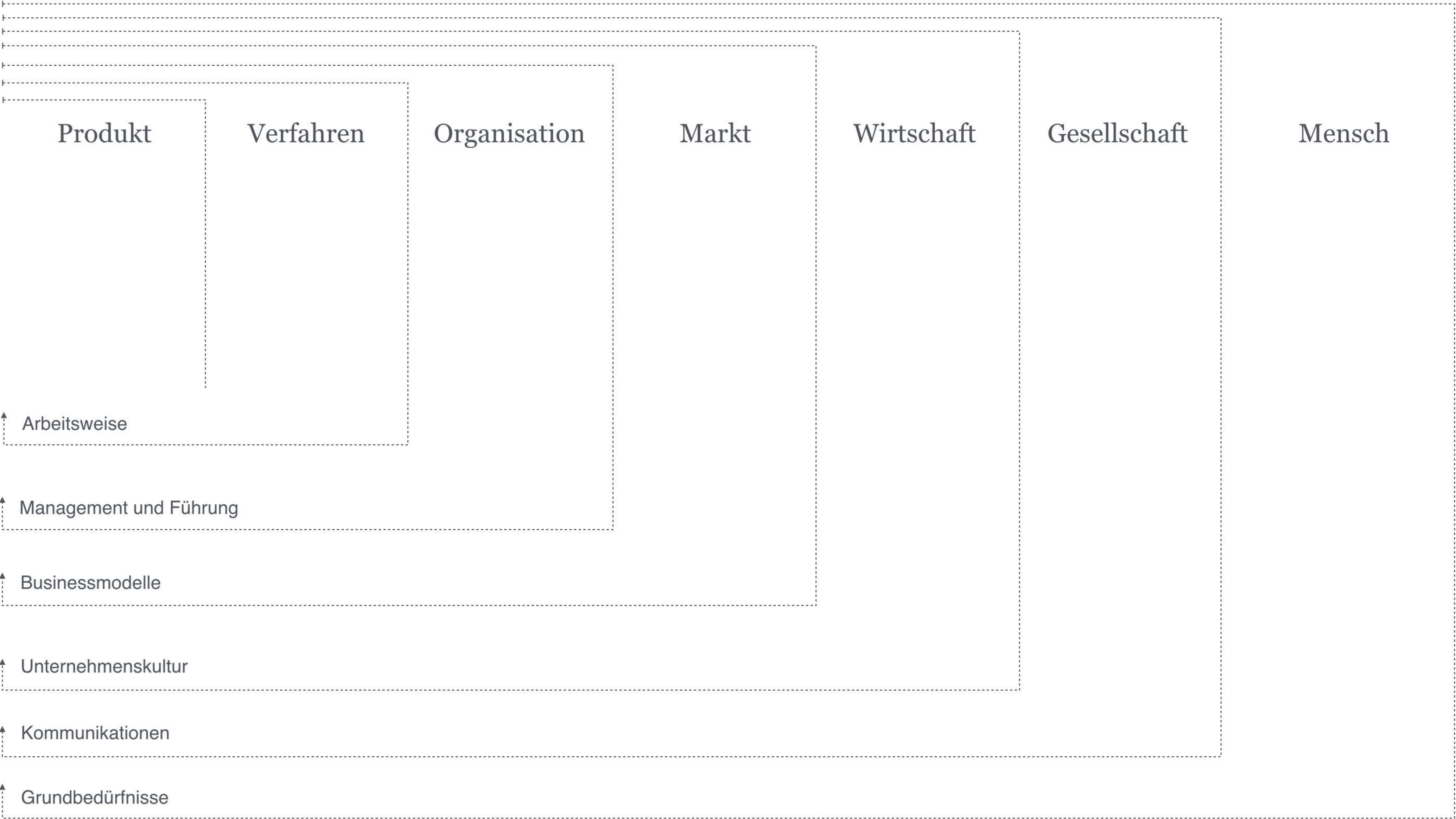
Mensch







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

### Was macht unsere Biosphäre aus?

Alle Tiere, Pflanzen, Felsen usw. auf der Welt und alle Elemente, Merkmale, Kräfte und Prozesse die das Leben auf der Erde ermöglichen.

Trends

- 1 Wählen Sie einen Trend.
- 2 Auf welchen 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

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

### Was macht unsere Biosphäre aus?

Alle Tiere, Pflanzen, Felsen usw. auf der Welt und alle Elemente, Merkmale, Kräfte und Prozesse die das Leben auf der Erde ermöglichen.

- 1

Wählen Sie einen Trend.
- 2

Auf welchen 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.



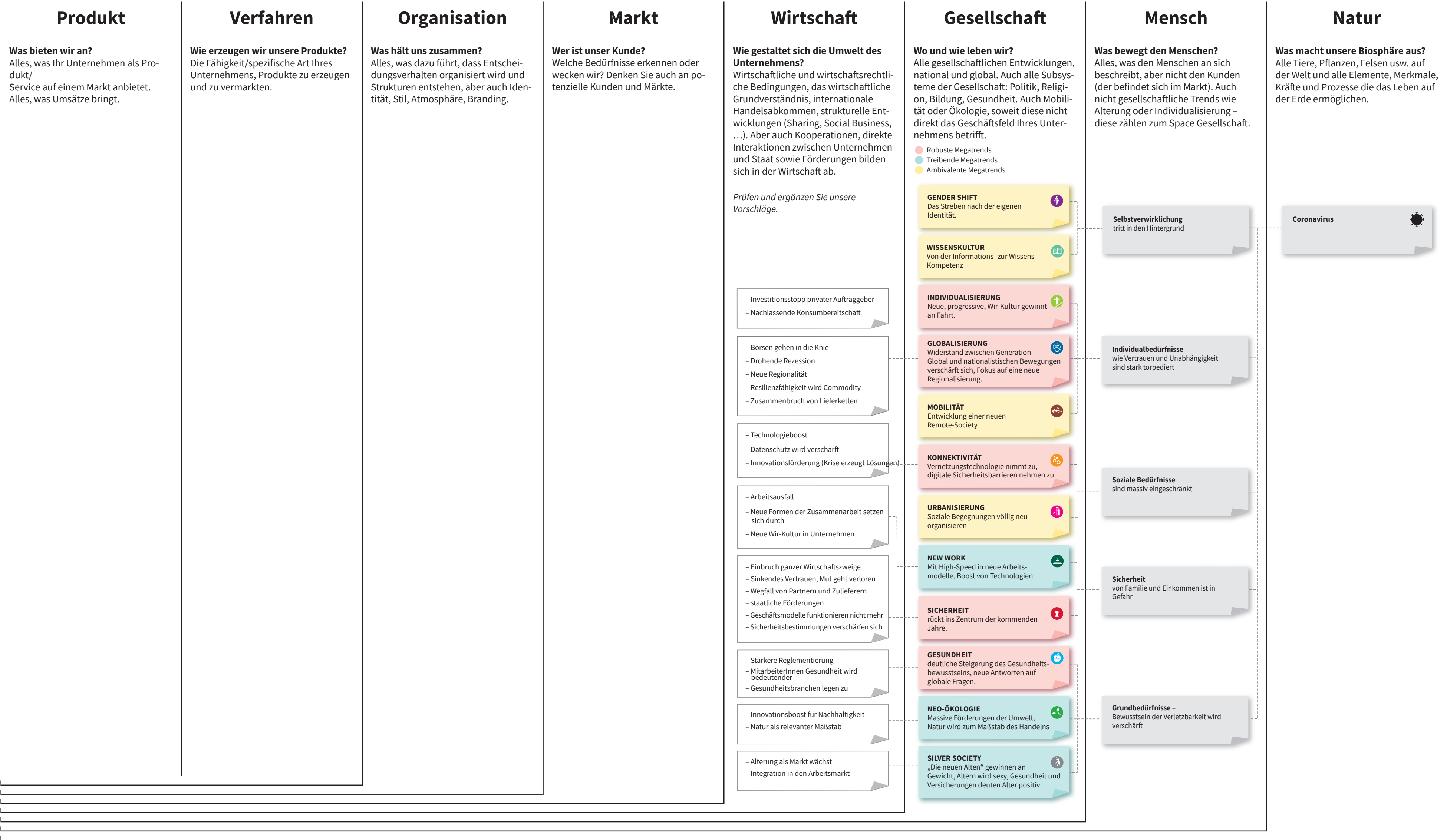
# TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Datum:  
Version:



- 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.

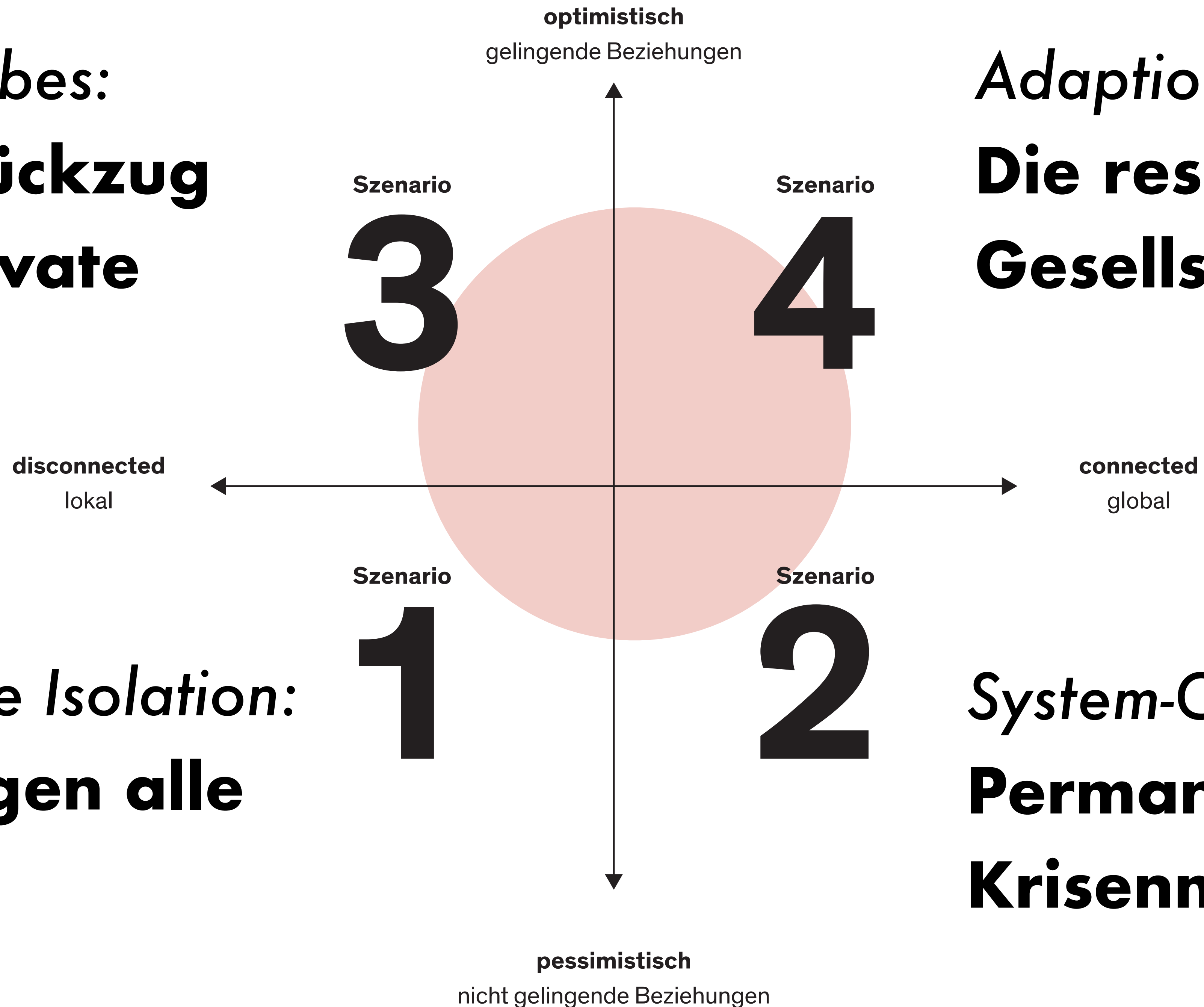


*Neo-Tribes:*  
**Der Rückzug  
ins Private**

*Adaption:*  
**Die resiliente  
Gesellschaft**

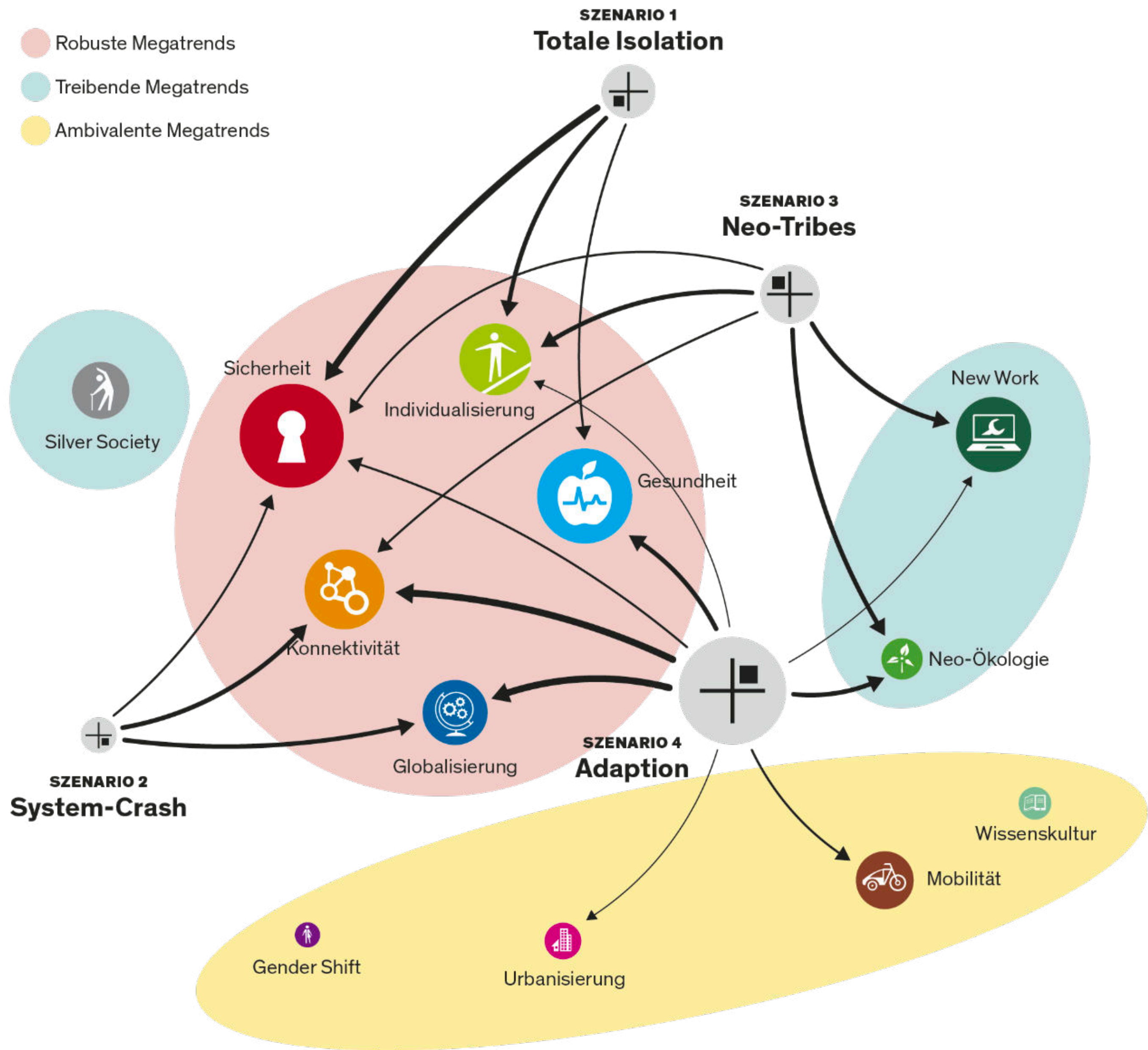
*Die totale Isolation:*  
**Alle gegen alle**

*System-Crash:*  
**Permanenter  
Krisenmodus**





IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND MEGATRENDS





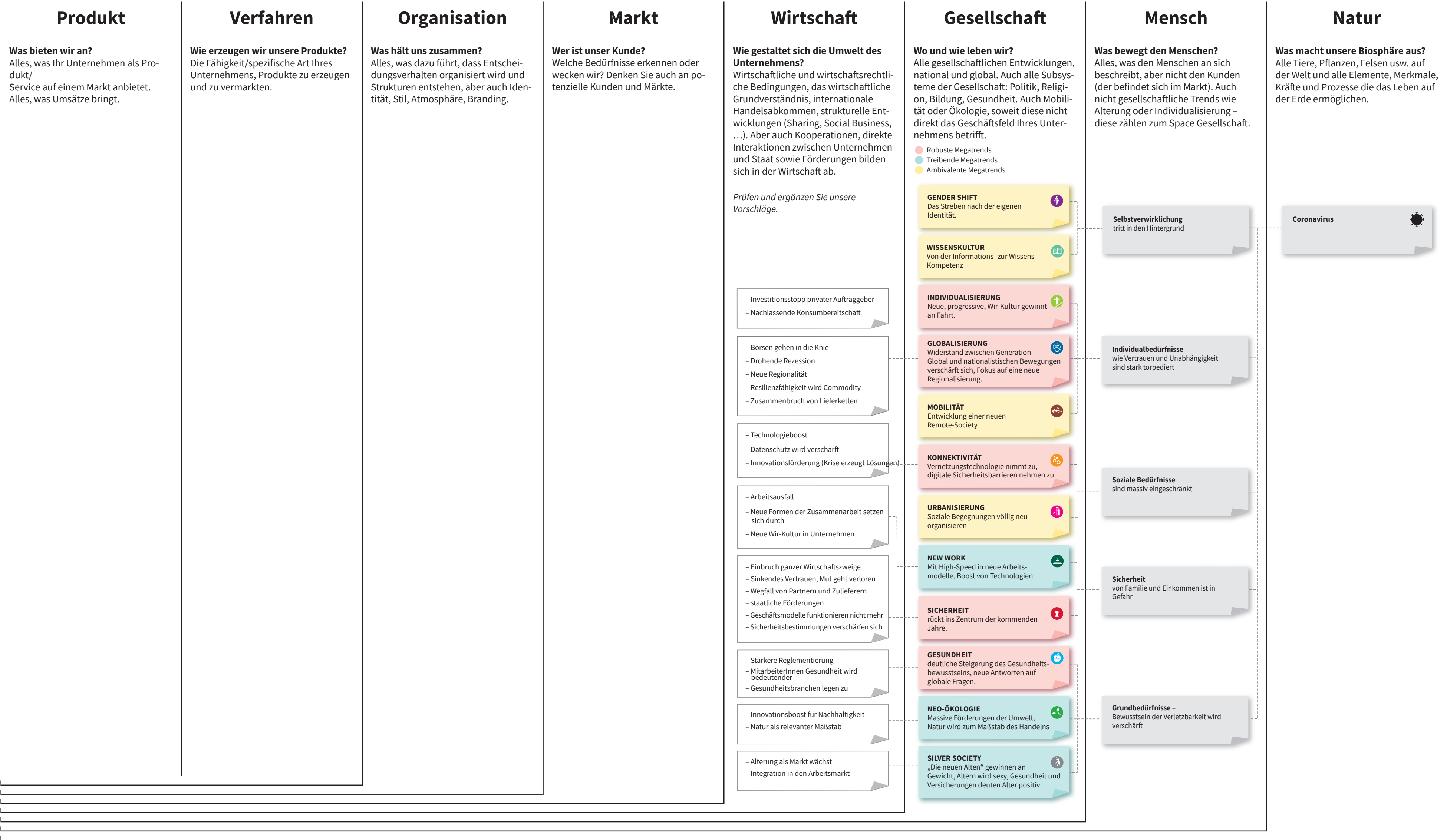
# TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Datum:  
Version:



- 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

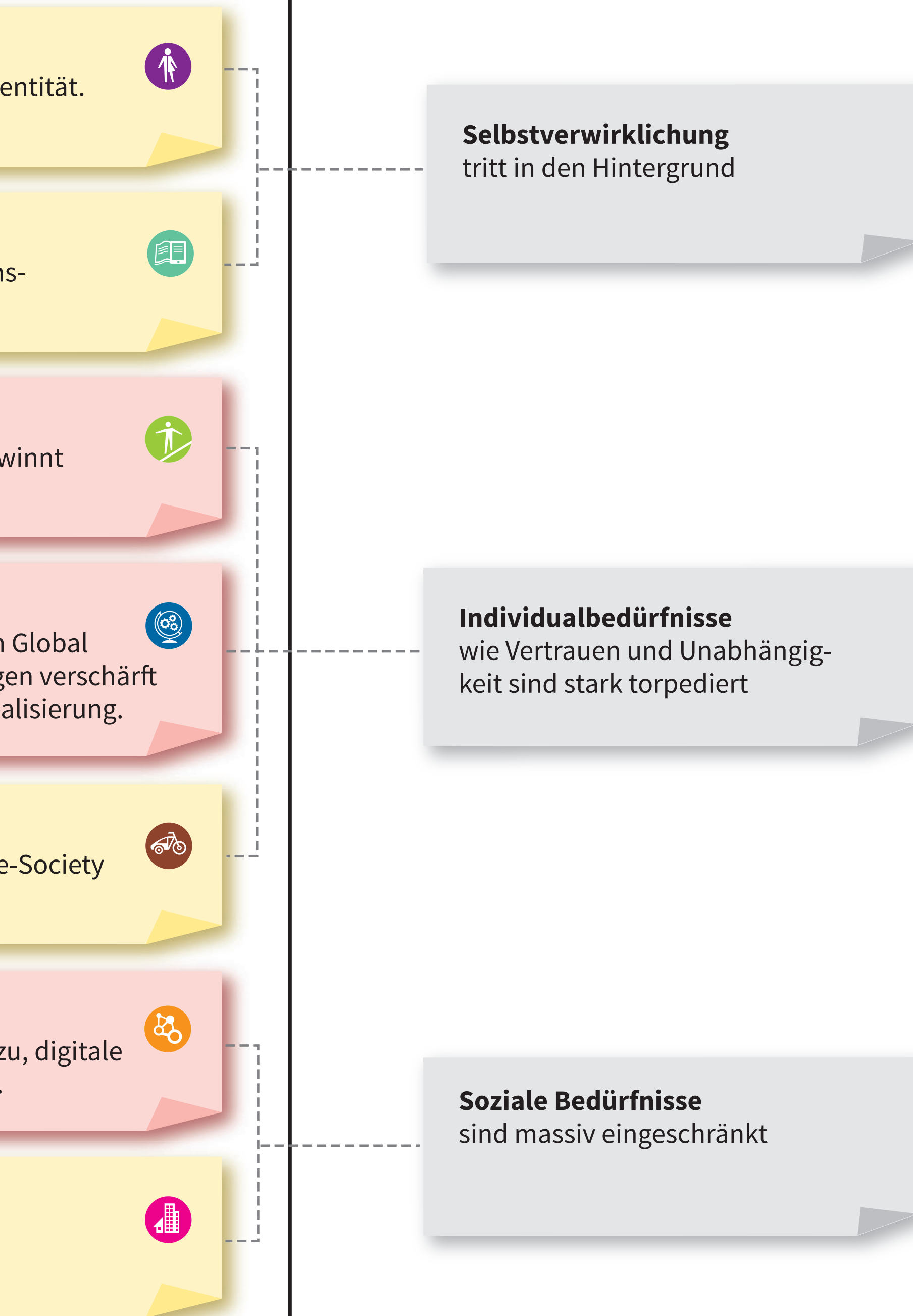
Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?
- 4

Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5

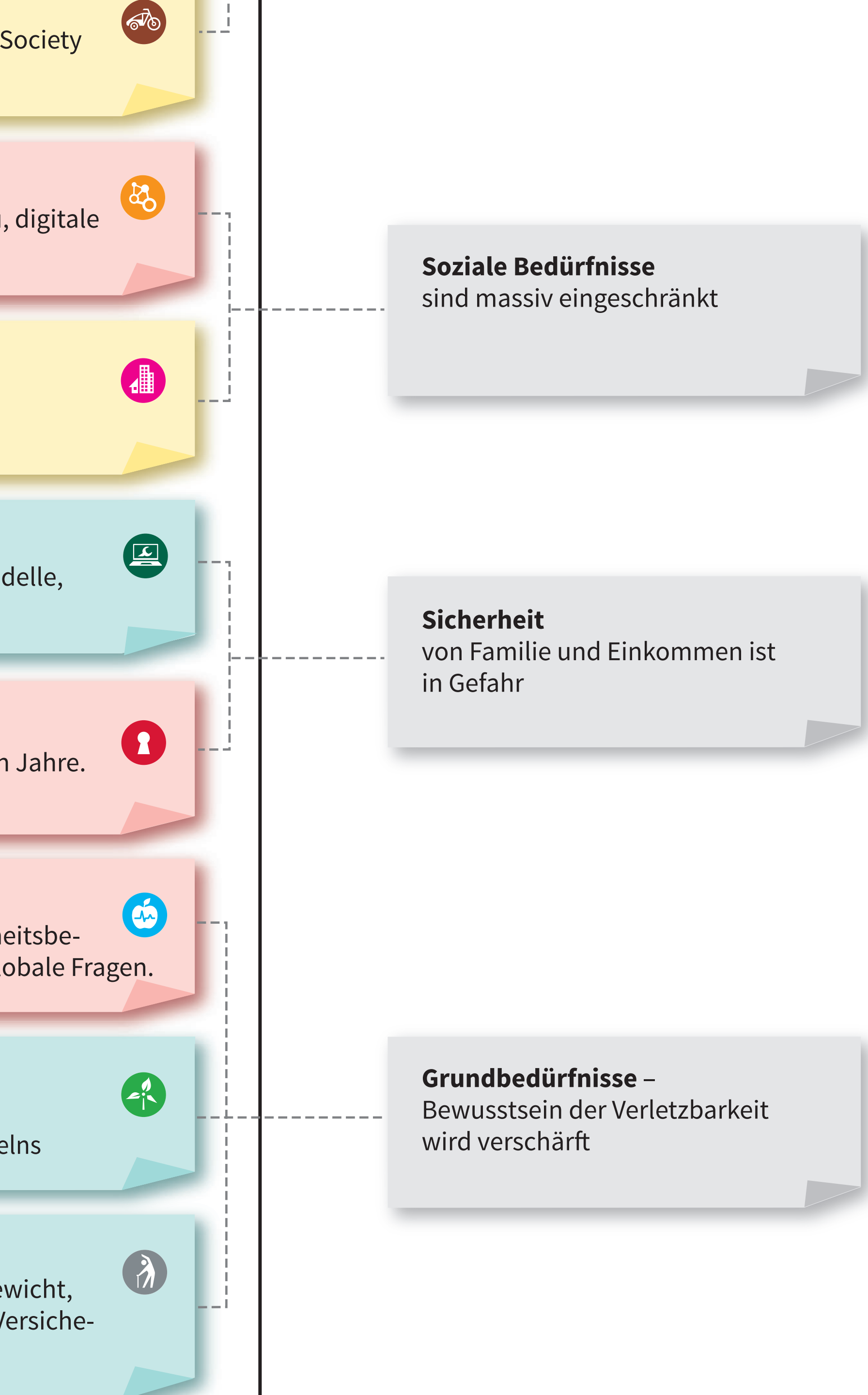
Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6

Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.











# 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 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



### 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.

sowie 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

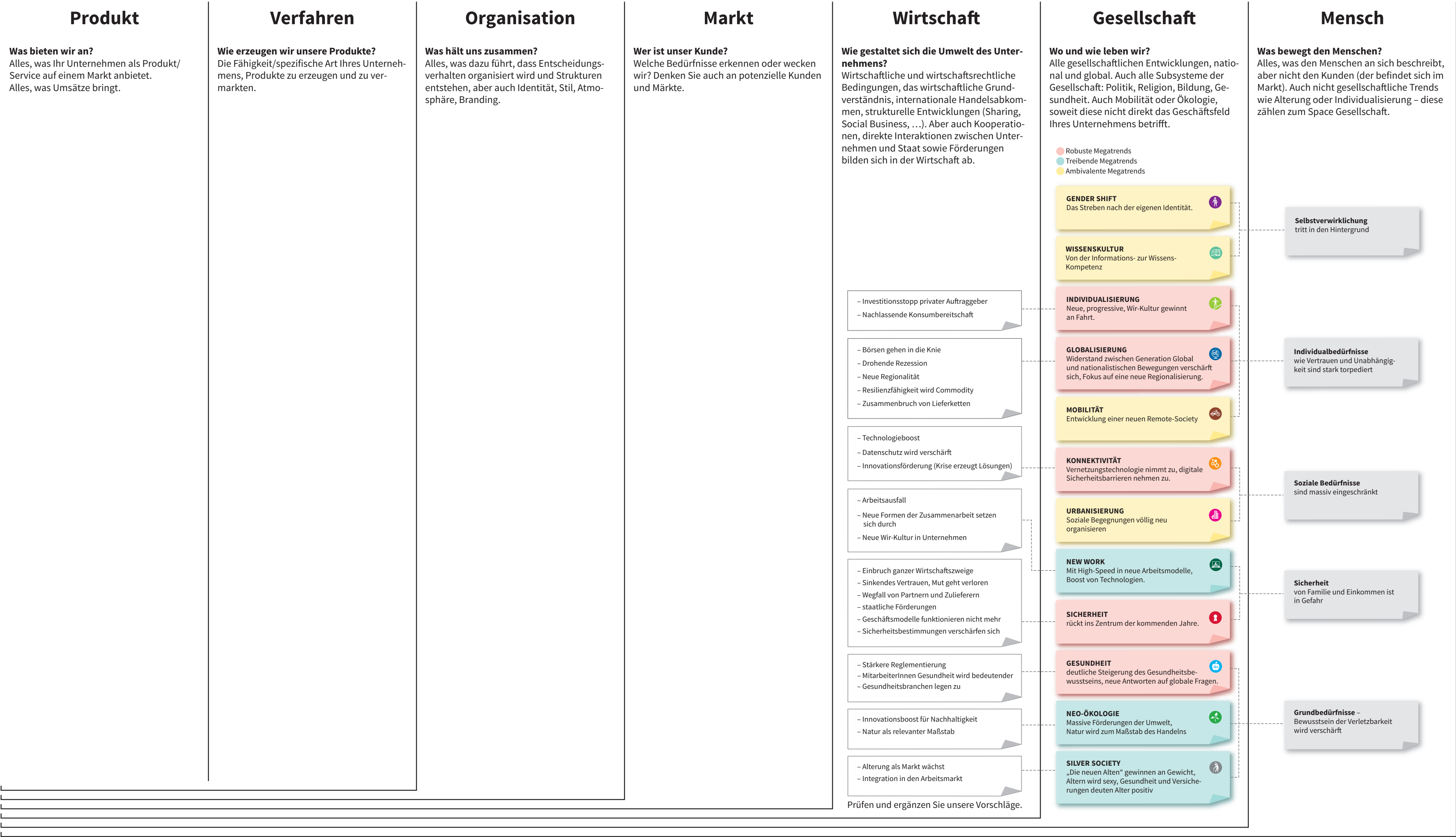


- Investitionsstopp privater Auftraggeber
- Nachlassende Konsumbereitschaft

- 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.

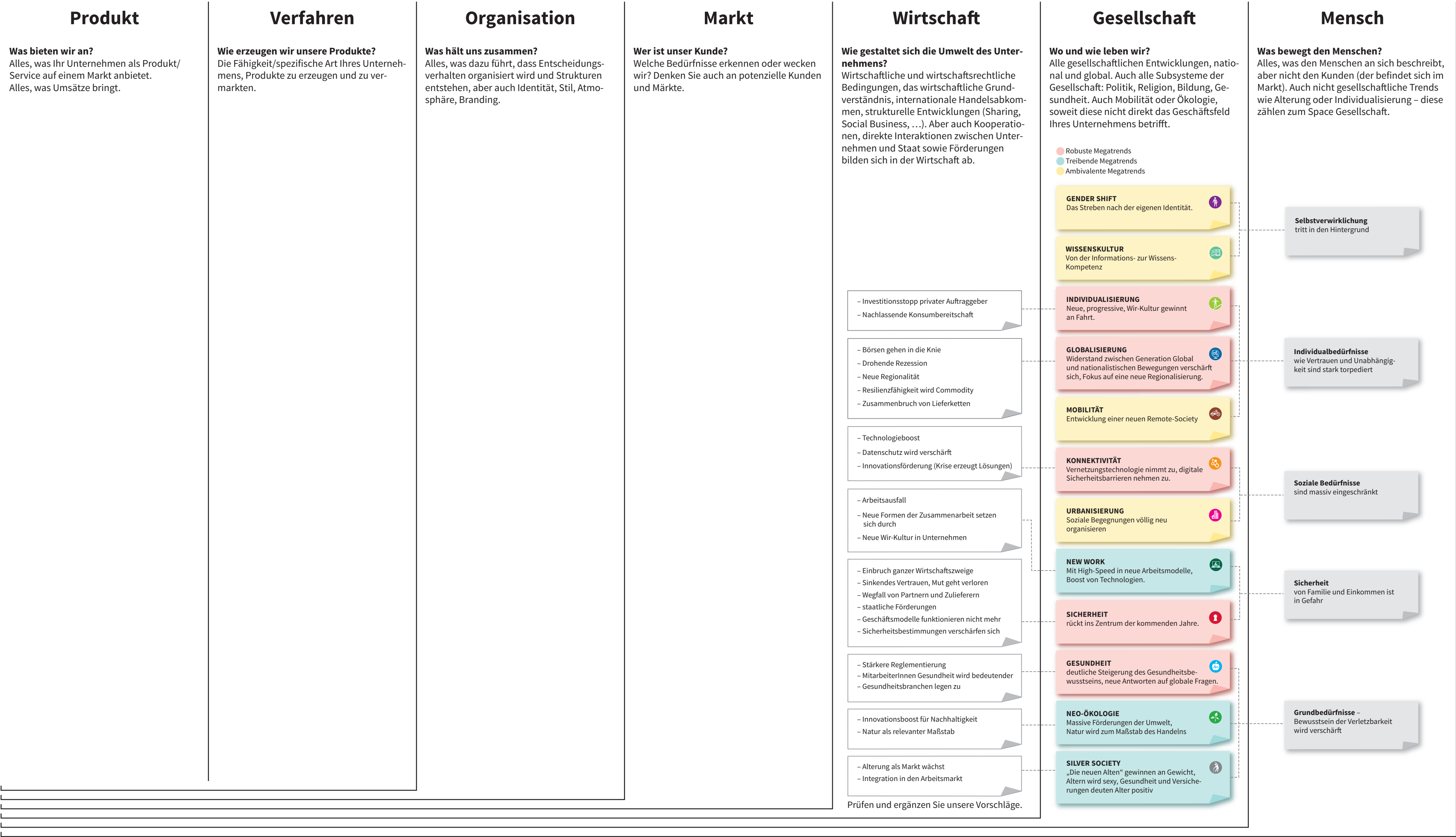


# PROZESSE



# 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

- 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 und nationalistischen Bewegungen verschärft sich, Fokus auf eine neue Regionalisierung. 
- MOBILITÄT**  
Entwicklung einer neuen Remote-Society 
- KONNEKTIVITÄT**  
Vernetzungstechnologie nimmt zu, digitale Sicherheitsbarrieren nehmen zu. 



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

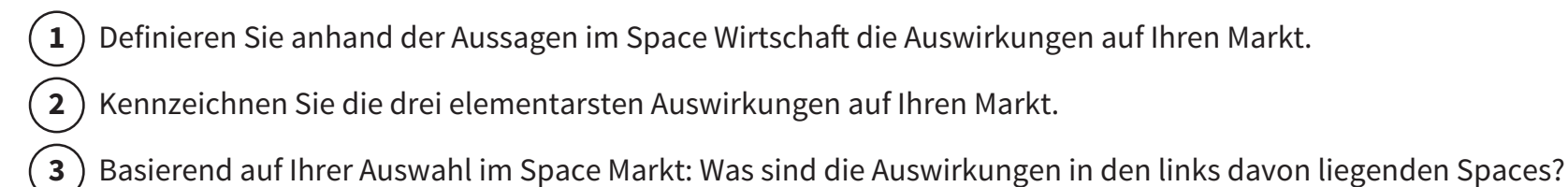


#### SILVER SOCIETY

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



## Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

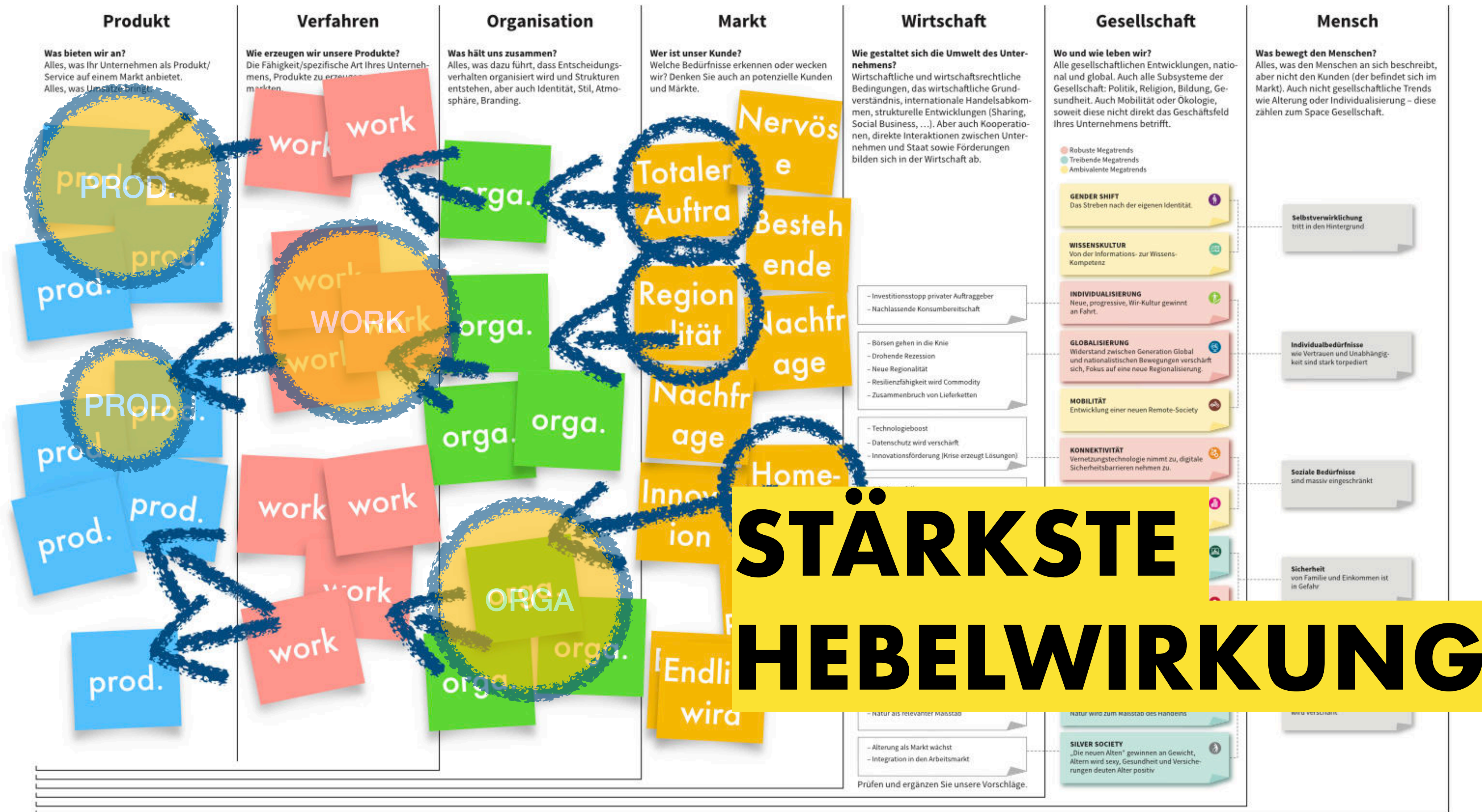


- 4 Welche Handlungsfelder leiten Sie aus Ihren Erkenntnissen ab?
- 5 Priorisieren Sie die abgeleiteten Handlungsfelder.
- 6 Definieren Sie die Actions Points für die einzelnen Handlungsfelder.



# TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise





## Plan:

**1.**

## 2.

### 3.

# ORGA

## WORK

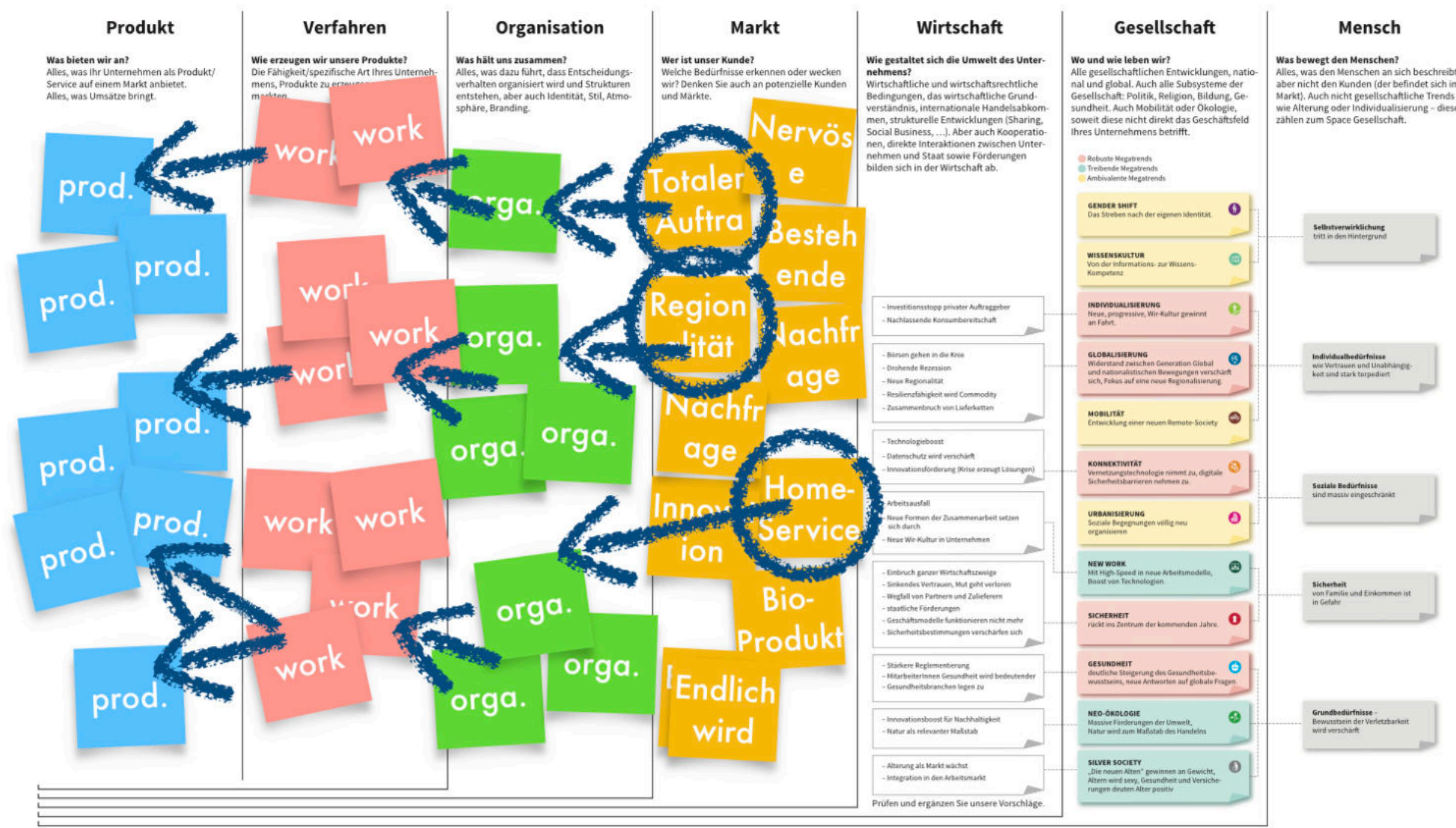
PROD.



PROD

**TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE**  
Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

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

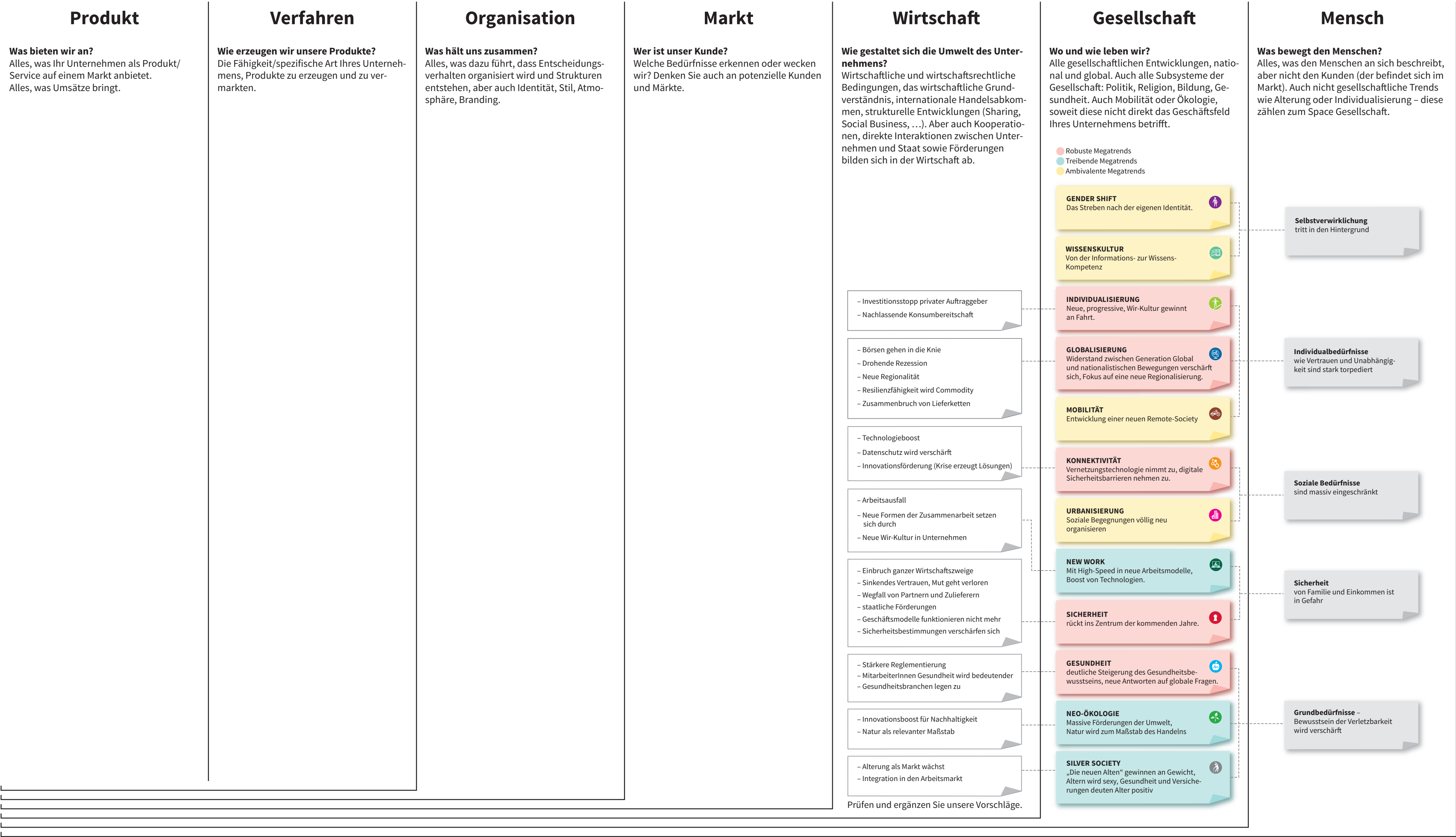
- 1 Definieren Sie anhand der Aussagen im Space Wirtschaft die Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 2 Kennzeichnen Sie die drei elementarsten Auswirkungen auf Ihren Markt.
- 3 Basierend auf Ihrer Auswahl im Space Markt: Was sind die Auswirkungen in den links davon liegenden Spaces?

- 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



## Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

Entwickelt von:

Datum:  
Version:





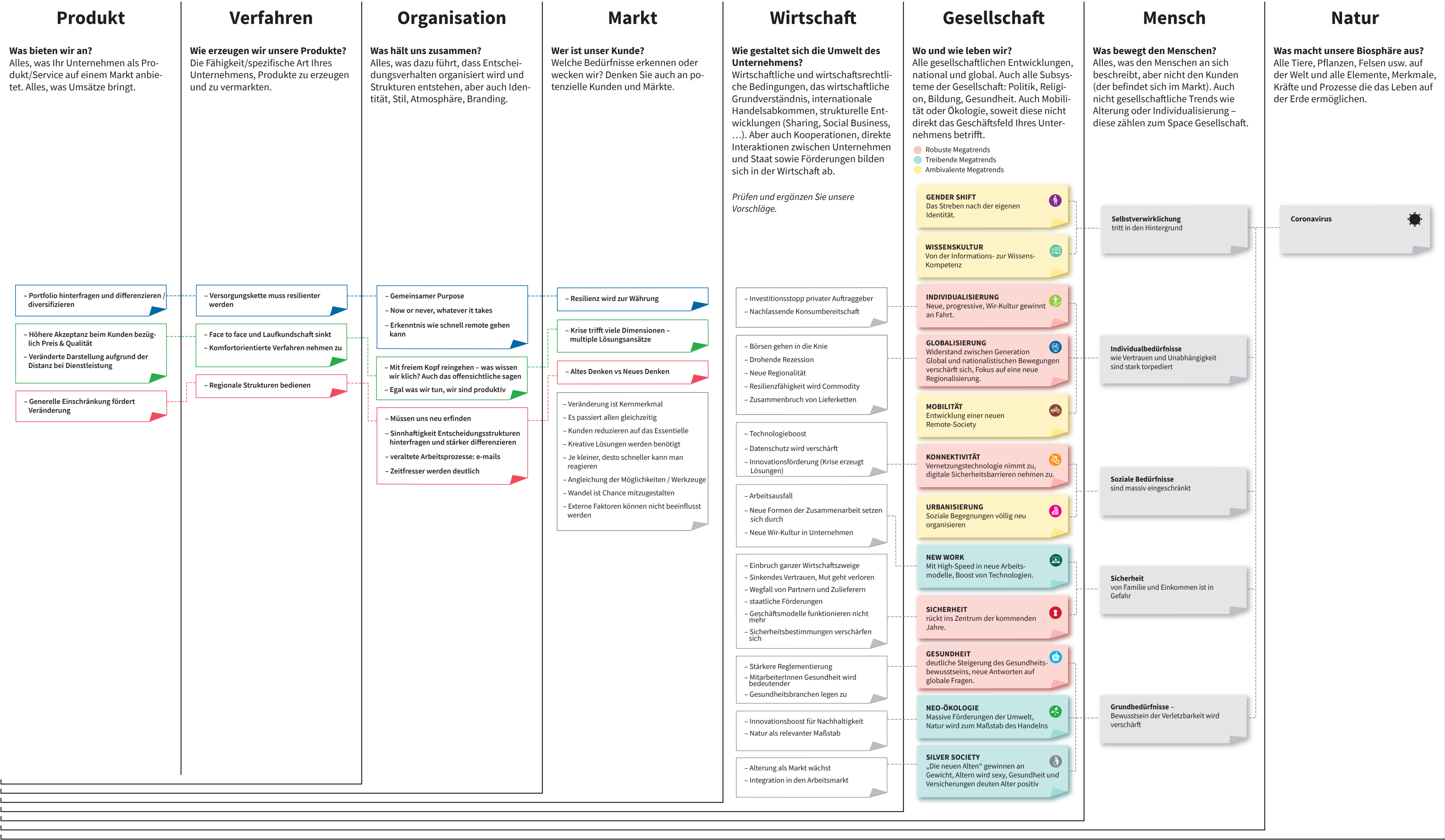
# TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE

Zur Folgeabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise

Entwickelt für: Die WKO Kreativwirtschaft

Entwickelt von:

Datum:  
Version:



- 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

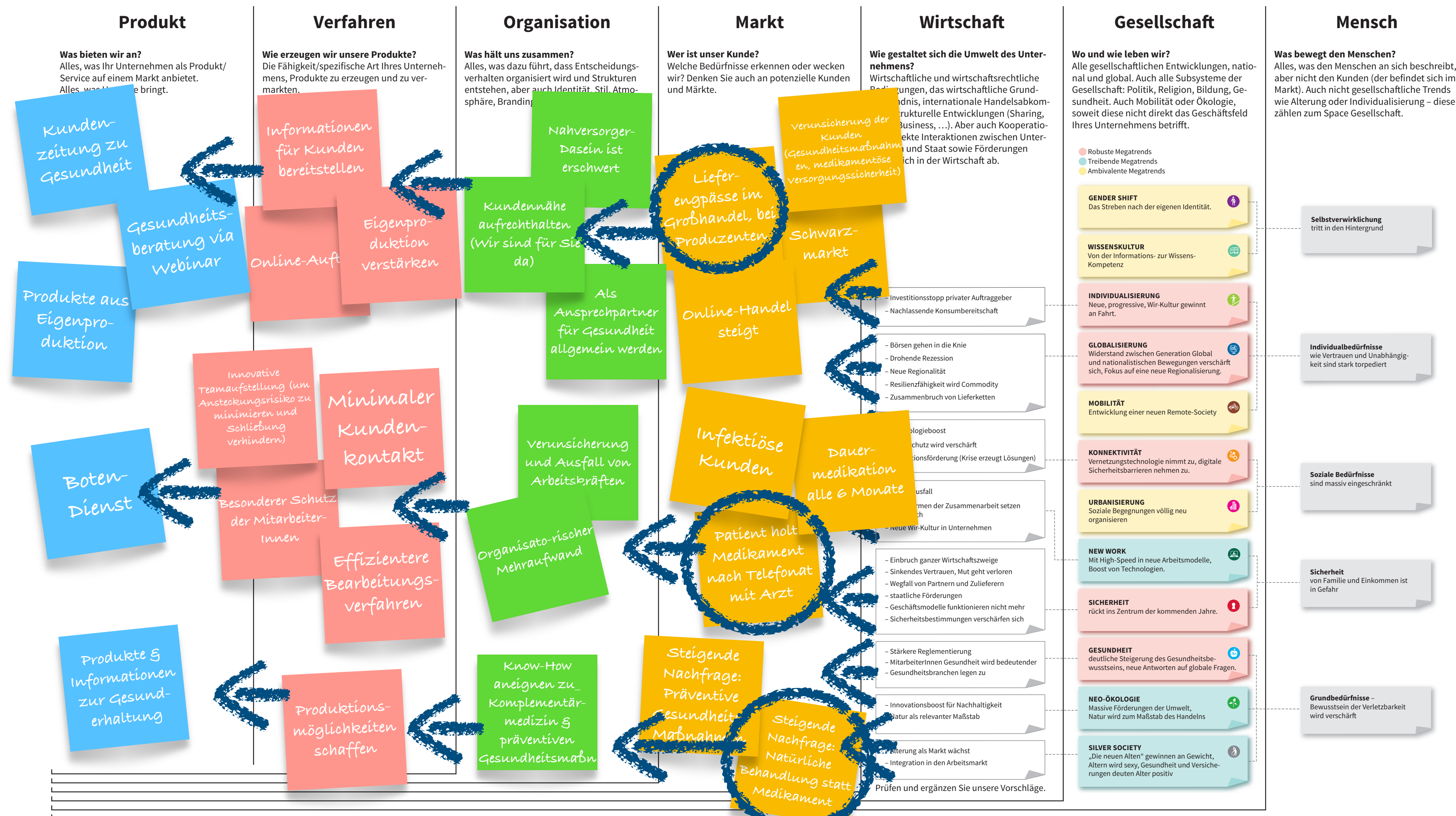
Entwickelt für: **Apotheke**

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

# Zukunft

**Ärmel  
hochkrempeln  
(Siehe links)**

**Denkkasten  
einschalten**

3

4

# gestalten

**Canvas  
durcharbeiten**



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

Einfügen

Calibri (Textkörper)

12

Standard

Einfügen

Löschen

Format

H46

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X
1		<b>TREND CANVAS COVID-19 IMPACT-ANALYSE</b>							Entwickelt für:		Entwickelt von:		Datum:											
2		Zur Folgenabschätzung der Auswirkungen der Coronakrise											Version:											
3																								
4																								
5																								
6																								
7																								
8																								
9																								
10																								
11																								
12																								
13																								
14																								
15																								
16																								
17																								
18																								
19																								
20																								
21																								
22																								
23																								
24																								
25																								
26																								
27																								
28																								
29																								
30																								
31																								
32																								
33																								
34																								
35																								
36																								
37																								
38																								
39																								
40																								
41																								
42																								
43																								

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

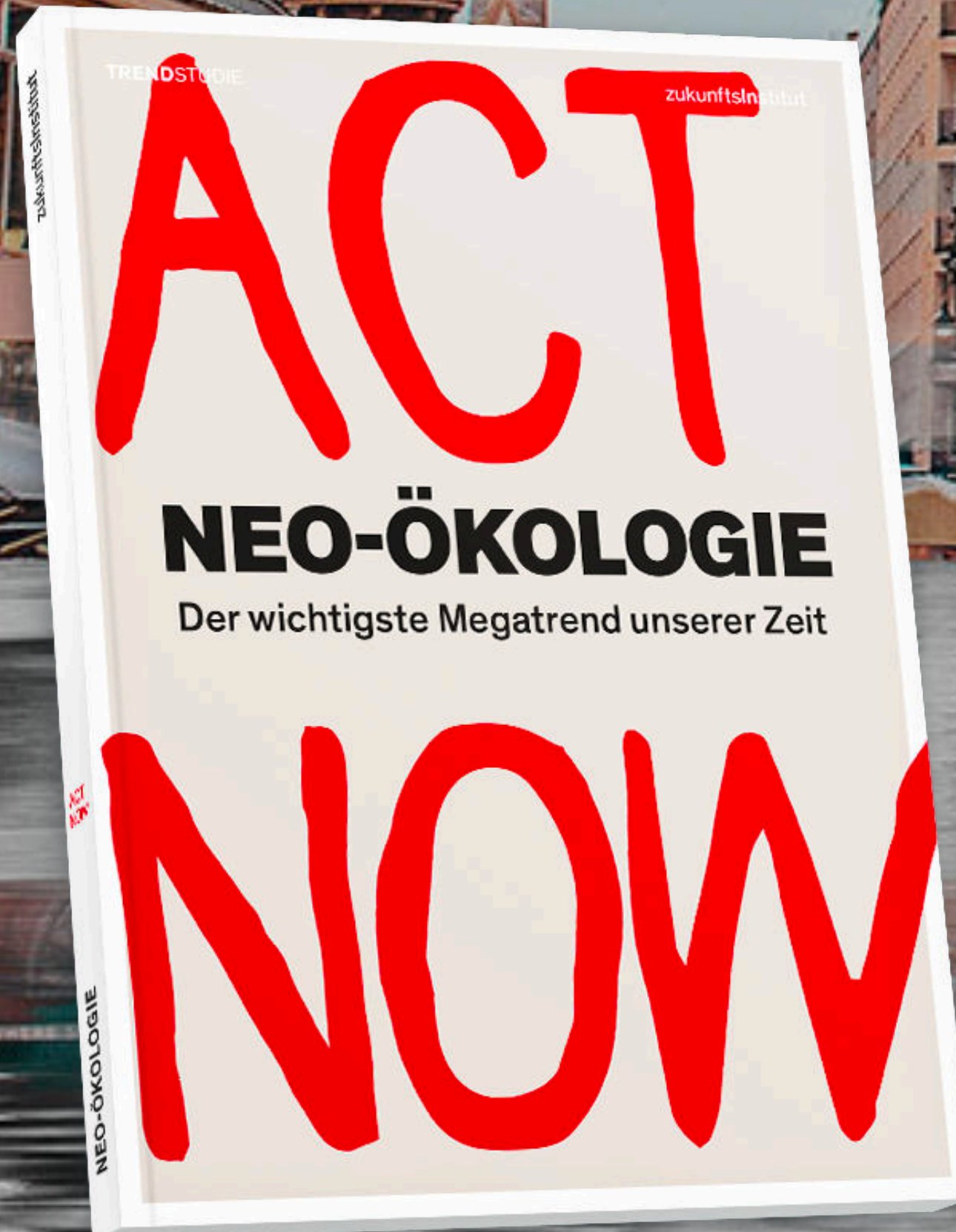


# UMGANG MIT ZUKUNFT



# FEEDBACK





Vorab-Auslieferung PDF  
voraussichtlich ab  
29.4.2020



zukunftsInstitut

# zukunftsInstitut

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

**MARCEL ABERLE**

[m.aberle@zukunftsinstitut.at](mailto:m.aberle@zukunftsinstitut.at) | +43-1-9434030-800