

OST

Ostschweizer
Fachhochschule

its VERMITTELT
TECHNOLOGIE.

22. Impulsveranstaltung

**Von Megatrends profitieren – Methodische Praxisansätze zur
erfolgreichen Positionierung & Gestaltung Ihres Unternehmens**

Prof. Dr. Lukas Schmid & Prof. Thomas Utz

Departement Technik / Abteilung Wirtschaftsingenieurwesen

Was ist ein Trend?

«Er ergibt sich, wenn eine bestimmte Masse von Unternehmen, Personen oder Meinungsführern (relativ zu ihrer jeweiligen Gesamtzahl) einer bestimmten Verhaltensweise oder Entwicklung unterliegt.» [Quelle: Trend Report, Redaktion und Zeitung für moderne Wirtschaft]



Sharing

Du brauchst ein Loch in der Wand und ich besitze eine Bohrmaschine, die ich gerade nicht benötige. Du kannst sie gerne benutzen, bis dein Bedürfnis erfüllt ist und gibst sie mir danach im selben Zustand zurück.

Was kommt zuerst, die Prognose oder der Trend?

«In der **Trendforschung** kommt zuerst die Prognose. Man prognostiziert, dass eine bestimmte Verhaltensweise oder Entwicklung in der nächsten Zeit wichtig wird.» [Quelle: Trend Report, Redaktion und Zeitung für moderne Wirtschaft]



[Quelle: <https://capital.com/de/nio-aktie-prognose-2021-und-darueber-hinaus>]

Was nützt die Trendforschung?

«Märkte werden immer volatiler, das bedeutet auch, dass sie immer unberechenbarer werden. Wenn man als Unternehmen weiss, welche Produkte in den nächsten Jahren immer wichtiger werden, dann kann man seine Entwicklungsabteilung darauf hin einstellen.

Man unterscheidet Unternehmen, die kurzfristigen „**Hypes**“ folgen und Unternehmen, die Trends „**ahnen**“ oder „**setzen**“. Daher setzen Unternehmen verstärkt auf die Wissenschaft, um Produkte zu kreieren, die „**unique**“, also einmalig, sind und die dadurch Umsatzsicherheit bedeuten»

[Quelle: Trend Report, Redaktion und Zeitung für moderne Wirtschaft]



[Quelle: https://www.tesla.com/de_CH/supercharger]

Was kann die Trendforschung?

Die Trendforschung liefert **keine Antworten** wie die klassische Beratung.

Sie **öffnet** vielmehr **Blickwinkel**.

Im Zentrum stehen:

- **Inspiration**
- **Irritation**
- **Integration**

[Quelle: <https://www.marktding.de/innovation/innovationen-unternehmen-umsetzen/>]



«Phantasie ist wichtiger
als Wissen, denn Wissen
ist begrenzt.»

[A. Einstein]

Arten von Trends

Megatrends sind grossflächige, überall vorkommende Veränderungen, welche ganze Gesellschaften, Technologien oder ökonomischen Grundzyklen betreffen und mind. 30 bis 50 Jahre andauern.

Makrotrends sind mittelfristige Veränderungsprozesse im Bereich von 10 bis 15 Jahren, die ihren Kern in sozialen Prozessen und Organisationsformen haben (Lebensgefühle von Menschen, Wertorientierungen, Bedürfnisstrukturen, Wünsche).

Mikro-/Markttrends sind eher kurzfristige (rund 5 Jahre dauernde) verbraucher- und marktbezogene Trendentwicklungen, die durch medialen Einfluss verstärkt werden.

Megatrends vom Zukunftsinstitut



- Individualisierung
- Gender Shift
- Silver Society
- Wissenskultur
- New Work
- Gesundheit
- Neo-Ökologie
- Konnektivität
- Globalisierung
- Urbanisierung
- Mobilität
- Sicherheit

Die Wirtschaft nach Corona

Die Pandemie hat einige der 12 Megatrends befeuert, einige ausgebremst und die Stoßrichtung wieder anderer Megatrends verändert.

Megatrend Individualisierung:

Im Kern bedeutet Individualisierung die Freiheit der Wahl, aber ihre Auswirkungen sind komplex und bringen sowohl scheinbare Gegentrends wie eine Wir-Kultur als auch neue Zwänge hervor. Vor allem während der Corona-Krise wurden Solidarität und Gemeinschaft zunehmend wichtiger als Abgrenzung und Individualität – so hat die Pandemie den Shift hin zur **Post-Individualisierung** weiter befeuert.

Quelle: www.zukunftsinstitut.de

Die Wirtschaft nach Corona

Megatrend Silver Society:

Corona war ein Backlash für diesen Trend zum Free Aging: „Alter“ wurde plötzlich gleichbedeutend mit „**Risikogruppe**“.

Megatrend Wissenskultur:

Die Pandemie hat Bildung endgültig **digitalisiert**, kooperative und dezentrale Strukturen zur Wissensgenerierung vorangetrieben und innovatives Denken angekurbelt.

Quelle: www.zukunftsinstitut.de

Die Wirtschaft nach Corona

Megatrend New Work:

New Work stellt die Potenzialentfaltung eines jeden einzelnen Menschen in den Mittelpunkt: In Zukunft geht es um die gelungene Symbiose von Leben und Arbeiten. Die Corona-Krise erweist sich hier als wahrer Trendbeschleuniger, der unsere Arbeitswelt **agiler, flexibler** und **digitaler** macht – ein Effekt, der von Dauer sein wird.

Megatrend Gesundheit:

Corona hat den Fokus unseres Gesundheitsverständnis als endloses Selbstoptimierungsprojekt zurück auf den Boden der Tatsachen geholt. Gesundheit wird wieder stärker als die **Abwesenheit von Krankheit** gesehen – und als etwas, das nicht allein das Individuum betrifft.

Quelle: www.zukunftsinstitut.de

Von der Trendidentifikation zur Innovation

vier Schritte:

1. Trends erkennen

Welche Veränderungen lassen sich beobachten?

2. Trends filtern

Welche Entwicklungen sind am wichtigsten?

3. Trends bewerten

Welche Veränderungen lassen sich nutzen?

4. Trends umsetzen

Welche Ideen lohnt es sich zu realisieren?

Trends erkennen

- **Analysieren:** Scanning
 - Auswerten von Tagesmedien nach Trends
 - Sinne schärfen für «schwache Signale»
- **Beobachten:** Trendscouting
 - An den Ort des Geschehens «reisen» und Inputs aufnehmen
- **Befragen:** Delphi-Panel
 - strukturierte Befragung von Experten
 - Zusammenarbeit mit Zukunftsinstitutionen

Trends filtern

- **Schritt 1:** Bezug zum Unternehmen herstellen

Megatrend	Kunden	Wettbewerb	Technologie	Recht	Ideen

Trends filtern

- **Schritt 2:** Chancen und Risiken für das Unternehmen finden

Megatrend	Key Facts	Chancen	Risiken	Relevanz	Zeitraum	Priorität
Globalisierung						
Digitalisierung						
Individualisierung						
Mobilität						
Neo-Ökologie						
Gesundheit						
Alterung						
Bildung						
New Work						
Frauen						

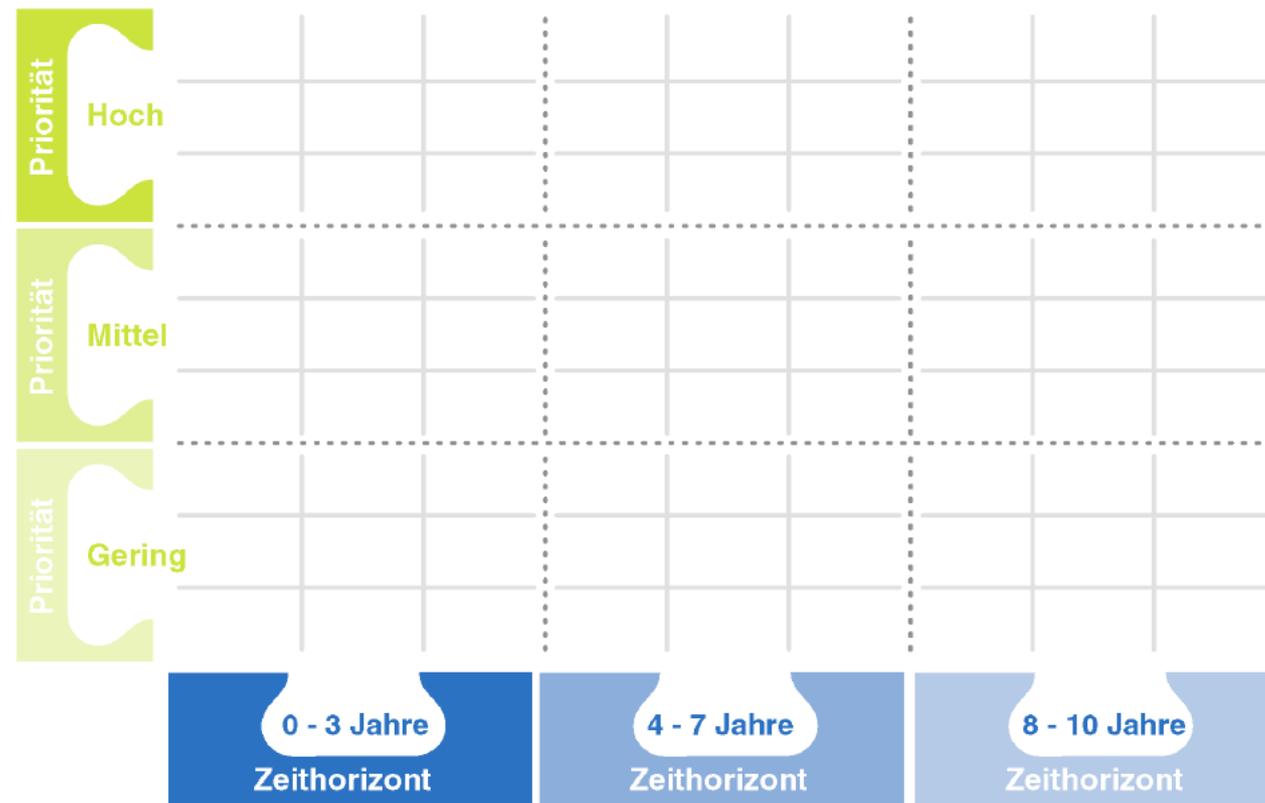
Trends bewerten

- **Schritt 3A:** Trends in Bezug zu den Geschäftsprozesse setzen

Megatrend Top Five	Produkt	Services	Distribution	Lieferanten/ Partner	Ideen

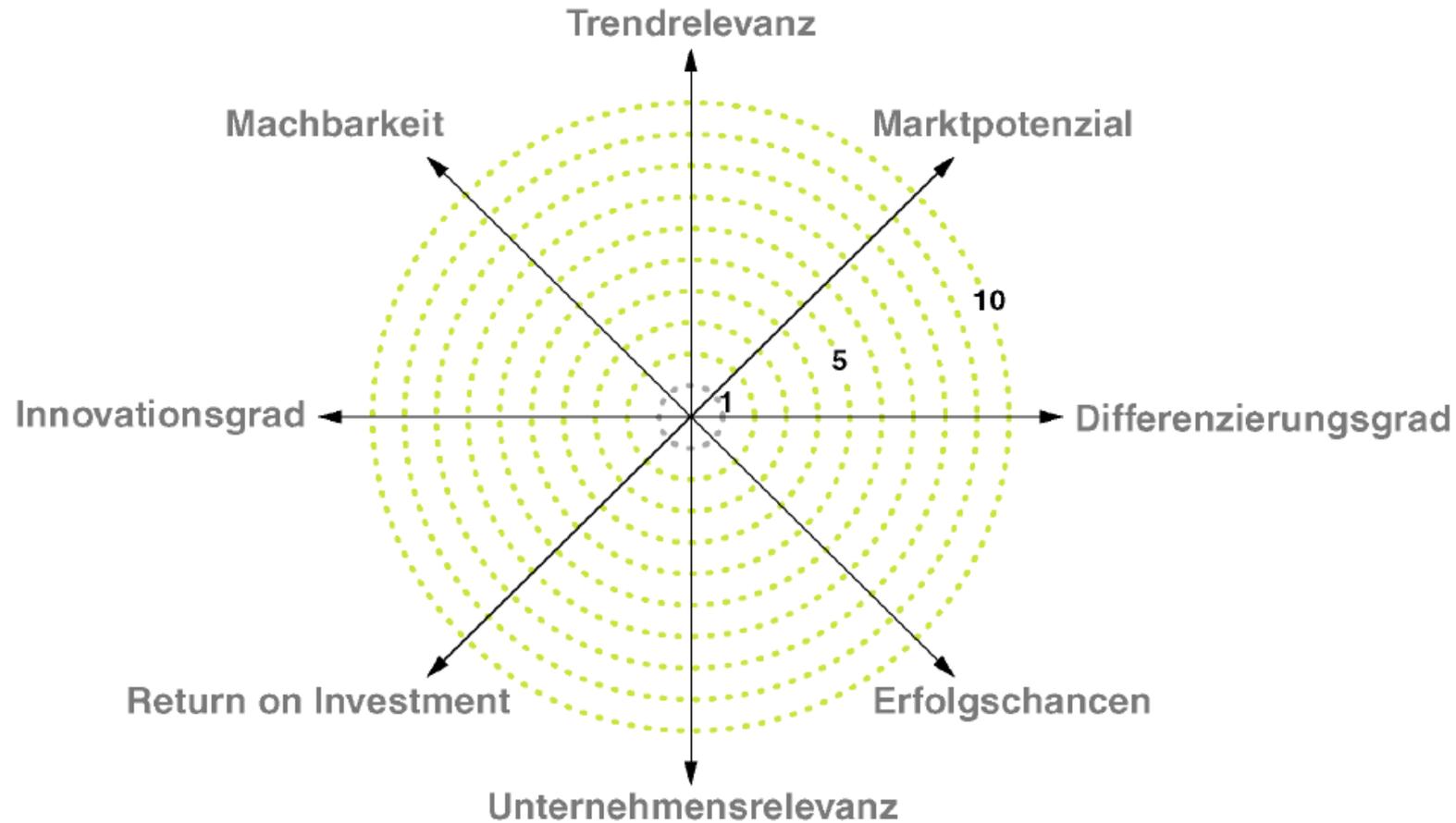
Trends bewerten

- **Schritt 3B:** Suchfelder für Strategien und Produkte festlegen (Trendportfolio)



Trends umsetzen

- Zukunftsfitness messen



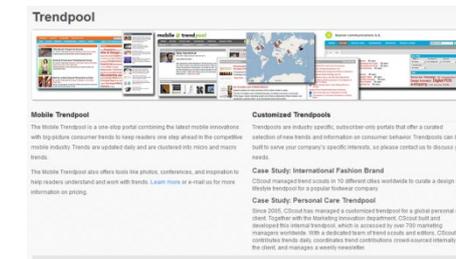
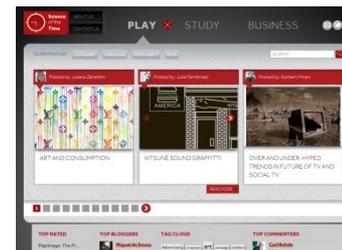
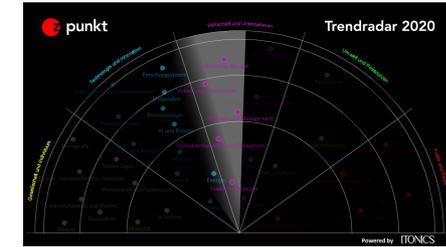
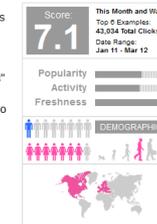
Trenddatenbanken als Inspirationsquellen

- Trendexplorer
- zTrenddatenbank
- Trend Hunter Pro
- Springwise
- Futurnet
- Trendwatching
- Trendpool
- Science of the time
- ...



SAMPLE PRO TREND - Subscribe to access 14891 more >
Industrial Chic
 Accessories get a stylish manufacturing-inspired spin

Implications - Fashion designers are taking a cue from architects and furniture designers and infusing accessories like bags and jewelry with an industrial twist. There is something very stylish about raw, unfinished materials and industrial design, so it's no surprise that fashionistas are snatching these "industrioussories" up. Crafted of building materials like rope, plywood and more, these designs offer the modern fashion consumer an edgy way to spice up their ensembles.



springwise.com
 YOUR ESSENTIAL FIX OF ENTREPRENEURIAL IDEAS

IDEA DATABASE

Browse 4005 new business ideas by industry

All the innovations that we've covered can be found in our Idea Database. Simply click on an industry below to browse our archives.



Beispiel: Trendexplorer

The screenshot shows the TREND EXPLORER website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'TREND EXPLORER' on the left and 'Hilfe DE' and a user profile icon 'LS' on the right. Below the navigation bar is a search bar with the placeholder text 'Suchtext eingeben' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a link 'Mehr Suchoptionen'. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a section titled 'DIE NEUESTEN MICRO-TRENDS' with three items, each featuring a small image, a date '9. September 2021', a title, and a 'ZUM TREND >' button. The items are: 'Leichtbaustrukturen aus Naturfasermaterialien', 'System schützt mobile Privatsphäre', and 'Online-Gaming für Jugendliche stark limitiert'. Below this is a section titled 'TRENDING TOPICS - KURATIERTE RECHERCHEN' with four cards: 'Social Media Zeitgeist', 'AI goes to Hollywood', 'Robotic Process Automation (RPA)', and 'Targeted Empowerment'. On the right side, there is a section titled 'HIER ZUM NÄCHSTEN TRENDCALL ANMELDEN!' with a text block and a 'Trendcall Anmeldung' button. Below this is a section titled 'AKTIVE RECHERCHEN' with a count of '39' and a list of active researches: 'Favorites' (0), 'Tosam' (32), and 'Hawa Rethink your space' (29).

[Quelle: <https://www.trendexplorer.com/de/>]

In die Zukunft blicken



[Quelle: Shutterstock.com/eelnosiva]

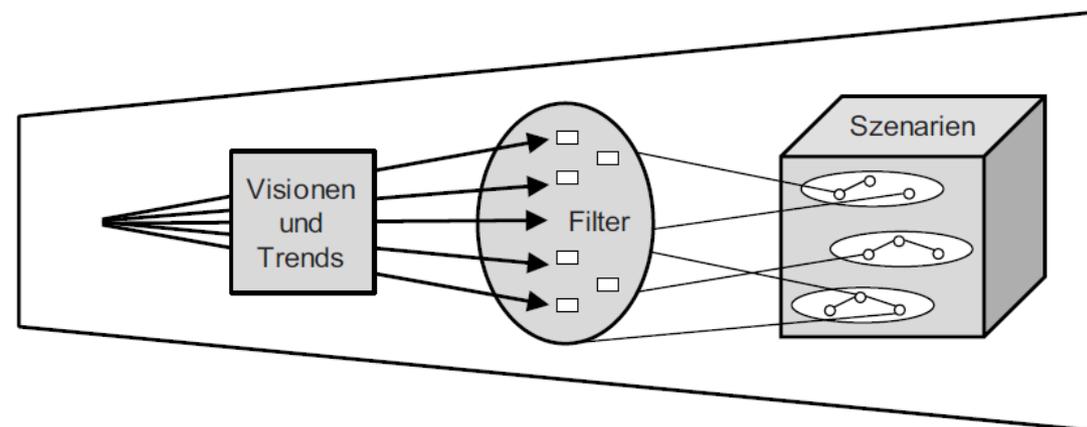
Grundmethoden der Zukunftsforschung

- **Kontext-Analyse:** Monitoring oder Scanning-Prozesse für die Suche nach «schwachen Zeichen» oder Wild-Cards für Trendbrüche.
- **Trend-Scouting:** Nutzung klassischer Rapport-Techniken zur Früherkennung wiederkehrender Muster der Alltags- und Konsumkultur.
- **Cross-Innovations-Methode:** Innovationsentwicklung durch die interdisziplinäre Verknüpfung von Produkten, Services und Trends.
- **Szenario-Technik:** Entwicklung von Langfristmodellen in alternativer Möglichkeitsformen.
- **Delphi-Methode:** Frage oder prognostische Aufgabe wird von einem Expertensystem beantwortet.

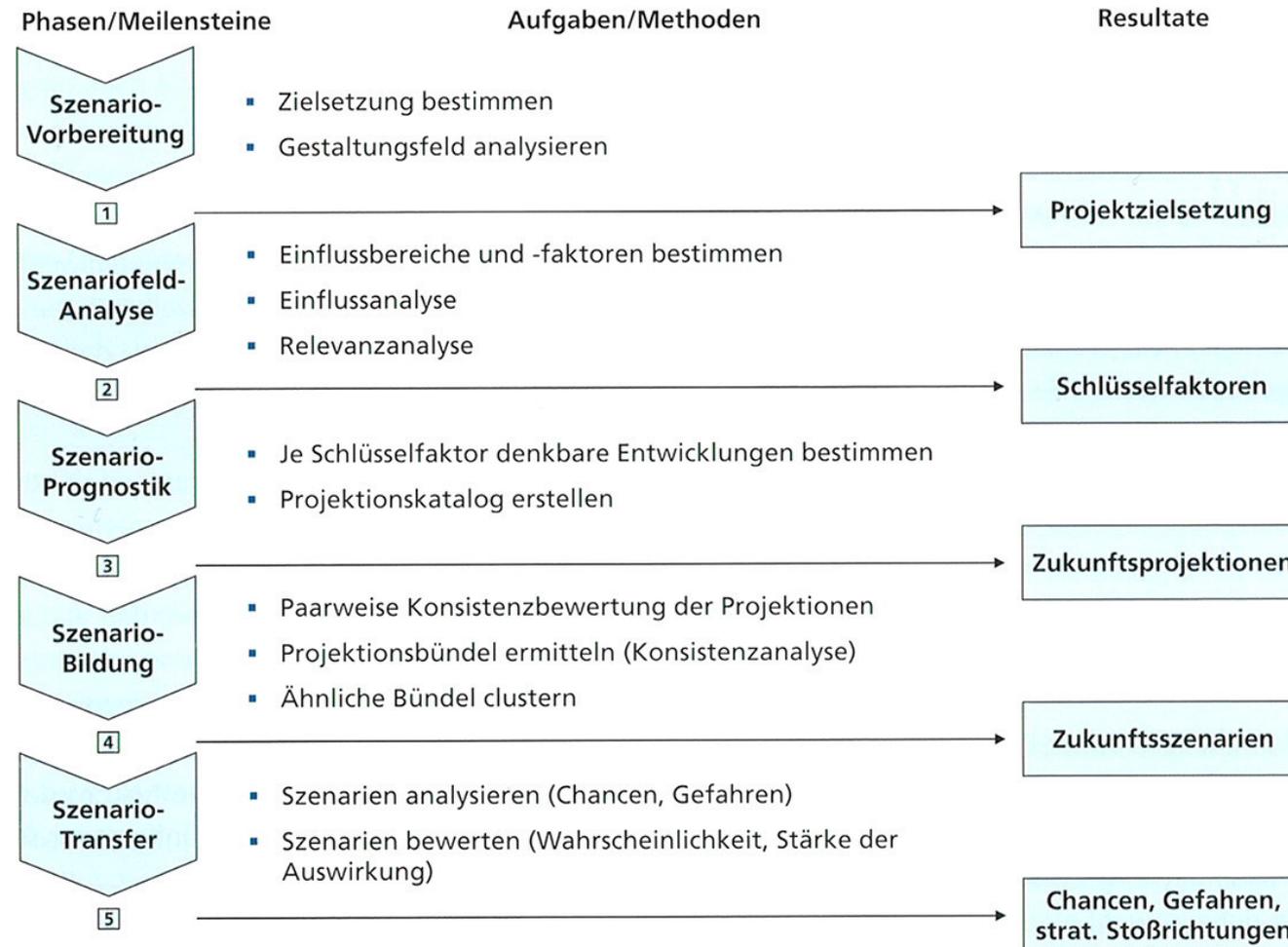
Szenario-Technik

Szenario: allgemein verständliche Beschreibung einer möglichen Situation in der Zukunft, die auf einem komplexen Netz von Einflussfaktoren beruht

Szenario-Technik: aufzeigen von realistischen, zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten bei relativ grosser Unsicherheit und Abhängigkeit von bestimmten Rahmenbedingungen



Phasen der Szenariotechnik



Delphi-Methode

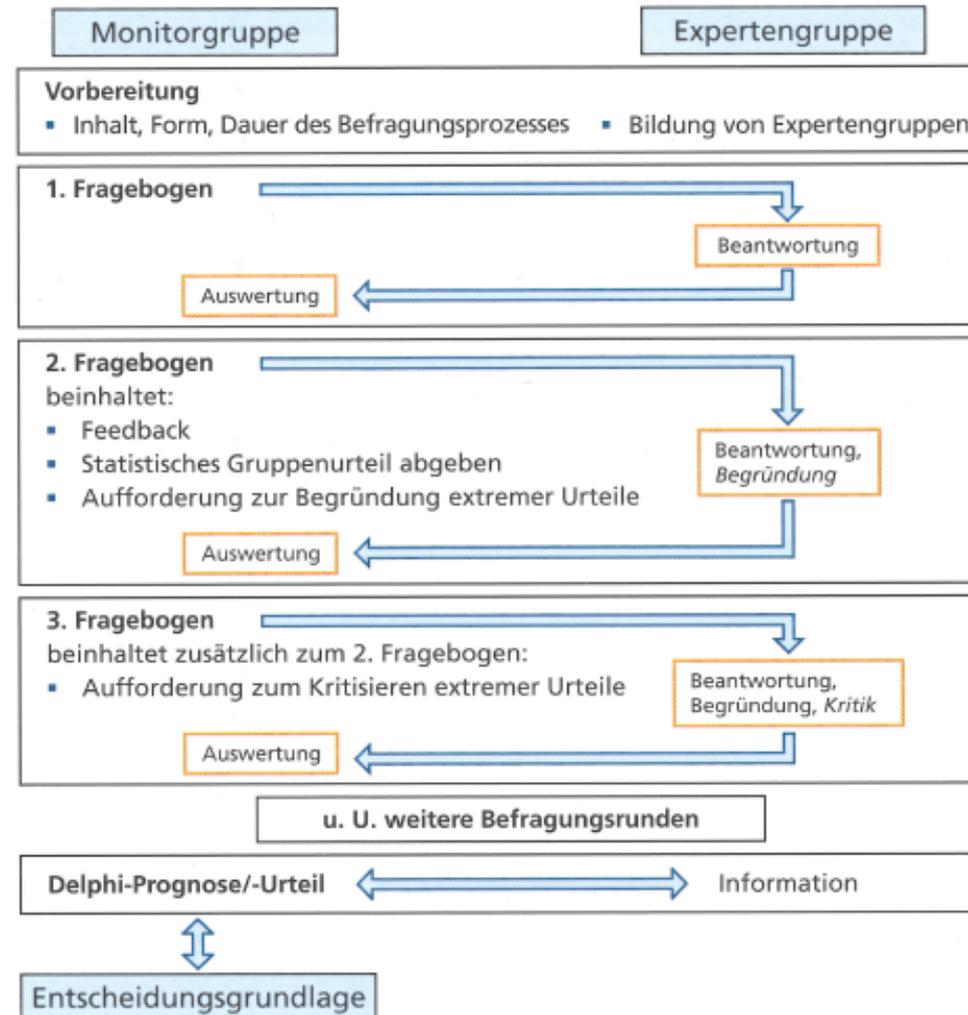
Methodik: mehrstufiger, formalisierter Befragungsprozess, bei dem ein Panel aus mehreren, untereinander anonymen, Experten, die zukünftigen Entwicklungen in Bezug auf eine Technologie einschätzen



Ursprung: amerikanische «Denkfabrik» RAND (Research and Development) in den 50er Jahren im Auftrag der US-Luftwaffe

Ziel: Richtung und Geschwindigkeit zukünftiger Entwicklungen und deren Auswirkungen auf eine bestimmte Domäne abzuschätzen

Delphi-Methode



Praxisbeispiel: Siemens, FESTO, etc.



Zukunftsillusion



Kritikpunkte der «populären» Trendforschung

- Fokus auf Konsumenten unter Vernachlässigung der (z.B. sozialen) Rahmenbedingungen
- Es werden nur gegenwärtige Entwicklungen beschrieben (nur geringer Gewinn gegenüber der Marktforschung)
- Trends werden journalistisch anhand von Recherchen ermittelt (nicht z.B. systematisch), was einen Erwartungseffekt (aktive Suche nach Bestätigungen, nicht nach Widersprüchlichem) provoziert
- Einzelne Beobachtungen (z.B. Verhalten von Jugendlichen, eigenes Empfinden ggü. Innovationen) werden vorschnell als zukünftige Entwicklungen interpretiert

Kritikpunkte der «populären» Trendforschung

- Die (Eigen-)Dynamik von Entwicklungen wird nicht erfasst (z.B. eine mögliche Gegenbewegung), ein lineares Denk-Modell wird der komplexen (nicht-linearen) Gesellschaft nicht gerecht
- Interdependenzen mit anderen Entwicklungen werden nicht beachtet (Szenarioanalyse)
- Trendforschung muss sich auf Publikums-Märkten (z. B. Print-Produkte, Seminare, Zitationen) verkaufen, dabei haben spektakuläre Visionen eine größere Chance, sich zu verkaufen.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

IDEE Institut für Innovation, Design und Engineering

Rosenbergstrasse 59
CH-9001 St. Gallen

058 257 12 90

idee@ost.ch

www.ost.ch/idee



15. Ostschweizer Innovationstagung

4. Mai 2022