Trendradar

Ein Tool zur strategischen Frühaufklärung.

Die **strategische Frühaufklärung** befasst sich mit möglichen Veränderungen im Unternehmensumfeld. Im Kern geht es darum, (Mega-)Trends und Treiber des Marktes sowie neue Technologien **frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und zu entscheiden**, inwieweit diese für ein Unternehmen relevant sind.
Geschäfts- und Branchenumfelder verändern sich immer schneller und werden komplexer. Veränderungen frühzeitig zu erkennen, kann entscheidend für strategische Entscheidungen sein.

Die Einschätzung und Bewertung einzelner Trends bedarf einiger Aufmerksamkeit. Nicht jeder Trend, nicht jede neue Entwicklung hat die gleiche Relevanz. Einiges wird für Ihr Unternehmen wesentlich sein, anderes betrifft Sie vielleicht nur in geringem Maße oder hat vorerst keinerlei Auswirkungen. Der Zeithorizont richtet sich dabei nach den Bedürfnissen des Unternehmens.
Das Ziel bei der Erstellung eines Trendradars soll auf alle Fälle sein, über den zeitlichen Rahmen der üblichen Geschäftsplanung hinauszublicken.
Wir empfehlen die Visualisierung in einem Trendradar. Dabei handelt es sich um eine übersichtliche Darstellung von Trends und Treibern in einem (Halb-)Kreis.
Diese Darstellungsform verschafft Klarheit über die Einflussbereiche einzelner Trends sowie deren Wechselwirkungen und Entwicklungschancen.

In der Regel erfolgt die Klassifizierung entlang verschiedener **Dimensionen**. Im Folgenden eine Auswahl gängiger Dimensionen:

- Zeithorizont (z. B. 3 Jahre, 3 bis 5 Jahre)
- Relevanz (z. B. gering, mittel, hoch)
- Attraktivität (z. B. gering, mittel, hoch)
- Faktoren des Makro-Umfelds (politisch, rechtlich, ökologisch, sozial, technologisch, wirtschaftlich)
- Stadium (z. B. aufstrebend, schwankend, reifend, etabliert)
- Etablierungszeitraum (z. B. kurz-, mittel-, langfristig)

Die Zukunft lässt sich zwar nicht vorhersagen, ABER ein Trendradar bietet eine **Entscheidungs- und Orientierungshilfe**, fungiert gleichzeitig als **Frühwarnsystem** und kann eine Grundlage für die strategische Weiterentwicklung Ihres Unternehmens darstellen.

Quellen: Vahs, D.; Brem, A. (2015): Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 5. überarbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. trendexplorer.com; itonics-innovation.com

AUF EINEN BLICK

1 Dimensionen festlegen

Verwenden Sie das beiliegende Arbeitsblatt und legen Sie ein bis zwei Dimensionen im Koordinatensystem fest. Weitere können über die Variation von Farben, Symbolen oder der Größe berücksichtigt werden. Ebenso können weitere Unterteilungen in Teilsegmente vorgenommen werden.

2 Recherche und Trends einordnen

Ordnen Sie die recherchierten und relevanten Trends und Treiber im Trendradar entsprechend ein. So erhalten Sie einen groben Überblick, welche Bedeutung einzelne Trends für Ihr Unternehmen haben und welche Sie in den nächsten Jahren verstärkt beobachten sollten. Denken Sie daran, dass Schlagworte und Buzzwords nicht immer selbsterklärend sind und fügen Sie gegebenenfalls eine prägnante Erklärung hinzu.

3 Maßnahmen ableiten

Leiten Sie aus dem Trendradar konkrete Maßnahmen ab. Ernennen Sie Verantwortliche, verteilen Sie Aufgaben bzw. vergeben Sie Innovationsprojekte.

4 Keine einmalige Sache

Trends verändern sich mit der Zeit–neue kommen hinzu, bestehende gehen, einige bleiben. Sichten Sie regelmäßig Ihr Trendradar und bringen Sie es auf den neuesten Stand.

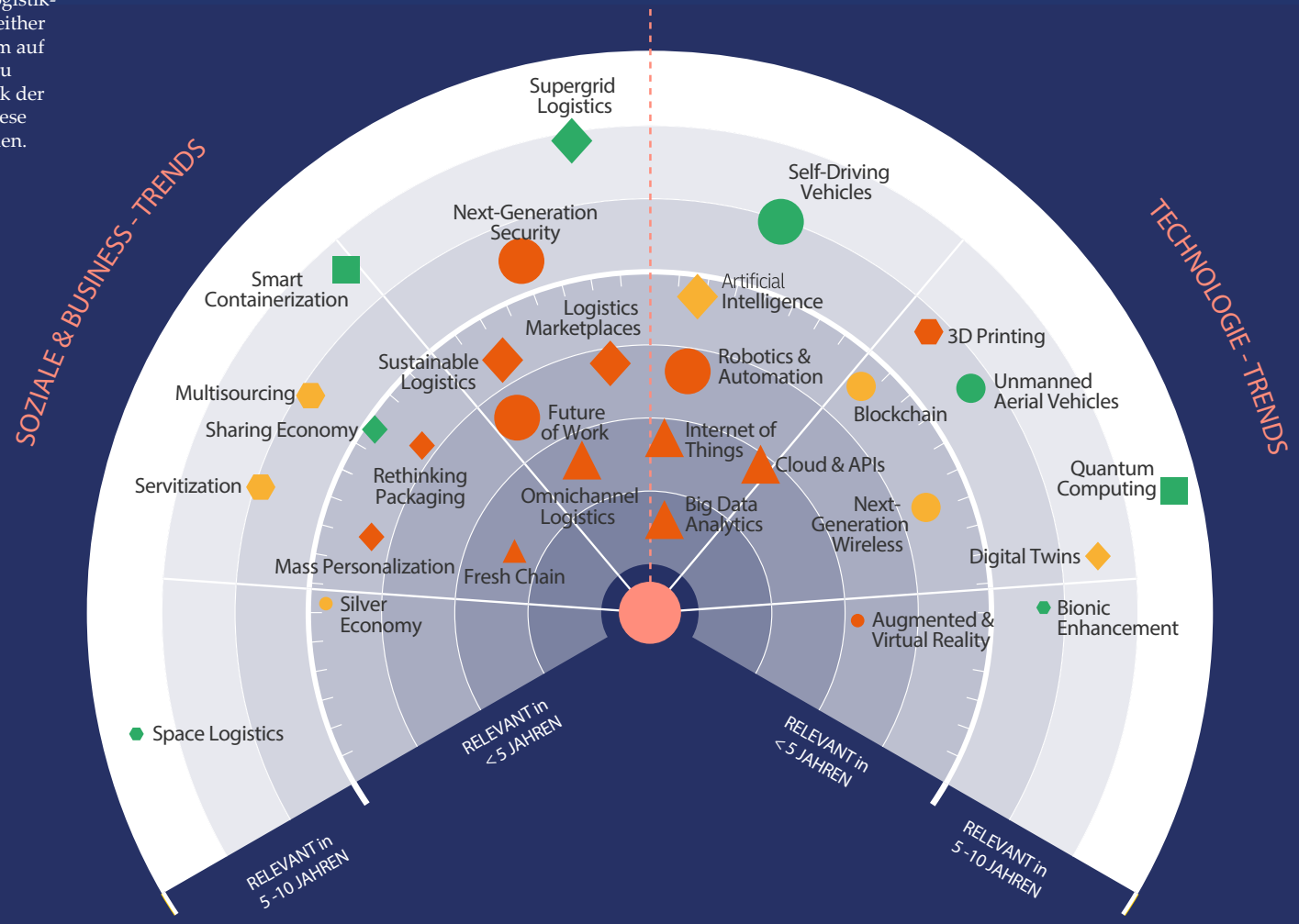
BEISPIEL

TRENDRADAR

Logistik-Trendradar angelehnt an DHL

Im Jahr 2013 hat DHL den Logistik-Trendradar entwickelt und seither kontinuierlich aktualisiert, um auf kommende Schlüsseltrends zu verweisen, die für die Logistik der Zukunft relevant sind und diese nachhaltig beeinflussen werden.

Quelle: dhl.com



Auswirkungen: Low, Medium, High

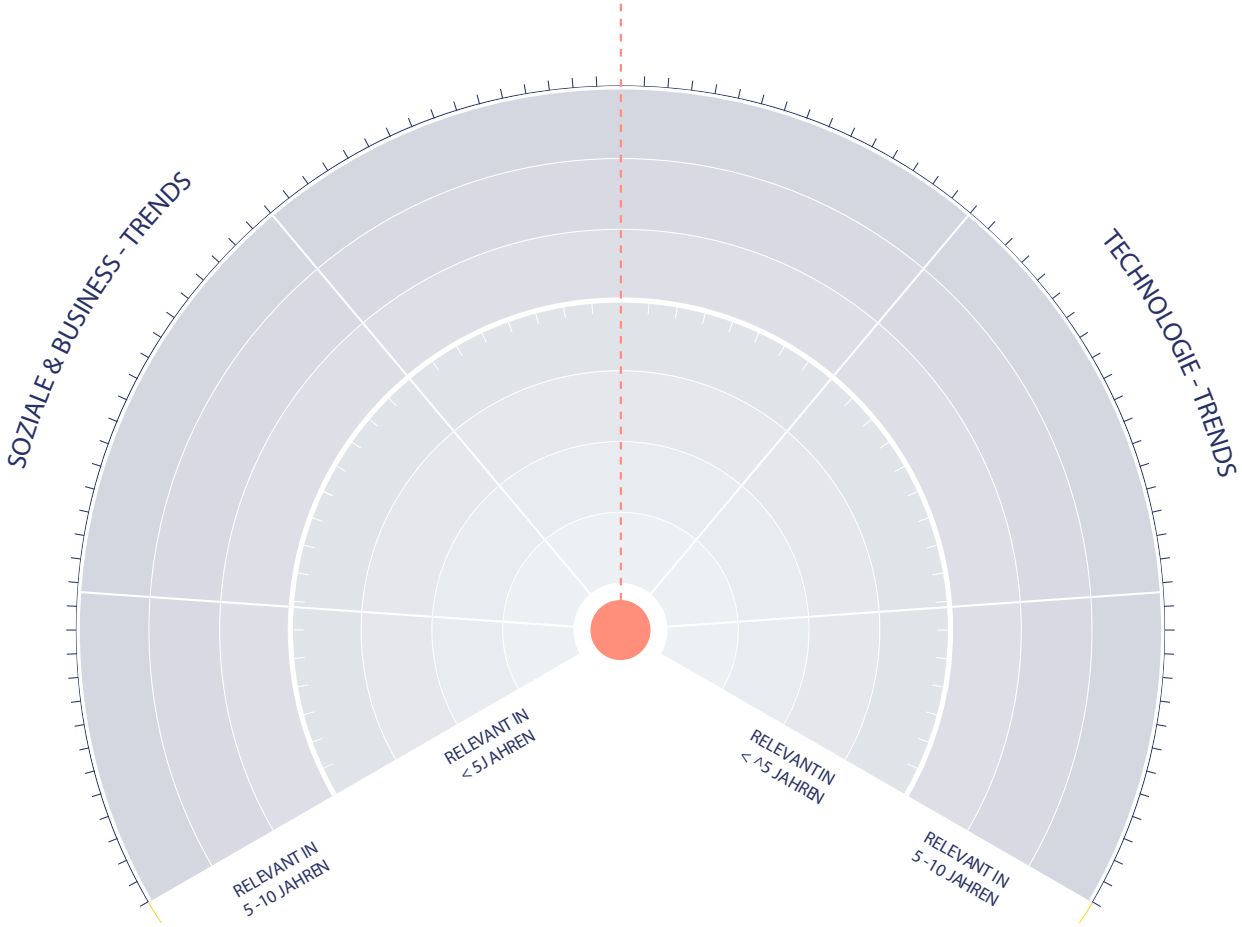
Reifegrad: Low, Medium, High

Umgang: parken, abwarten, vorbereiten, proaktiv sein, jetzt reagieren

ARBEITSBLATT

TRENDRADAR

Identifizieren Sie frühzeitige Innovationsmöglichkeiten für Ihr Unternehmen.



Auswirkungen
- Low
- Medium
- High

Reifegrad
- Low
- Medium
- High

Umgang
- parken
- abwarten
- vorbereiten
- proaktiv sein
- jetzt reagieren

Darstellung INNOLAB, angelehnt an DHL

Titel:

Autor oder Autorin:

Version:

KONTAKT

Lassen Sie uns gemeinsam an der Zukunft Ihres Unternehmens arbeiten.

RESTART-UP* FÜR UNTERNEHMEN

Wir unterstützen Sie beim RESTART und helfen Ihnen, bestehende Angebote zu erneuern, neue Produkte oder Services zu entwickeln oder Ihr Geschäftsmodell zu überdenken.

* Unter Restart-up verstehen wir den Prozess der kontinuierlichen Erneuerung und Weiterentwicklung von Unternehmen.

INNOLAB an der FH Campus 02

Körblergasse 126, 8010 Graz
T +43 316 6002 232 E office@innolab.at
W www.innolab.at

Eine Initiative der WKO STEIERMARK

unterstützt von Steiermärkische SPARKASSE