

TREND-MANAGEMENT

Anleitung zum systemischen Trend-Management in Unternehmen

..damit aus Trends und Ideen echte Leuchtturm-Innovationen werden...



TRENDMANAGEMENT LEITFADEN

Mag. Heidrun Girz, Future Business Designerin, © more-innovation 2024

MORE INNOVATION
HEIDRUN GIRZ CONSULT

In Kooperation mit dem Styrian Food Hub, SFG

 **SFG** 
STYRIAN FOOD HUB

VORWORT

Die Themen TRENDS, TREND- und INNOVATIONSMANAGEMENT stehen oft im Spannungsfeld von Visionen und Unternehmensstrategien. Trends können existierende Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen vor völlig neue Herausforderungen und unternehmensweite Entscheidungen stellen. Das geniale an Trends: sie sind bereits HEUTE erkennbar! Die Frage ist: wie gehen wir damit um?

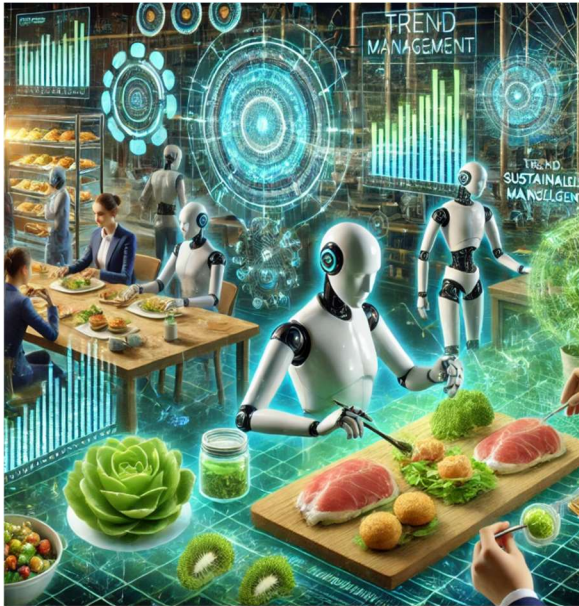


Abbildung 1: So könnte laut KI-Assistenz ein integriertes Trend-Management-System im Food-Bereich aussehen

Damit Unternehmen in der Lebensmittelwirtschaft in Zeiten von multidimensionalen, weitübergreifenden Veränderungen möglichst zukunftsichere und zielgerichtete Unternehmensentscheidungen treffen können, braucht es Wissen, Klarheit und Veränderungswillen. Dieser Trend-Management-Leitfaden wird Entscheidungsträgerin der Lebensmittelwirtschaft einen guten Überblick zur Planung und Umsetzung eines funktionierenden „Trend-Managements“ geben.

Viel Inspiration, Kreativität und Freude beim Trends scouten und innovieren wünschen,

Dr. Susanne Urschler
Leitung Styrian Food Hub
SFG - Steirische Wirtschaftsförderungsges.m.b.H.

Mag. Heidrun Girz
Future Business Designerin
more-innovation ® 2024

EINLEITUNG

Über Trend-Management, VUKA¹-Welten und die Zukunft zu sprechen, ist in aktuellen Zeiten ein sehr aufregendes und zugleich ein zunehmend polarisierendes Thema.

Wir befinden uns in einem **weltweit umgreifenden ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel**. Viele der Trends² prallen gleichzeitig auf uns ein. Wir müssen in der Lage sein, in für uns scheinbar unplanbaren Zeiten zu entscheiden, wo die Unternehmensreise hingeht. Heidrun Girz, Verfasserin der vorliegenden Arbeit meint: ohne integriertem Trend- und Innovationsmanagement können strategisch wichtige Entscheidungen inmitten der Food-Transformation heute fast nicht mehr zukunftssicher getroffen werden. Ein methodisch fundiertes Vorgehen möglicher Zukunftsszenarien kann heute Entscheidungen der Zukunft massiv verbessern.

Was ist ein Trend, welcher ist gekommen, um zu bleiben?

Zu Trends gibt es in der Literatur unterschiedliche Definitionen. Kurz gesagt, ist ein Trend eine Veränderung, die beobachtbar ist und einen zeitlich stetigen Verlauf vermuten lässt.

Entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette zeigen sich beinahe alle beteiligten Akteur:innen mit einer Neuordnung auf Grund von Trends konfrontiert. Gerüttelte Sourcing- und Lieferketten, verändertes Kauf- und Konsumverhalten, die weltweite Klimakrise, erhöhte Komplexität aufgrund von Multi-Krisen und Inflation stellen Unternehmen auf eine harte Probe; die Frage ist, wie es gelingen kann, die vielfältigen Veränderungen des Wandels rasch und möglichst treffsicher zu deuten, um die positiven Effekte des Wandels und der Transformation für eigene Organisation nutzbar zu machen?

Ein gut durchdachtes, **integriertes Trend- & Innovationsmanagement System** soll die Aufgabe erfüllen, jenen Trends zu folgen, welche die positiven Veränderungen im Sinne des wirtschaftlichen Unternehmenserfolges kurz-, **mittel- und langfristig** weisen. Nehmen wir die Chancen einzelner Trendströmungen in der Frühphase wahr und blicken auf damit verbundene, vielversprechende Potenziale und setzen wir damit die Segel für unseren, den **wettbewerbsentscheidenden Innovationsvorsprung!**

¹ VUKA: Begriff zu Volatilität, Unsicherheit, Komplexität, Ambiguität (=Mehrdeutigkeit)

² Trends: es existieren unterschiedliche Begriffe und Arten von Trends wie Mega-, Makro-, Mikrotrends, Gegentrends, Subtrends, Transformationen u.v.m.



Der vorliegende Leitfaden soll aufzeigen, warum integriertes Trend-Management so wichtig ist, was es braucht und wie Sie es als Startup, etabliertes KMU oder auch im konzernalen Verbund schaffen können, ein solches in Ihrem Unternehmen zu installieren. Aus der Expertise der Autorin liegt es keineswegs an einer bestimmten Technologie oder an einem zu geringen Budget; es liegt einzig und allein an uns selbst, Trends mit für uns verfügbaren Werkzeugen und Möglichkeiten in regelmäßigen, definierten Rhythmen zu beobachten, zu bewerten und diese in vielversprechende Innovations-Suchfelder und Leuchtturmprojekte der Zukunft überzuleiten. Desto besser organisiert, desto wirksamer!

Warum ist ein kontrollierter Umgang mit Trends so wichtig?

Der Umgang mit Food-Business Trends ist aus nachstehenden Gründen von Bedeutung:

1. Verändernde Verbraucherpräferenzen

Der Lebensmittelmarkt ist stark von sich wandelnden Verbraucherpräferenzen geprägt. Trends spiegeln die aktuellen Erwartungen und Bedürfnisse der Konsumenten wider, die sich beispielsweise in Bezug auf Gesundheit, Nachhaltigkeit oder Ethik ändern können. Unternehmen, die diese Trends verstehen und darauf reagieren, können ihre Produkte und Dienste besser anpassen und die Kundenzufriedenheit und -bindung erhöhen.

2. Wettbewerbsfähigkeit

In einem wettbewerbsintensiven Markt ist es unerlässlich, zeitnah auf Trends zu reagieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Unternehmen, die innovative Produkte oder Dienstleistungen passend zu aktuellen Trends anbieten, können sich von der Konkurrenz massiv abheben und auch Marktanteile gewinnen. Eine Unterschätzung oder Ignorierung von wichtigen Trends kann dazu führen, dass ein Unternehmen hinter die Konkurrenz zurückfällt bzw. durch innovationsfokussierte Unternehmen überhaupt an den Marktrand gedrängt wird. Gerade in aktuellen VUKA-Welten stellt sich manchmal die strategische Frage der generellen Zukunftsfähigkeit sowie jene von „veralteten Geschäftsmodellen“.

3. Markenimage und Reputation

Durch den Umgang mit relevanten Trends können Unternehmen ihr Unternehmens- und Markenimage enorm stärken. Verbraucher bevorzugen Marken, die ein tiefes Verständnis für ihre Anliegen zeigen, sei es in Bezug auf Gesundheit, Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung. Eine proaktive Positionierung in Bezug auf Trends und Innovation kann das Vertrauen der Verbraucher massiv erhöhen und die Markenloyalität und -treue fördern.

4. Innovationsförderung

Trends können als Katalysatoren für Innovationen dienen. Sie bieten wertvolle Einblicke in neue Produktideen, Servicekonzepte oder Geschäftsmodelle. Die Identifikation und Analyse von Trends unterstützt Unternehmen dabei, innovative Lösungen zu entwickeln, die auf den neuesten Marktanforderungen basieren und eine Nachfrage sicherstellen.

5. Nutzung neuer Geschäftschancen

Das systematische Erkennen neuer Trends eröffnet Unternehmen auch neue Geschäftsmöglichkeiten; sei es durch die Einführung neuer Produkte, das Erschließen neuer Märkte oder die Partnerschaft mit anderen Unternehmen, die bereits im Trend liegen. Trends können vor allem auch eine Quelle für Inspiration und kreative Ansätze sein, um neue Einnahmequellen zu schaffen.

6. Risikominimierung

Das Verständnis von Trends ermöglicht es Unternehmen, Risiken besser zu managen, indem sie frühzeitig auf Veränderungen im Verbraucherverhalten oder in der Branchenlandschaft reagieren, können sie potenzielle Rückschläge vermeiden und sich schneller anpassen, wenn unerwartete Herausforderungen auftreten.

7. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung

Immer mehr Verbraucher legen Wert auf nachhaltige und ethisch produzierte Lebensmittel. Unternehmen, die diesen Trend ernst nehmen und transparent in ihren Prozessen entlang der Wertschöpfungskette sind, können das Engagement der Verbraucher in ihre Marke erhöhen und den Druck verringern, der durch eine zu hohe Marktabhängigkeit sowie auch durch negative öffentliche Wahrnehmung entstehen kann.

Fazit: Insgesamt ist der Umgang mit Trends im Food Business nicht nur wichtig, sondern entscheidend für den mittel- und langfristigen Erfolg eines Unternehmens. Die Fähigkeit, Trends zu erkennen, zu analysieren und darauf zu reagieren, ermöglicht es Unternehmen, relevant, anpassungsfähig und innovationsfähig zu bleiben. Unternehmen, die Trends aktiv verfolgen und in ihre Geschäftsstrategien integrieren, sind gesamt besser positioniert, um in einem dynamischen und sich ständig verändernden Markt erfolgreich zu sein.



Impuls-Frage:

Wie innovativ ist mein Unternehmen?

- Welche **Trends** gibt es überhaupt?
- Welchen Stellenwert hat das Thema **Zukunft** bei uns?
- Gibt es eine verantwortliche **Person** bei uns im Unternehmen?

MORE INNOVATION

Was braucht ein funktionierendes Trend-Management-System?

Um ein funktionierendes Trendmanagement-System in Ihrem Unternehmen zu implementieren, müssen Sie mehrere wichtige Komponenten und Schritte beachten:

1. **Zieldefinition:** Definieren Sie klar, welche Ziele Sie und Ihr Unternehmen – respektive Ihre Fachabteilung - mit dem Trendmanagement erreichen möchten: z.B. Verbesserung der Produktentwicklung, bessere Marktforschung, die Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen oder/und eine proaktive Innovationskultur.
2. **Teamzusammensetzung:** Stellen Sie ein interdisziplinäres (=multi-funktionales) Team zusammen, das verschiedene Perspektiven einbringt: Marketing, Produktentwicklung, Supply Chain Management, IT, Controlling, Vertrieb, Human Resources, Forschung und Entwicklung, Business Development usw.

3. **Datenquellen:** Identifizieren Sie relevante Datenquellen für Ihre Trendforschung: z.B. Marktanalysen, Trendberichte, Statistiken, soziale Medien, branchenspezifische Berichte sowie vor allem auch Kunden- und Konsumentenfeedback.
4. **Tools und Software:** Wählen Sie dafür geeignete Tools (xls.) oder Softwarelösungen zur Datensammlung, Analyse und Visualisierung von Trends. Dies könnten unterschiedlichste Werkzeuge und Tools wie auch Datenanalyse-Software oder, je nach Unternehmensgröße und Budget, eigens dafür spezialisierte Trendforschungsplattformen oder Innovationtalks mit geladenen Expert:innen sein.
5. **Prozesse und Methodik:** Entwickeln Sie standardisierte Prozesse zur Identifikation, Analyse und Bewertung von Trends. Nutzen Sie bekannte Methoden wie SWOT-Analysen, PEST-Analysen oder Szenario-Planungstools.
6. **Monitoring und Reporting:** Implementieren Sie ein kontinuierliches Monitoring-System, um relevante Trends in Echtzeit zu verfolgen. Stellen Sie sicher, dass regelmäßig Berichte erstellt werden, um wichtige Erkenntnisse zu kommunizieren.
7. **Schulung und Sensibilisierung:** Schulen Sie Ihre Mitarbeiter:innen in der Nutzung des Systems (auch bekannte Standardsysteme bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten) und sensibilisieren Sie diese für die Bedeutung und Relevanz des Trendmanagements.
8. **Feedback-Mechanismen:** Richten Sie Feedback-Mechanismen ein, um das System kontinuierlich zu verbessern und die Relevanz von gesammelten Informationen sicherzustellen.

Indem Sie diese Schritte befolgen, können Sie ein effektives Trendmanagement-System in Ihrem Unternehmen implementieren, das Ihnen hilft, Chancen und Herausforderungen frühzeitig zu erkennen, um diese dann auch für Ihr Unternehmen nutzen zu können.

Wie identifiziere ich Trends?

Trends zu identifizieren ist ein wichtiger Teil des Trendmanagements und kann durch verschiedene Methoden und Ansätze erfolgen. In der Folge finden Sie einige effektive Strategien, um Trends zu erkennen:

1. Marktforschung:

- Führen Sie Umfragen und Interviews mit Kunden (B2B, B2C) durch, um deren Meinungen und Bedürfnisse besser zu verstehen.

- Analysieren Sie bestehende Marktanalysen und Studien, um Veränderungen im Verbraucherverhalten zu ermitteln.

2. Datenanalyse:

- Nutzen Sie Datenanalysetools, um Verkaufsdaten, Nutzerdaten und andere relevante Informationen zu untersuchen und relevante Muster zu erkennen.
- Verfolgen Sie Metriken über die Zeit hinweg, um auffällige Entwicklungen zu identifizieren. Dies kann z.B. anhand eines Radars mit Zeitfaktor erfolgen.

3. Beobachtung der Konkurrenz:

- Analysieren Sie, was Wettbewerber machen, und erkennen Sie, welche Strategien Erfolg haben. Achten Sie auf deren Positionierung, Produktlinien, Marketingkampagnen und Markteinführungen.

4. Social Media und Online-Trendwatching:

- Nutzen Sie soziale Medien, um die Gespräche und das Engagement der Nutzer zu verfolgen. Plattformen wie Twitter, Instagram und TikTok können wertvolle Einblicke in aktuelle Trends geben.
- Verwenden Sie Tools wie Google Trends oder andere, um zu sehen, welche Themen und Produkte an Popularität gewinnen.

5. Influencer und Meinungsführer:

- Beobachten Sie, welche Produkte und Ideen von Influencern und Meinungsführern gefördert werden. Oft beeinflussen sie Trends maßgeblich. Da sollten sie unbedingt „andocken“.

6. Branchenspezifische Events und Messen:

- Nehmen Sie an Fachmessen, Konferenzen oder Webinaren teil, um neue Entwicklungen und innovative Ideen zu entdecken. Teilen Sie Ihre Erkenntnisse und neues Wissen intern mit Ihren Kolleg:innen und Vorgesetzten. Idealerweise haben Sie bereits ein Innovationsteam installiert.

7. Kreativitätstechniken:

- Verwenden Sie kreative Methoden wie Brainstorming, Mind-Mapping, Design Thinking, Morphologische Kasten oder SWOT-Analysen, um neue Ideen zu generieren und potenzielle Trends zu erkunden und auch zu bewerten. Oft hilft ein Flipchart, ein paar Post-it und bunte Stifte. Diskutieren

Sie Trends in einem Fokusteam und lassen Sie erste Bewertungen einfließen.

- Holen Sie aber auch externe Unterstützung in Form von Expert:innen, Moderator:innen oder Innovationsexpert:innen dazu, die Sie bei der Auswahl eines für Sie passenden Prozesses und in der Kreativitäts- und Innovationsmethodik professionell einführen und ein Stück weit im Aufbau und in der Umsetzung begleiten.

8. Technologische Entwicklungen:

- Behalten Sie technologische Innovationen im Auge, da neue Technologien oft neue, bahnbrechende Trends anstoßen. Analysieren Sie, wie technologische Fortschritte verschiedene Branchen beeinflussen.

9. Kulturelle und gesellschaftliche Veränderungen:

- Achten Sie auf gesellschaftliche Veränderungen, Werte und Normen, die das Verhalten der Verbraucher und die Marktlandschaft beeinflussen können.

Durch die Kombination dieser Methoden können Sie ein umfassendes Bild der aktuellen und zukünftigen Trends in Ihrem Bereich bzw. für Ihr Unternehmen entwickeln.



Impuls-Frage:

Welcher Zukunftstrend spielt mir in die Karten?

- Welcher Trend ist gerade unsere Stärke?
- Wie nutze ich diese Stärke für unser Unternehmen?
- Gibt es Kooperationschancen in meinem Netzwerk?

MORE INNOVATION

Was ist ein Trendradar und wie funktioniert dieser?

Ein Trendradar ist ein visuelles Werkzeug, das dazu dient, Trends, Entwicklungen und Veränderungen in einem bestimmten Bereich oder Markt systematisch zu beobachten und zu analysieren. Es hilft Unternehmen und Organisationen, relevante Trends zu erkennen, zu bewerten und Strategien zu entwickeln, um darauf zu reagieren. Hier sind die Hauptmerkmale und Vorteile eines Trendradars:

Merkmale eines Trendradars:

1. **Visuelle Darstellung:** Das Trendradar wird oft in Form eines Diagramms, eines Kreises oder einer Matrix dargestellt, in der unterschiedliche Trends nach ihrer Relevanz und ihrem Entwicklungshorizont angeordnet sind.
2. **Kategorisierung:** Trends werden häufig in verschiedene Kategorien unterteilt, z.B. technologische Trends, soziale Trends, wirtschaftliche Trends oder branchenspezifische Trends, um die Analyse zu erleichtern.
3. **Zeithorizont:** Trends werden nach ihrer voraussichtlichen Entstehungszeit eingeordnet, z.B. kurzfristige, mittelfristige und langfristige Trends. Dies hilft, Prioritäten zu setzen und geeignete Maßnahmen zu planen.
4. **Bewertung:** Das Trendradar ermöglicht eine Bewertung der Trends hinsichtlich ihrer Bedeutung und Auswirkungen auf das Unternehmen oder die Branche. Dies kann durch Kriterien wie Potenzial, Risiko, Umsetzungsgrad und Einfluss erfolgen.

Vorteile eines Trendradars:

- **Frühzeitige Identifikation von Chancen:** Durch die systematische Beobachtung von Trends können Unternehmen frühzeitig Chancen erkennen und gezielt neue Produkte oder Dienstleistungen entwickeln.
- **Strategische Planung:** Das Trendradar unterstützt die strategische Planung, indem es Informationen liefert, die für Entscheidungen über Investitionen, Marketingstrategien und Produktentwicklungen wichtig sein können.
- **Risikomanagement:** Indem potenzielle Risiken und negative Entwicklungen erkannt werden, können Unternehmen proaktive Maßnahmen ergreifen und sich besser auf Veränderungen im Markt vorbereiten.

- **Kommunikation:** Das Trendradar kann auch als Kommunikationsmittel verwendet werden, um Stakeholder, Mitarbeiter oder Entscheidungsträger über relevante Trends und deren potenziellen Einfluss auf das Unternehmen zu informieren.

Insgesamt ist ein Trendradar ein nützliches Instrument für das Trendmanagement, das Unternehmen dabei hilft, sich kontinuierlich an die sich verändernden Marktbedingungen anzupassen und wettbewerbsfähig zu bleiben.



Impuls-Frage:

Wie funktioniert ein Trend-Radar?

- Wie kann ein Trend-Radar aussehen?
- Welche Merkmale hat ein Trend-Radar?
- Welche Vorteile hat ein Trend-Radar?



MORE INNOVATION

Wie erstelle ich einen Trendausblick für mein Unternehmen?

Um einen Trendausblick für Ihr Unternehmen zu erstellen, benötigt es eine sorgfältige Analyse und Planung. Hier sind die Schritte, die Ihnen dabei helfen können:

1. **Zielsetzung:** Bestimmen Sie, was Sie mit dem Trendausblick erreichen möchten. Möchten Sie neue Marktchancen identifizieren, Risiken minimieren oder strategische Entscheidungen unterstützen?
2. **Daten sammeln:**
 - **Marktforschung:** Führen Sie eine umfassende Markt- und Wettbewerbsanalyse durch, um aktuelle Trends in Ihrer Branche zu identifizieren.

- **Kundenfeedback:** Nutzen Sie Umfragen, Interviews oder soziale Medien, um Einblicke in die Bedürfnisse und Erwartungen Ihrer Kunden zu gewinnen.
 - **Interne Daten:** Analysieren Sie die Verkaufszahlen, Kundenanfragen und andere betriebliche Daten, um etwaige Muster zu erkennen.
3. **Trendidentifikation:** Identifizieren Sie spezifische Trends, die für Ihr Unternehmen relevant sind, wie:
- Technologische Entwicklungen
 - Veränderungen im Verbraucherverhalten
 - Wirtschaftliche Faktoren
 - Soziale und kulturelle Trends
4. **Trendanalyse:**
- Bewerten Sie die Auswirkungen der identifizierten Trends auf Ihr Unternehmen.
 - Überlegen Sie, wie Sie die Trends, Chancen oder Risiken darstellen (z.B. SWOT-Analyse) und welche strategischen Maßnahmen dazu konkret erforderlich sind.
5. **Zukunftsprognosen:** Erstellen Sie Prognosen, wie sich die Trends in den nächsten ein bis fünf Jahren entwickeln könnten. Berücksichtigen Sie dabei sowohl optimistische als auch pessimistische Szenarien.
6. **Strategische Empfehlungen:** Leiten Sie konkrete Maßnahmen ab, die Ihr Unternehmen ergreifen kann, um von den identifizierten Trends zu profitieren oder sich abzusichern.
7. **Überwachung und Anpassung:** Entwickeln Sie einen Plan, um die Trends kontinuierlich zu überwachen und Ihren Trendausblick regelmäßig zu aktualisieren, um agil auf Veränderungen reagieren zu können.
8. **Dokumentation und Kommunikation:** Halten Sie alle Erkenntnisse und Empfehlungen in einem strukturierten Dokument fest und kommunizieren Sie diesen Ausblick an relevante Stakeholder in Ihrem Unternehmen.

Durch diese Schritte können Sie einen fundierten Trendausblick erstellen, der Ihnen und Ihrem Unternehmen hilft, informierte Entscheidungen zu treffen und zukunftsorientierte Strategien zu entwickeln.

Wie bewerte ich Trends in meinem Unternehmen?

Die Bewertung von Trends in einem Unternehmen erfordert eine systematische Herangehensweise. Hier sind einige Schritte, die Ihnen dabei helfen können:

1. **Datenanalyse:** Sammeln und analysieren Sie Daten aus verschiedenen Quellen, wie Verkaufszahlen, Marktanalysen, und Kundenfeedback. Nutzen Sie Tools zur Datenvisualisierung, um Muster und Veränderungen zu identifizieren.
2. **SWOT-Analyse:** Stellen Sie eine SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Bedrohungen) auf, um zu verstehen, wie interne und externe Faktoren das Unternehmen und seine Trends beeinflussen.
3. **Marktforschung:** Führen Sie qualitative und quantitative Marktforschung durch, um die Meinungen und Bedürfnisse von Kunden und potenziellen Kunden zu erfassen.
4. **Wettbewerbsanalyse:** Beurteilen Sie, wie Wettbewerber auf ähnliche Trends reagieren. Dies kann Ihnen helfen, Chancen oder Risiken zu identifizieren.
5. **Technologischer Fortschritt:** Beobachten Sie technologische Entwicklungen, die das Geschäftsfeld beeinflussen könnten. Dies kann neue Möglichkeiten oder disruptive Bedrohungen einschließen.
6. **Branchenentwicklungen:** Halten Sie sich über Branchennachrichten, Konferenzen und Berichte informiert, um auf neue Trends und Veränderungen in der Branche zu reagieren.
7. **Feedback von Mitarbeitern:** Gespräche mit Teammitgliedern aus verschiedenen Abteilungen können aufschlussreiche Perspektiven eröffnen.
8. **Flexibilität und Anpassung:** Seien Sie offen und bereit, veraltete Versionen und überholte Strategien anzupassen oder zu ändern, basierend eben auf den identifizierten Trends, die erfolgsversprechend sind.

Durch diese Schritte können Sie eine fundierte Bewertung der Trends in Ihrem Unternehmen vornehmen.

Wie wird aus einem Trend ein Innovationsprojekt?

Um effektiv mit einem Trend im Unternehmen umzugehen und aus diesem Trend ein Projekt zu starten, können Sie die folgenden Schritte befolgen:

1. Trendbewertung

- **Identifizierung des Trends:** Analysieren Sie den jeweiligen Trend, um zu verstehen, was er ist, welche Ursachen ihn antreiben und wie er sich auf Ihr Unternehmen auswirkt.
- **Relevanz prüfen:** Bewerten Sie, wie bedeutend der Trend für Ihr Unternehmen ist. Welche Chancen, aber auch Risiken bietet er?

2. Ziele festlegen

Definieren Sie klare Ziele und Ergebnisse, die Sie mit dem Projekt erreichen möchten. Was soll das Projekt bewirken? Geht es um Umsatzsteigerung, Marktanteile, neue Märkte zu erschließen, Kundenzufriedenheit oder Innovation?

3. Projektteam bilden

Stellen Sie ein interdisziplinäres Team zusammen, das verschiedene Perspektiven und Fähigkeiten einbringt. Das Team sollte aus Personen aus verschiedenen Abteilungen bestehen, um verschiedene Sichtweisen zu integrieren.

4. Projektplan entwickeln

Phase 1: Forschung und Analyse

Führen Sie eine detaillierte Analyse des Trends und seiner Auswirkungen durch. Erkundigen Sie sich, wie ähnliche Trends in der Branche umgesetzt wurden.

Phase 2: Konzeptualisierung

Entwickeln Sie ein Konzept für das Innovationsprojekt, das die definierten Ziele, den Umfang, die Hauptaktivitäten und die Ressourcen umfasst.

Phase 3: Ressourcenplanung

Identifizieren Sie die benötigten Ressourcen (finanzielle Mittel, Technologie, Personal etc.) und planen Sie, wie diese bereitgestellt werden können.

5. Stakeholder einbeziehen

Kommunizieren Sie die Trends und das Projektkonzept mit relevanten Stakeholdern im Unternehmen um Sie positiv in den Prozess zu involvieren.

6. Prototyping und Tests

- Wenn möglich, entwickeln Sie erste Prototypen oder Pilotprojekte, um die Umsetzbarkeit des Projekts zu testen.

7. Umsetzung

- Setzen Sie das Projekt laut Ihrem Plan um, halten Sie dabei aber regelmäßige Meetings ab, um den Fortschritt zu überwachen und Probleme anzugehen oder notwendige Korrekturmaßnahmen vorzunehmen.
- Stellen Sie sicher, dass alle Teammitglieder über ihre Rollen und Verantwortlichkeiten gut informiert sind; leben Sie einen achtsamen, respektvollen und offenen Innovationsdialog vor, der sich in einer positiven, lösungsorientierten Kommunikationskultur widerspiegelt.

8. Evaluation und Anpassung

- Legen Sie Meilensteine, Ziele und Leistungsindikatoren fest, um den Fortschritt zu besser zu überwachen.
- Führen Sie regelmäßige Evaluierungen durch, um den Erfolg des Projekts zu messen und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen.

9. Kommunikation der Ergebnisse

- Informieren Sie alle relevanten Stakeholder regelmäßig über Fortschritte und Ergebnisse. Das schafft Transparenz und fördert die Unterstützung für das Projekt.

10. Langfristige Integration

- Überlegen Sie, wie der Trend langfristig in die Unternehmensstrategie integriert werden kann, um nachhaltigen Erfolg zu gewährleisten.

Durch diese methodische Herangehensweise können Sie effizient mit einem Trend umgehen und ein erfolgreiches Projekt daraus entwickeln.

Welche Beispiele gibt es zu Trend-Management-Systemen?

Es gibt viele Unternehmen, die effektives Trendmanagement praktizieren und daraus Nutzen ziehen. Hier sind einige Praxisbeispiele:

1. Amazon – Kundenorientierung und Personalisierung

Amazon nutzt Datenanalysen sehr intensiv, um Trends im Einkaufsverhalten seiner Kunden zu identifizieren. Das Unternehmen verfolgt schon lange, welche Produkte gut funktionieren, und passt sein Angebot sowie Marketingstrategien an die aktuellen Trends an. Zudem werden personalisierte Empfehlungen an Kunden ausgesprochen, die auf ihrem vorherigen Kaufverhalten basieren.

2. Nike – Innovationskraft und Nachhaltigkeit

Nike hat den Trend zur Nachhaltigkeit frühzeitig erkannt und darauf reagiert, indem das Unternehmen umweltfreundliche Produkte entwickelt und nachhaltige Herstellungsprozesse implementiert hat. Das Programm „Move to Zero“ zielt darauf ab, die Umweltbelastung zu minimieren und soziale Verantwortung zu übernehmen. Nike nutzt zudem kontinuierlich Feedback von Kunden, um die Produktentwicklung zu steuern.

3. Coca-Cola – Anpassung an Gesundheitsbewusstsein

Coca-Cola hat auf den Trend zu gesundheitsbewusster Ernährung reagiert, indem es neue Produktlinien einführte, die weniger Zucker enthalten oder mit natürlichen Zutaten hergestellt werden. Das Unternehmen führt regelmäßig Marktforschung durch, um Trends im Konsumverhalten zu erkennen und entsprechend zu reagieren, beispielsweise mit der Einführung von Coca-Cola Zero Sugar.

4. Unilever – Soziale Verantwortung und Vielfalt

Unilever hat erkannt, dass Verbraucher zunehmend Wert auf soziale Verantwortung und nachhaltige Praktiken legen. Das Unternehmen hat viele seiner Marken strategisch so umgestaltet, dass sie diesen Werten gerecht werden. Der Sustainable Living Plan von Unilever zielt darauf ab, das Unternehmen nachhaltiger zu machen und gesellschaftliche Probleme anzusprechen.

5. Zalando – Trendprognosen durch Datenanalysen

Zalando nutzt Datenanalysen, um Modetrends zu erkennen und vorherzusagen. Die Ergebnisse dieser Analysen beeinflussen nicht nur das Sortiment, sondern auch Marketingkampagnen und Influencer-Kooperationen. Das Unternehmen setzt auf eine datengetriebene Entscheidungsfindung, um auf schnelle Veränderungen in der Modewelt zu reagieren.

6. Tesla – Technologischer Fortschritt und Nutzerfeedback

Tesla hat sich als richtungsweisender Branchenführer im Bereich Elektrofahrzeuge etabliert, indem es kontinuierlich technische Innovationen vorantreibt und direkt auf Kundenfeedback reagiert. Durch Software-Updates kann Tesla die Produktfunktionalität und -leistung verbessern und gleichzeitig innovative Funktionen einführen, die auf den Wünschen der Nutzer basieren.

7. Spotify – Datengetriebenes Musikstreaming

Spotify nutzt umfangreiche Datenanalysetools, um Hörerpräferenzen und Trends in der Musikknutzung zu verstehen. Das Unternehmen erstellt personalisierte Playlists und Empfehlungen, die den Nutzern helfen, neue Musik zu entdecken, und schafft damit ein individuelles Hörerlebnis, das auf aktuellen Trends im Musikbereich basiert.

Fazit

Diese Unternehmen zeigen anschaulich, wie proaktives Trendmanagement durch Forschung, Datenanalyse, Flexibilität und Kundeneinbindung aussehen kann. Indem diese Trends frühzeitig erkennen und darauf reagieren, schaffen sie es, innovativ zu bleiben und im Wettbewerbsumfeld erfolgreich zu sein.

Beispiele für Cross-Innovation in der Lebensmittelbranche

Cross-Innovation in der Lebensmittelbranche bezieht sich auf die Kombination von Technologien, Ideen oder Konzepten aus unterschiedlichen Bereichen, um neue Produkte oder Dienstleistungen zu schaffen. Hier sind einige praktische Beispiele:

1. Impossible Foods & Beyond Meat

Dieses Unternehmen entstand durch die Fusion von Lebensmittelinnovation und Technologie. Sie entwickeln pflanzliche Fleischalternativen, die auf tierisches Fleisch abzielen. Durch den Einsatz von Biotechnologie und Lebensmittelwissenschaft schaffen sie Produkte, die nicht nur umweltfreundlicher sind, sondern auch das Geschmackserlebnis von Fleisch nachahmen.

2. Kombucha und probiotische Getränke

Kombucha, ein fermentiertes Getränk, hat seinen Ursprung in der Teekultur, wurde jedoch neu interpretiert, um die Nachfrage nach gesunden, probiotischen Getränken zu bedienen. Immer mehr Unternehmen kombinieren Kombucha mit dem traditionellen Brauprozess mit alternativen Inhaltsstoffen und mit modernen Marketingtechniken und Verpackungsdesign, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen.

3. Snack-Wachstum durch Lebensmitteltechnologie

Startups wie "Kettle & Fire" kombinieren traditionelle Lebensmittelherstellung mit innovativer Verpackungstechnologie, um länger haltbare, aber gesunde und nahrhafte Produkte zu schaffen. Ihre Knochenbrühe, die in praktischen, leicht zu transportierenden Packs verkauft wird, ist ein Beispiel für die Innovationskraft, die Gesundheitstrends und Convenience miteinander verbindet.

4. Nestlé und die Nutzung von künstlicher Intelligenz

Nestlé nutzt schon länger die künstliche Intelligenz und Datenanalyse zur Entwicklung neuer Produkte und zur Anpassung bestehender Rezepturen. Durch die Analyse von Verbraucherfeedback und Trends in sozialen Medien kann das Unternehmen Anpassungen vornehmen und Produkte entwickeln, die den Erwartungen der Verbraucher besser entsprechen.

5. Coffee & Creamery

Ein innovativer Ansatz in vielen Cafés ist die Integration von Eisdielen in Kaffeebetriebe, wie z.B. "Blue Bottle Coffee", die häufig Eiscreme und Kaffee zusammen anbieten. Diese Kombination von Begriffen und Produkten aus verschiedenen Kategorien hat zur Entstehung neuer Geschmacksrichtungen und Kreationen geführt.

6. Essens-Startup und Technik-Integration

Plattformen wie "HelloFresh" und "Blue Apron" kombinieren die Technologie des Online-Vertriebs mit frischen Lebensmitteln. Sie bieten abonnementbasierte, schrittweise Kochanleitungen und die Lieferung von Zutaten an, um die Essenszubereitung zu vereinfachen und neue Kochgewohnheiten zu fördern.

7. Intelligente Küchengeräte

Marken wie "ChefSteps" haben Geräte entwickelt, die Technologie und handwerkliches Kochen kombinieren, um präzises Kochen zu fördern. Der Joule Sous Vide ist ein Beispiel für ein Gerät, das mit einer App verbunden werden kann, um die Kochtemperatur und -zeiten zu steuern, was eine innovative Art des Kochens und der Essenszubereitung darstellt.

Hinweis: Positive Praxisbeispiele aus der heimischen Lebensmittelwirtschaft werden im Webinar „**Deep Dive Trends**“ des Styrian Food Hub von Heidrun Girz beleuchtet.

Fazit

Diese Beispiele zeigen, wie Unternehmen in der Lebensmittelbranche durch Cross-Innovation neue und spannende Produkte und Dienstleistungen schaffen. Indem sie verschiedene Disziplinen, Technologien und Marktbedürfnisse miteinander verbinden, sind sie in der Lage, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt abzuheben und den Bedürfnissen der Verbraucher gerecht zu werden.

Welche Trends gibt es aktuell in der Lebensmittelbranche?

In der Lebensmittelbranche gibt es zahlreiche Trends, die sich ständig weiterentwickeln und die Art und Weise, wie Produkte hergestellt, vermarktet und konsumiert werden, beeinflussen. Hier sind einige der aktuellen Trends in der Lebensmittelbranche:

1. Gesunde Ernährung

Das Interesse an gesunder Ernährung nimmt stetig zu. Verbraucher:innen suchen aktiv nach Lebensmitteln, die nährstoffreich, ballaststoffhaltig und wenig verarbeitet sind. Produkte wie Superfoods, pflanzliche Proteine und reduzierte Zucker-Alternativen aber auch alkoholfreie Getränke sind stark gefragt.

2. Pflanzenbasierte Ernährung

Die Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen zu tierischen Produkten wächst. Dies umfasst pflanzliche Fleischersatzprodukte, Milchalternativen und vegane Snacks. Unternehmen setzen auf innovative Lösungen, um den Geschmack und die Konsistenz von Fleisch- und Milchprodukten nachzustellen.

3. Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung sind zentrale Themen. Verbraucher bevorzugen Produkte, die umweltfreundlich und nachhaltig produziert werden. Dies umfasst alles von nachhaltiger Landwirtschaft bis hin zu umweltfreundlichen Verpackungen und dem Vermeiden von Lebensmittelverschwendung.

4. Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Die Verbraucher legen zunehmend Wert auf Transparenz in der Lebensmittelproduktion. Sie möchten wissen, woher ihre Lebensmittel stammen, welche Inhaltsstoffe verwendet wurden und unter welchen Bedingungen sie produziert werden. Traceability-Technologien werden verstärkt eingesetzt, um diesen Anforderungen gerecht zu werden.

5. Fermentierte Lebensmittel

Fermentierte Produkte wie Kombucha, Kimchi, Kefir und Joghurt sind aufgrund ihrer potenziellen gesundheitlichen Vorteile im Trend. Fermentation wird als Methode genutzt, um Geschmack zu identifizieren und Probiotika hinzuzufügen.

6. Convenience Foods

Bequemlichkeit ist für viele Verbraucher entscheidend. Fertiggerichte, Meal-Kits und einfach zuzubereitende Produkte, die Zeit sparen und eine schnelle Zubereitung ermöglichen, sind populär. Die Nachfrage nach gesunden Convenience-Lösungen nimmt ebenfalls zu.

7. Personalisierung

Verbraucher verlangen zunehmend nach personalisierten Produkten und Dienstleistungen, die auf ihre individuellen Bedürfnisse und Vorlieben zugeschnitten sind. Beispiele hierfür sind maßgeschneiderte Diäten oder ernährungsphysiologische Supplements.

8. Lokal und regional

Es gibt einen zunehmenden Trend hin zu lokal produzierten und regionalen Lebensmitteln. Verbraucher sind an der Unterstützung lokaler Erzeuger interessiert und suchen nach Produkten, die aus ihrer Region stammen.

9. Innovative Snacks

Die Snackindustrie entwickelt sich weiter, mit einem Fokus auf gesunde, nährstoffreiche Optionen. Snacks, die High-Protein, Low-Carb oder funktionale Zutaten enthalten, erfreuen sich großer Beliebtheit.

10. Technologische Innovationen

Technologien wie Künstliche Intelligenz, Blockchain und Internet of Things (IoT) spielen eine immer wichtigere Rolle in der Lebensmittelsicherheit, Rückverfolgbarkeit und in der Verbesserung des Kundenerlebnisses.

11. Globale Aromen

Die Nachfrage nach internationalen und exotischen Geschmäckern wächst. Verbraucher sind neugierig und bereit, neue kulinarische Erlebnisse zu entdecken, was zu einem Anstieg der Import-Lebensmittel und fusionierten Küchen führt.

Fazit: Diese Trends zeigen, wie sich die Verbraucherpräferenzen ändern und wie Unternehmen sich an diese Veränderungen anpassen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Durch das Verständnis und die Integration dieser Trends können Unternehmen ihre Produktentwicklung, Marketingstrategien und Geschäftsmodelle anpassen, um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.

Wie kann die KI helfen, ein integriertes Trendmanagementsystem im eigenen Unternehmen zu etablieren?

Künstliche Intelligenz (KI) kann maßgeblich dazu beitragen, ein integriertes Trendmanagementsystem in einem Unternehmen zu etablieren. Hier sind einige Wege, wie diese Technologien helfen können:

1. Datenanalyse und Mustererkennung

Die KI kann große Datenmengen analysieren und Muster sowie Trends in Echtzeit erkennen. Dadurch können Unternehmen:

- **Marktforschung automatisieren:** KI-gestützte Tools können Verbraucherfeedback, Kaufverhalten und soziale Medien analysieren, um kurzfristige und langfristige Trends zu identifizieren.
- **Predictive Analytics nutzen:** Vorhersagemodelle können Trends prognostizieren, um fundierte Entscheidungen über Produktentwicklung und Marketingstrategien zu treffen.

2. Personalisierung

Die KI kann helfen, personalisierte Erlebnisse für Kunden zu schaffen, die auf ihren Bedürfnissen und Vorlieben basieren. Dies kann beispielsweise durch:

- **Empfehlungssysteme:** KI-Algorithmen können genutzt werden, um den Kunden personalisierte Produktvorschläge zu machen, basierend auf deren vorherigem Verhalten.
- **Gezielte Marketingkampagnen:** Durch die Analyse von Kundendaten können maßgeschneiderte Angebote entwickelt werden, die aktuelle Trends berücksichtigen.

3. Automatisierung und Effizienzsteigerung

Mit Hilfe von KI können Routineprozesse automatisiert werden, wodurch Ressourcen für strategische Trendanalysen freigesetzt werden:

- **Automatisierte Berichterstattung:** Dashboards und Analysesysteme können in Echtzeit Berichte über Trends generieren, anstatt manuell Daten zu aggregieren.
- **Optimierung von Lieferketten:** KI kann verwendet werden, um Lieferketten effizienter zu gestalten, indem sie Nachfrageprognosen und Bestandsmanagement verbessert.

4. Kundenfeedback und Engagement

KI-Technologien ermöglichen es Unternehmen, Kundenfeedback in Echtzeit zu sammeln und auszuwerten:

- **Sentiment-Analyse:** Durch die Analyse von Kundenmeinungen in sozialen Medien oder Online-Bewertungen können Unternehmen schneller auf Kundenwünsche und -bedenken reagieren.
- **Chatbots und virtuelle Assistenten:** Diese können rund um die Uhr Kundenanfragen beantworten und wertvolle Informationen zur Kundenzufriedenheit liefern.

5. Innovationsmanagement

KI kann den Innovationsprozess unterstützen, indem sie hilft, Ideen zu generieren und zu bewerten:

- **Ideenmanagement-Tools:** KI kann dazu beitragen, innovative Vorschläge und Lösungen zu sammeln und durch Bewertungssysteme die besten Ideen auszuwählen.
- **Trendprognosen:** Durch das Erkennen von Veränderungen in Verbraucherpräferenzen und Technologien kann KI helfen, innovative Lösungen zu entwickeln.

6. Benchmarking und Wettbewerbsanalyse

KI-Systeme können konkurrierende Unternehmen und deren Trends überwachen:

- **Wettbewerbsanalytik:** KI-Tools können Preis- und Marktanalysen durchführen, um zu verstehen, wie Wettbewerber auf bestimmte Trends reagieren.
- **Branchenspezifische Berichte:** Datenanalysen können genutzt werden, um die Position des Unternehmens im Vergleich zu Marktstandards zu bewerten.

7. Kontinuierliches Lernen und Anpassung

KI-Systeme lernen kontinuierlich und verbessern sich über Zeit:

- **Selbstoptimierende Algorithmen:** KI-Modelle können durch maschinelles Lernen von historischen Daten lernen und sich an neue Trends anpassen.
- **Intelligente Decision-Support-Systeme:** Unternehmen können durch KI-gestützte Empfehlungen ihre Entscheidungen treffender ausrichten.

Fazit: Durch den Einsatz von KI können Unternehmen ein **integriertes Trendmanagementsystem** aufbauen, das datengetrieben, agil und auf Kundenwünsche ausgerichtet ist. Dies führt nicht nur zu einer besseren Identifikation und Reaktion auf Trends, sondern auch zu einer effektiveren Ressourcennutzung und einem nachhaltigeren Wachstum. Unternehmen, die KI integrieren, können somit ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern und Innovationsprozesse optimieren. Es wird jedoch empfohlen, sich von ausgewiesenen, erfahrenen Expert:innen beraten und bei der Sensibilisierung und Einführung zum Thema Trends- & Trendmanagement begleiten zu lassen.

Welche Trendmanagement-Tools gibt es?

Es gibt eine Vielzahl von Trendmanagement-Tools, die Unternehmen dabei unterstützen, Trends zu identifizieren, zu analysieren und darauf zu reagieren. Diese Tools können in verschiedene Kategorien unterteilt werden, darunter Datenanalyse, Projektmanagement, Kollaboration und Marktforschung. Hier sind einige gängige Trendmanagement-Tools:

1. Datenanalyse- und Visualisierungstools

- **Tableau:** Ein leistungsstarkes Tool zur Datenvisualisierung, das Unternehmen hilft, Trends und Muster in großen Datenmengen zu erkennen.
- **Power BI:** Microsofts Business-Analytics-Tool, das eine einfache Visualisierung und Analyse von Daten ermöglicht.
- **Google Analytics:** Ein wertvolles Werkzeug zur Analyse des Nutzerverhaltens und zur Identifizierung von Trends im Online-Marketing.

2. Marktforschungstools

- **Qualtrics:** Eine Plattform für Umfragen und Marktforschung, die Unternehmen wertvolle Einblicke in Kundenmeinungen, Trends und Bedürfnisse liefert.
- **SurveyMonkey:** Eine benutzerfreundliche Umfrage-Plattform, die es Unternehmen ermöglicht, Feedback von Kunden zu sammeln und auf neue Trends zu reagieren.
- **Nielsen:** Bekannt für seine Verbraucherdaten und Marktanalysen, die Unternehmen helfen, Trends im Verhalten von Verbrauchern zu verstehen.

3. Trend- und Prognosetools

- **TrendWatching:** Ein speziell auf das Trendmanagement fokussiertes Unternehmen, das branchenspezifische Trendberichte und Analysen bereitstellt.
- **Mintel:** Eine Marktforschungsplattform, die Daten und Analysen zu Trends in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie bietet.
- **WGSN:** Eine Plattform für Trendvorhersagen, die Unternehmen dabei unterstützt, „emerging trends“ zu identifizieren und auf Veränderungen im Verbraucherverhalten zu reagieren.

4. Projektmanagementtools

- **Trello:** Ein flexibles Projektmanagement-Tool, das Teams dabei hilft, Projekte im Trendmanagement zu organisieren und den Überblick über Aufgaben und Fortschritte zu behalten.

- **Asana:** Eine Plattform zur Verwaltung von Projektaufgaben, die Teamkommunikation und Verantwortlichkeiten fördert.
- **Jira:** Ein Tool, das oft in der Softwareentwicklung verwendet wird, aber auch für agiles Trendmanagement und zur Planung von Innovationsprojekten geeignet ist.

5. Kollaborationstools

- **Slack:** Eine Kommunikationsplattform, die Teams ermöglicht, in Echtzeit zu collaborate und Informationen über Trends schnell auszutauschen.
- **Microsoft Teams:** Dieses Tool bietet eine integrierte Plattform für Kommunikation und Zusammenarbeit, ideal für die Teamarbeit an Trendprojekten.
- **Miro:** Ein Online-Whiteboard, das Teams ermöglicht, Ideen zu brainstormen und visuelle Darstellungen von Trendanalysen zu erstellen.

6. Soziale Medien und Trendmonitoring

- **Hootsuite:** Ein Tool zur Verwaltung von sozialen Medien, das es Unternehmen ermöglicht, Trends in sozialen Medien zu überwachen und das Nutzerengagement zu analysieren.
- **Brandwatch:** Eine Social-Media-Analytics-Plattform, die Einblicke in Markenwahrnehmung und Verbrauchermeinungen bietet und hilft, Trends aufzuzeigen.
- **Google Trends:** Ein kostenloses Tool von Google, mit dem die Popularität von Suchanfragen und Themen im Zeitverlauf verfolgt werden kann.

Fazit: Der Einsatz dieser Trendmanagement-Tools kann Unternehmen erheblich dabei unterstützen, aktuelle Trends zu erkennen und strategisch auf diese zu reagieren. Die Wahl der richtigen Tools hängt von den spezifischen Bedürfnissen des Unternehmens, den vorhandenen Ressourcen und den angestrebten Zielen ab. Indem Unternehmen innovative Tools einsetzen, können diese ihre Marktchancen optimieren und sich erfolgreich in einem dynamischen Umfeld positionieren.

Weiterführende Publikationen und Literaturempfehlungen

Bertelsmann Stiftung (HRSG): Innovative Milieus 2023 – Die Innovationsfähigkeit der deutschen Unternehmen in Zeit des Umbruchs, 2023, Verlag Bertelsmann Stiftung

Blechtschmidt, Jörg: Quick Guide Trendmanagement – Wie Sie Trendwissen in Ihrem Unternehmen wirksam nutzen. 2. Auflage, 2024. Springer Gabler Verlag

Digital Food Lab: Trends shaping the Future of Food – 2024 State of Foodtech Trends; 67-seitige Publikation online, 2024

Fraunhofer IAO: Leitfaden zur Identifikation und Analyse von technologischen Trends für die berufliche Weiterbildung; eine praxisorientierte Einführung: Lukas Keicher | Tim Beichter | Manuel Kaiser | Manuel Pallaks, online 2024

Girz, Heidrun: Bedeutung von Innovationen – Warum Innovationspotenziale in der Lebensmittelwirtschaft nur mehr mit ganzheitlichem Innovationsmanagement zu heben sind. Eine kritische Betrachtung in: Die Ernährung, österreichische Fachzeitschrift für Wissenschaft, Recht, Technik und Wirtschaft; Volume 48 | 02.2024, Seite 15

Lercher, Hans: BIG Picture – Das Grazer Innovationsmodell, 2. überarbeitete Auflage, 2019, Druck Styria (Anmerkung: aktuelle Auflage 2025 im Druck)

Massimiani, Andrea: Kritische Erfolgsfaktoren zur Implementierung von strategischem Trendmanagement in Handelsunternehmen – Entwicklung eines Vorgehensmodells: Dissertation 2025, Springer Gabler Verlag

Retail, Magazin des österreichischen Handels: KI-Forecasting – die Zukunft des Supply Chain Managements, Circly, Bericht S. 33

Rützler, Hanni: Food Report 2025, Zukunftsinstitut in Kooperation mit Lebensmittelzeitung, Foodservice, GV Praxis

Stromberg, Holger: Essen ändert alles – Das Rezept für ein gesundes, nachhaltiges Leben, Südwest Verlag, 2021

Trendone Trendmanager: Mehr Systematik im Trendmanagement, Leitfaden 2024

Zukunftsinstitut: Megatrend-Map online abrufbar: www.zukunftsinstitut.de/megatrends

Rechtshinweis: Vorliegender Trend-Management-Leitfaden steht im Zusammenhang mit dem Webinar Deep Dive Trends und dient der Verwendung durch die Mitglieder des Styrian Food Hub, SFG. Druck oder Vervielfältigung sind strikt untersagt. Trotz sorgfältiger Recherche sind Fehler nicht auszuschließen. Die Richtigkeit des Inhalts ist daher immer ohne Gewähr. Eine Haftung der Autorin sowie des Styrian Food Hub ist daher ausgeschlossen. Irrtümer, Druck- und Satzfehler vorbehalten. © 2024 more-innovation

Autorinnenprofil Heidrun Girz

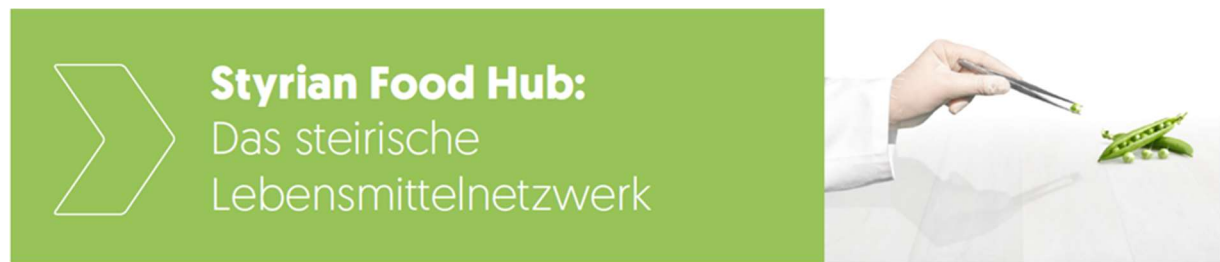
Unter dem Motto „*Future starts the moment you decide to be part of it*“, betreibt Heidrun Girz, Future Business Designerin, in der Obersteiermark im urban-ländlichen Raum das **Zukunftsbüro** der **More-Innovation®**. Die Gestalterin hat sich damit vollkommen dem Thema **Zukunftsmanagement** verschrieben. Die studierte und erfahrene Entrepreneurin, Innovations- und Organisationsentwicklerin ist dabei Impulsgeberin, Konzepterin, Beraterin und Begleiterin von zukunftsweisenden Initiativen sowie Kultur- und Transformationsmanagerin. Als Coach, Trainerin und Mentorin begleitet sie Entscheidungsträger:innen auf Entwicklungswegen.

**"FUTURE STARTS THE MOMENT
YOU DECIDE TO BE PART OF IT".**
HEIDRUN GIRZ, FUTURE BUSINESS DESIGNERIN

Wandel | Transformation | Trends und Trend-Management |
Identität, Werte, Positionierung | Strategie-Entwicklung |
Geschäftsmodell Design | (Re-) Positionierung | Customer Journey |
Innovation | Co-Creation | Collaboration | Organisations- &
Kulturentwicklung | Konzepte | Beratung | Coaching | Mentoring

Web: www.more-innovation.at Mobil: +43 (0) 676 7037 806

Styrian Food Hub



Der Styrian Food Hub bündelt Fachkompetenzen und technologisches Knowhow, vernetzt heimische Unternehmen vom Startup bis zum Großbetrieb mit internationalen Partnern, forciert Innovation, Digitalisierung, KI und den Weg auf den Weltmarkt.

www.sfg.at/styrian-food-hub

Die Mitglieder des Styrian Food Hub kommen aus den Bereichen der innovativen Lebensmittelverarbeitung, Lebensmitteltechnologie, Lebensmittel-Qualität und Sicherheit, aus den branchenspezifischen Dienstleistungen der Lebensmittelindustrie sowie dem Lebensmittel Gewerbe und Handwerk.

Die besten Zutaten für wirtschaftliche Erfolge!

Zusammenführen, zusammenarbeiten und zusammenwachsen sind die Kernziele des Styrian Food Hub. So werden laufend Veranstaltungen und Workshops zu den aktuellsten Trends in der Branche serviert. Die Organisation von internationalen Messereisen und Messeauftritten steht ebenso auf dem Menüplan wie Weiterbildung und die Abwicklung von Delegationsreisen weltweit.

Für alle weitere Fragen und Ihre Anliegen rund um den Styrian Food Hub steht Ihnen **Tanja Frühwald** gerne zur Verfügung.

