

## INTERREG V-A Programm Österreich-Ungarn

Das TRENDIG-Projekt (ATHU158) wird im Rahmen des INTERREG V-A Österreich-Ungarn-Programms mit Unterstützung des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung durchgeführt.

### TRENDIG

## Aufbau neuer grenzüberschreitender Wertschöpfungsketten Nutzung von Trends und Tools Digitalisierung

### OT 2.1

### CB Modellentwicklung Wissenstransfer

### FORMAT TRENDIG kooperieren

# SUMMARY

Dezember 2022



 Bundesministerium  
Digitalisierung und  
Wirtschaftsstandort



## **Summary T2**

Mit den TRENDIG Formaten wurde ein aufbauendes und ineinandergreifendes Gesamtkonzept für unterschiedliche Veranstaltungsformate geschaffen, welches regional und grenzüberschreitend neue Kooperationsformen forciert.

### **Wirkung des Gesamtkonzeptes**

- Neue Formen der digitalen Zusammenarbeit wurden von der Projektpartnerschaft gemeinsam mit Digitalisierungs-Experten im TRENDIG Netzwerk und im Projektalltag erprobt.
- Neben strukturierten Abläufen der hybrid/online Veranstaltungsformate und den technischen Aspekten haben wir auch online einen Raum für informelle Gespräche und Networking unter den Veranstaltungsteilnehmern geschaffen.
- „learning partnerships“ - Durch die intensive Einbindung aller Zielgruppen und der laufenden Kommunikation der Projektpartner, sowie die unterschiedlichen durchgeführten Formate (präsenz/hybrid/online) im Rahmen regionaler und grenzüberschreitender Veranstaltung (34), haben dazu beigetragen neues Wissen und Know-how zu generieren und das Bewusstsein für Trends und Digitalisierung erhöht.
- Digitalisierungs-Serviceprovider als Zielgruppe haben ein neues Bewusstsein für die tatsächlichen "Needs" und Anforderungen von Kleinunternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Sektoren im Bereich Digitalisierung entwickelt.

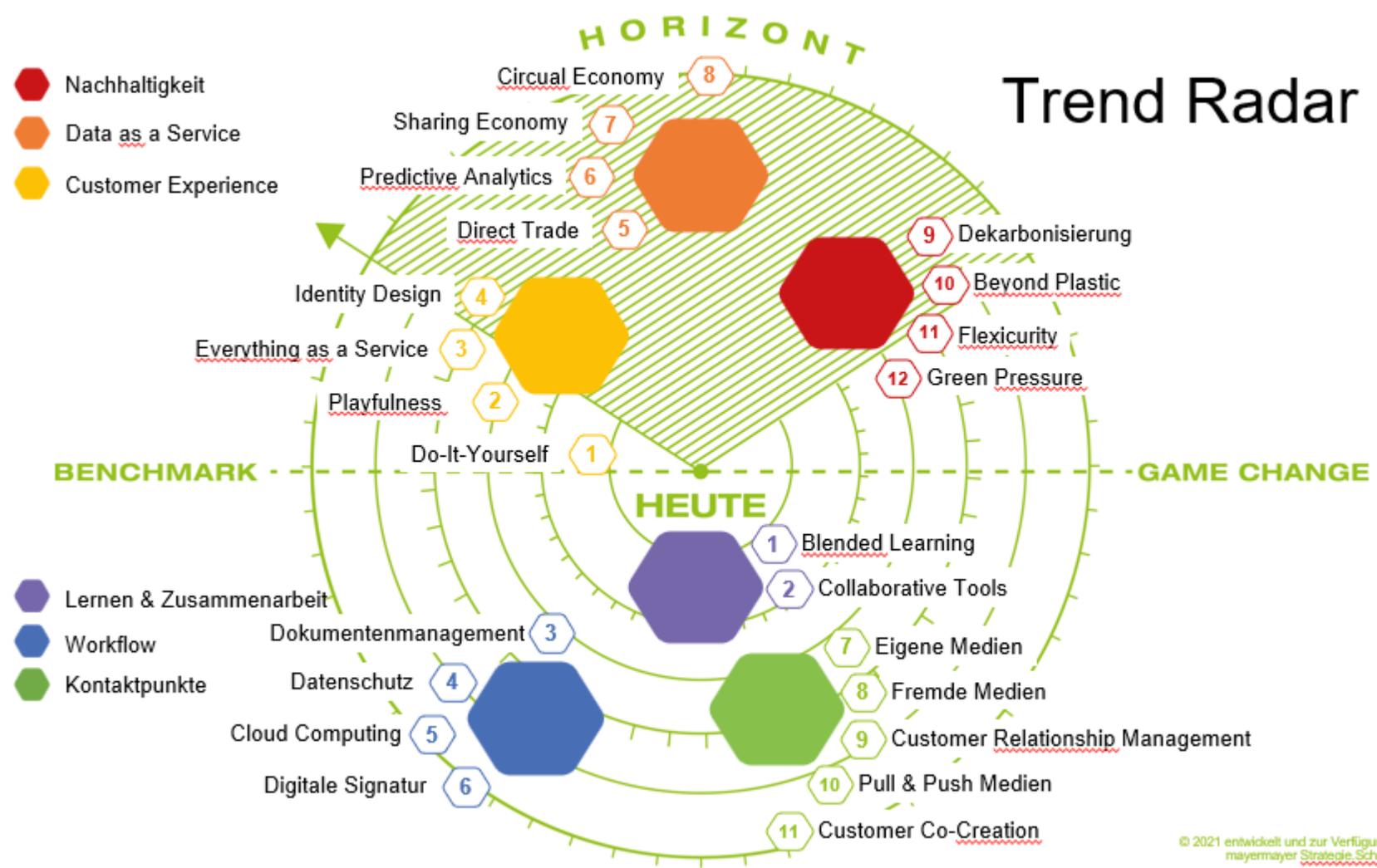
### **Methode und Grundlagen des Gesamtkonzeptes**

Die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Aktivitäten (Umfrage in kleinen Unternehmen zum Digitalisierungsstatus und Trendanalyse-Trend-Mapping,) flossen in die Erarbeitung der Formate ein. Das Ergebnis des Trend Mapping wurde graphisch in einem "Trend Radar" dargestellt. Als Werkzeug der Orientierung wurden zwei Zielzonen definiert: 1 Feld der Hausaufgaben (Lernen&Zusammenarbeit, Workflow und Kontaktpunkte) und 2 Feld der Wettbewerbsvorteile (Nachhaltigkeit, Data as a Service und Customer Experience). Ergänzt wurde das Trend-Radar mit 24 Fragen zu den Themen, welche anhand der Analyse zum Digitalisierungsstatus von kleinen Betrieben identifiziert wurden. Dieser Fragenkatalog kann als Werkzeug in allen Formaten eingesetzt werden.

## Grenzüberschreitender Kooperationsaufbau STEP BY STEP

<b>Umfrage Analyse – digitale Fitness in kleinen Unternehmen</b>  (daraus sind die Handlungsfelder und Themen abgeleitet)	<b>Aufbau Netzwerk und Kommunikation</b>  Netzwerkteilnehmer sind  Business Support Organisationen, Experten und kleine Unternehmen	<b>Durchführung von regionalen und grenzüberschreitenden Informations Veranstaltungen</b>	Durchführung der <b>Digithons</b> (Kooperations-Aufbauformate)  Begleitende <b>Webinare</b>	<b>Follow up</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trend-mapping /TrendRadar</li> <li>- Handlungsfelder</li> <li>- Fragenkatalog 24 Fragen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akquise Unternehmen</li> <li>Kommunikation mit interessierten BSO</li> <li>Learning Partnerships</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informationsveranstaltung</li> <li>Regionale Workshops</li> <li>CB Event – Zukunftsthemen, Trends, Digitalisierungsbeispiele</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einbindung von Experten</li> <li>Nutzung von online tools wie spatial, zoom, whiteboard, miro, mural;</li> <li>CB Matching-Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>weiterführende Gesprächen</li> <li>neue Kontakte regional und grenzüberschreitend</li> </ul>
<a href="http://www.Trendig.info">www.Trendig.info</a>				
<b>Intern</b> - Erfassung und Sondierung Interessenten -gemeinsames Tool online Datenbank google drive				

# Trend Radar



© 2021 entwickelt und zur Verfügung gestellt von mayermayer Strategie.Schmiede

### **Trend Radar als zentrale Orientierung**

Der Trend-Radar ist das Ergebnis aus dem Trend-Mapping und der Umfrage bzw. Analyse zum Digitalisierungsstatus in kleinen Unternehmen. Der Trend-Radar ist eine Momentaufnahme: Die konkreten Themen werden sich über die Projektlaufzeit weiterentwickeln. Die Trendig Formate sind ein unabhängiger Ablauf, der für die jeweils aktuellen Themen eingesetzt werden kann.

### **Perspektive HAUSAUFGABEN – 24 Fragen**

Hausaufgaben sind Themen, die für die Zielgruppe relevant sind und Potential enthalten, in Relation zum Markt aber keine neuen Wettbewerbsvorteile generieren. Der Vorteil: Es gibt schon Tools, die dabei helfen; der Aufwand für die Realisierung ist bereits skaliert.

### **Perspektive WETTBEWERBSVORTEILE**

Wettbewerbsvorteile sind Themen, die unabhängig von der Unternehmensgröße oder dem aktuellen Digitalisierungsstand in allen Branchen gerade für Marktvorteile sorgen. Der Nachteil: Es gibt viele Möglichkeiten und wenig Erfahrungswerte – die Umsetzung ist für die meisten Zukunftsmusik.

Es gilt, diese Unternehmen mit Trends in Berührung bringen. Dabei steht im Mittelpunkt:

- Neugierde wecken
- Perspektiven sichtbar machen
- Erste Erfahrungen sammeln

**Fragenkatalog für Unternehmen** - Was erlebt mein Kunde mit meinem Produkt? 4 mögliche Felder

<b>Customer Experience</b>		
<b>Allgemein</b>	Wie kann ich meinen Kundenkontakt mit digitalen Erlebnissen optimieren?	1
	Was verändert die Nutzung meines Produkts beim Kunden?	2
	Was erlebt meine Kunde mit meinem Produkt?	3
<b>Do-It-Yourself</b>	Was kann mein Kunde mit meinem Produkt selbst machen?	4
<b>Playfulness</b>	Lässt sich ein ganz neuer spielerischer Aspekt für mein Produkt denken?	5
<b>Everything as a Service</b>	Welchen Handgriff kann ich meinem Kunden abnehmen?	6
<b>Identity Design</b>	Wie trägt mein Produkt dazu bei, dass mein Kunde seinen Lifestyle ausleben kann?	7
<b>Data as a Service</b>		
<b>Allgemein</b>	Welche Infos brauche ich wo?	8
<b>Direct Trade</b>	Welche Marketingkanäle brauche ich?	9
<b>Predictive Analytics</b>	Welche Daten verwende ich für zukünftige Entscheidungen?	10
<b>Sharing Economy</b>	Hat mein Produkt einen gemeinschaftlichen Nutzen welcher geteilt werden kann?	11
<b>Circular Economy</b>	Welche Möglichkeiten bietet mein Produkt um Ressourcen zu schonen oder entstehen dafür möglicherweise Nebenprodukte?	12
<b>Nachhaltigkeit</b>		
<b>Allgemein</b>	Welche Kundenerwartungen und Verhaltensweisen haben sich verändert?	13
<b>Dekarbonisierung</b>	Kann ich den CO2 Abdruck meines Produktes verändern?	14
<b>Beyond Plastic</b>	Welchen Einfluss habe ich auf den Plastikverbrauch?	15
<b>Flexicurity</b>	Wie gestalte ich die Arbeit flexibel & sicher?	16
<b>Green Pressure</b>	Wieviel Nachhaltigkeit erwarten meine Kunden?	17
<b>Touchpoints</b>		
<b>Allgemein</b>	Wie berühren wir Menschen?	18
<b>Eigene Medien</b>	Welche digitalen Kanäle brauche ich?	19
<b>Fremde Medien</b>	Welche Partner bzw. Netzwerke brauche ich?	20
<b>Customer-Relationship-Management</b>	Was weiß ich über meine Kunden?	21
<b>Pull &amp; Push Medien</b>	Wie mache ich meine Kunden auf meine Leistungen aufmerksam?	22
<b>Customer Co-Creation</b>	Wie eng arbeite ich mit meinen Kunden zusammen? Welche Synergie könnten sich entwickeln?	23
<b>New work</b>	Für welche Innovationsprozesse kann ich meine Kunden bzw. auch Lieferanten einbinden - winwin	24