



Branchen Innovations-Check

... so kommen die Trends in Ihr Unternehmen

Beim Branchen Innovations-Check nehmen Sie mit Innovationsexperten branchenspezifische Trends unter die Lupe. Sie identifizieren dabei marktfähige Leistungen und verbessern Ihr bestehendes Innovationssystem. Durch eine aktuelle Förderung ist diese Beratung für eine begrenzte Anzahl von öö. KMU kostenlos*.

Jetzt anmelden und
eine kostenlose*
Beratung sichern!

TRENDS in den MODE-, LIFESTYLE-, GESUNDHEITS- und KREATIVBETRIEBEN

>>> mit dem Branchen Innovations-Check in die Praxis

Individual gefertigte Markenprodukte für Übergewichtige

Das Durchschnittsgewicht der Bevölkerung steigt von Jahr zu Jahr an. Trotz Übergewicht wollen die Leute in ihrer Kleidung schlank und modern aussehen bzw. „Marken“-Produkte tragen. Marke gibt verschiedenen Zielgruppen Vertrauen in Qualität, Sicherheit und adäquates Preis-Leistungsverhältnis sowie die mit der Markenverwendung verbundene Akzeptanz bei bestimmten Zielgruppen. Dadurch entsteht Kundenbindung.

! TIPP

Individualfertignern, wie (spezialisierten) Kleidermachern, bietet sich die Chance, schöne und funktionale Kleidung für übergewichtige Menschen herzustellen und über, in Netzwerken gemeinsam entwickelten und positionierten, (über-) regionalen Marken zu verkaufen

Funktionale Kleidung als Nischenprodukt

Die Kombination von verschiedenen Materialien auf Kunststoff- und natürlicher Faserbasis ermöglicht, dass Bekleidung verschiedene Funktionen in Arbeit und Freizeit erfüllen kann, dass sie wärmt, vor Kälte, Hitze oder Nässe schützt und dass sie flecken- oder bügelfrei bleibt. So ist insbesondere Arbeitsfunktionsbekleidung ein

großes Wachstumsfeld: Trotz des Arbeitnehmerschutzes von Außeneinflüssen soll die Produktivität beibehalten bleiben, d.h. Arbeitskleidung, Spezialschuhe und -handschuhe sollen die Beweglichkeit und die Feinmotorik bei den Händen und Füßen nicht beeinträchtigen. Damit könnten bei Betrieben, die im Freien arbeiten, im Winter Stehzeiten vermieden werden.

! TIPP

Eine Chance zu Spezialisierung und Kooperation eröffnet sich hier für Betriebsbekleidungshersteller. Gemeinsam mit Kunden und Branchenpartnern können zeitlich befristete Innovations- bzw. Entwicklungsprojekte angegangen werden, welche auf die individuellen Lösungsbedürfnisse zielen. Mit dieser Zusammenarbeit werden auch die Risiken gleichmäßig verteilt.

Natürlichkeit, Authentizität als Positionierungsansatz

Es gibt – immer und gerade jetzt noch – einen Trend zur Natürlichkeit, Authentizität, der seine Grundlage in der Verwendung von Öko- oder Naturprodukten, ohne chemische Zusatzstoffe, in Haarpflege, Kosmetik und Massage hat. Von verantwortungsbewusst agierenden Gesundheits- und Schönheitsberufen wird erwartet, über die Wirkungsweise von natürlichen Schönheits- und Pflegemitteln Bescheid zu wissen und sie professionell ver- und anwenden zu können.

TRENDS in den MODE-, LIFESTYLE-, GESUNDHEITS- und KREATIVBETRIEBEN

! TIPP

DienstleisterInnen greifen in der Anwendung auf Traditionelles, seit Generationen Bekanntes, oder auf Neues, aufgrund natürlicher (bzw. ökologischer) Produktionsprozesse zustande Gekommenes, zurück. Sie haben dadurch bei ihren Kunden eine klare und „natürliche“ Positionierungschance.

Kundenorientierung nach den „drei E's“

Die „drei E's“ stehen für Entertainment - Experience - Enlightenment: Der Kunde erwartet sich in Verkaufslokalen Erlebnis- und Unterhaltungsaspekte sowie Erkenntnis Klarheit, worin der Nutzen der zu kaufenden Produkte und Dienstleistungen liegt.

Gestaltungs- und Informationsziel aus der Sicht des jeweiligen Unternehmens dabei ist es, dass sich der Kunde rundum aufgehoben und verstanden fühlt, Anregungen bekommt und ihm der Produktkauf als natürlich und folgerichtig erscheint.

! TIPP

Die drei E's am Beispiel eines Gärtner-Verkaufslokals: Entertainment: Arrangements, Springbrunnen, Wasserspiele ... Experience: Ladengestaltung, Licht und Lichteffekte, Düfte ... Enlightenment: realisierte Lösungen auf Bildschirmen, Fotos, Pläne präsentieren, Lösungsbeispiele vor Ort, Kurs- und Workshopangebote, Informationsmaterial, Bücher, Vasen, Dekorationsmaterialien ...

Steigendes Wellbeing-Bewusstsein als Chance

Die Menschen werden älter, die Singles werden immer mehr. Persönliche Kommunikationsbeziehungen aber nehmen stark ab. Und auch der individuell empfundene Arbeitsdruck in der erwerbsfähigen Bevölkerung wird massiv höher (Stichwort: Burn-out). Die Folge: Das Wellbeing (= Wohlbefinden)-Bewusstsein der Menschen steigt rapide an. Das heißt der bisherige Wellness-, Schönheits- und Gesundheitsbegriff wird erweiterter, umfassender, persönlicher, ganzheitlicher und fordernder (Ich will das für mich, jetzt und sofort!) gesehen.

Dadurch werden auch regionale Betriebe wieder mehr von möglichen Kunden als vor Ort-Problemlöser wahr-

genommen, müssen aber dieser neuen Rolle erst gerecht werden. Aus der Sicht des Kunden zählen zukünftig wieder mehr die individuelle Beratung, persönliches Mitfühlen und das Bereitstellen eines vom Kunden abrufbaren modularen Full-Service-Paketes durch regionale Dienstleistergruppen.

! TIPP

Zukunftsorientierte Gesundheits-, Pflege- und Schönheitsberufe formen aktiv Dienstleistungs-Netzwerke mit Freizeit-, Tourismusbetrieben, (Sozial-) Versicherungen, Ärzten, Apotheken und Handelsbetrieben, die sich mit Gesundheit, Schönheit und Pflege auseinandersetzen (Textil-, Schuh-, Drogerie-, Parfümeriebetriebe).

Alters- und situationsspezifische Produkt- und Leistungsangebote

Kunden fordern immer mehr auf die jeweilige Lebenssituation und dem Lebensalter angepasste Leistungen bzw. Produkte. Auch will er, im Unterschied zu früher, oftmals durch Neues überrascht werden. Die Leistungsflexibilität und Begeisterung zur ständigen (Weiter-) Entwicklung eines Unternehmens ist da als Kundenbindungs-Chance zu sehen.

! TIPP

Spezielles Gärtnerangebot von Hochbeeten, Rasenmärobotern oder von „pflegeleichten, betreuungsfreundlichen“ Garten-, Pflanzen bzw. Sträuchern für Menschen, die körperlich nicht mehr so agil sind. Diverse Haus-, Wohnungs-, Pflege- und Wohnheim-Services für ältere Menschen durch Gesundheits-, Pflege- und Schönheitsberufe. Hier besteht ein zusätzliches Umsatzpotential im beratenden Verkauf von Geräten, welche die Arbeit erleichtern, zB selbstarbeitende Staubsauger, elektrische Hubbetten, Badelifte usw.

Zeitarmut, Zeitknappheit

Ein Paradoxon ist, dass die Menschen trotz kürzerer Arbeitszeit aufgrund ihrer vielfältigen Bedürfnisse, Hobbys, Vereinsmitgliedschaften udgl. immer weniger Zeit für sich bzw. für das Gewollte/Gewünschte haben. Dadurch eröffnen sich den Gesundheits- oder Kreativberufen neue Marktchancen, wenn sie für diese Zeitarmut Problemlösungen – mit Mehrwert – zum Teil auch in einem Netzwerkverbund (in Oberösterreich zB „Kreativ für Dich“) anbieten.

TRENDS in den MODE-, LIFESTYLE-, GESUNDHEITS- und KREATIVBETRIEBEN

! TIPP

Kooperatives Angebot von regionaler Kurzabendwellness mit freier, offener Zeiteinteilung, wo das Fitnessangebot gemeinsam mit Kosmetik-, Fußpflege-, Massage-, Friseur- u. a. Leistungsangeboten verknüpft wird. Gleiches gilt für Geschenkartikel, Blumen udgl. So kann ein Gärtner/Blumenbinder zusätzlich zu seinem Sortiment Geschenkartikel, Wein, kleine Bücher, Glückwunschkarten o. ä. offerieren und einen Mehrwert anbieten. Der Kunde hat elektronische und telefonische Bestell- bzw. Buchungsmöglichkeiten und die bestellten Produkte werden wunschgemäß direkt an den Arbeitsplatz, die Wohnung, den Beschenkten ... ausgeliefert.

Engpass- und Erfolgsfaktor Mitarbeiter

Ein sich klar abzeichnender Trend, der sich durch geburtenschwache Jahrgänge weiter verschärfen wird, ist die zukünftige Facharbeiter- und Lehrlingsknappheit. Es sind immer weniger Menschen bereit, als Mitarbeiter in Handwerks- oder Dienstleistungsberufen einzusteigen. Mitarbeiter aber sind das wesentlichste Kapital eines Betriebes und wichtig für die regionale Markenbildung eines Unternehmens. Entscheidend direkt am Verkaufs- oder Dienstleistungsort ist, wie Mitarbeiter in der Kundenberatung wirken, wie aktive Verkaufsgespräche geführt werden und wie der Kunde von deren Sozial- oder Fachkompetenz zum Kauf überzeugt wird. Gezieltes Personalmarketing, das sich an vorhandene und potentielle Mitarbeiter richtet, ist daher nötig. Ein Betrieb soll damit zumindest regional als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden. Dadurch soll sichergestellt werden, dass ein Unternehmen langfristig mit gut qualifizierten und motivierten Mitarbeiter bzw. Bewerbern versorgt wird bzw. das bestehende Personal dem Betrieb weiter die Treue hält. Nur die besten Betriebe sind wirklich attraktiv für den Arbeitsmarkt.

! TIPP

Zukunftsgerichtete Personalmarketing-Maßnahmen könnten sein: Extern: regionale Imagemaßnahmen, Werbung und Sponsoring, Präsenz auf Berufsmessen und in Schulen; Anbieten einer interessanten Ausbildung (mit Zusatzelementen ...); den Lehrlingen neben der Entschädigung bei guten Leistungen auch Prämien und Zusatzleistungen anbieten; zudem eigene Mitarbeiter als Anwerber einbinden; Intern: optimale Weiterbildungsmöglichkeiten, gerechte Vergütung, Leistungsanreize (Prämien, Erfolgsbeteiligung), Aufstiegs- und Gestaltungsmöglichkeiten, Verantwortung

Der Fotograf als Gestalter und Inszenierer

Kunden stoßen bei einmaligen bzw. geplanten besonderen Ereignissen immer wieder an ihre Grenzen. Um dem Anlass gerecht zu werden, wollen sie sich oftmals mit der Kreativität der Gestaltung solcher Events von anderen, den Freunden, der Familie abheben, sich unvergesslich machen. Der Fotograf wird als Berater, Gestalter, Inszenierer und Organisator beigezogen.

! TIPP

Der Fotograf der Zukunft kreiert Erlebnisse, gestaltet passende Motive, besorgt Dekorationsmaterialien, organisiert, bereitet das Umfeld bzw. die Szenerie auf, bei denen der Kunde, dessen Familie oder Arbeitskollegen u. a. im Mittelpunkt stehen, ihn in seinem (wirklichen) Sein spiegeln.

Sei es nun anlässlich von wichtigen Events, im Studio, am Wohnungs- oder Arbeitsplatz, in der Natur, an besonderen Stätten o. a. manchmal wird er auch zum Organisator des Gesamtevents. Zudem bietet er dem Kunden neben Fotos und Bildbearbeitung weitere Produkte und Leistungen an, wie zB Gestaltung von Fotobüchern, CD's, Fotowänden, -tapeten u. a. sowie durchgängigen-Gesamtlösungen bis zur Druckumsetzung (und ggf. Versendung).

Garten als Erlebnis- und Seinsraum

Der Garten und dessen Ambiente ist Spiegel des jeweiligen Besitzers. Er kann etwas Einzigartiges, etwas Exotisches sein, kann Erfolg und Qualitätsbewusstsein kommunizieren. Ist ganz einfach Erlebnis- und Seinsraum.

! TIPP

Der Gärtner wird vom Bepflanzer und Gestalter zum Anbieter von Gesamtlösungen für die Gartenmöblierung, von Sport- und Erholungsflächen, bauliche Umsetzung... Planungen mit Layout-Modulen, 3D-Planung, virtuellen Rundgang durch den Garten werden als ein eigenständiges, verkaufbares Produkt angeboten. Zudem wird der Gärtner vermehrt Gesamtlösungen abwickeln, d. h. ausgehend von der Planung wird er als ausschreibender und gesamtverantwortlicher Koordinator anderer Gewerke (zB Baggerungen, Holzbau) auftreten.

Branchen Innovations-Check

... so kommen die Trends in Ihr Unternehmen

Ziel:

Im Rahmen einer eintägigen Beratung werden Unternehmen ausgewählter Branchen dabei begleitet, branchenwirksame Trends zu erkennen und aufzugreifen.

Dieses Angebot bietet die Chance, neue zukunftsfähige Leistungen zu erkennen und das bestehende betriebliche Innovationssystem weiterzuentwickeln.

Inhalt:

Strukturierte Erstbewertung der Innovationsnotwendigkeit von KMU durch die Gegenüberstellung von branchenspezifischen Trends zur jeweiligen Unternehmenssituation.

Die Einschätzung erfolgt dabei abgestimmt auf Branchen- und Umfeldentwicklungen in folgenden Bereichen:

- Management (Strategie und Ziele, Innovationsverständnis)
- Auswirkungen auf Produkte und Dienstleistungen
- Einfluss auf die Geschäftsprozesse
- finanzielle Stabilität und Rentabilität
- Mitarbeiterpotenziale

*Durch Förderungen Ihrer Branchenvertretung, dem BMWA, der WKO Oberösterreich und dem Land OÖ fällt für oberösterreichische KMU kein Beratungshonorar an. Für eine begrenzte Anzahl von Unternehmen sind damit lediglich die Reisekosten des Beraters und die Mehrwertsteuer zu tragen.

Dieses Programm wurde mit Spezialisten aus der Expert Group Innovation & Technologietransfer der Fachgruppe Unternehmensberatung entwickelt.

Nähere Infos und Anmeldung unter sc.innovation@wkoee.at bzw. 05-90909-3541.

- Innovationsmanagement
- Marketing und Vertrieb

Im Rahmen einer kostenlosen eintägigen Beratung direkt im Unternehmen wird damit die Grundlage für eine tragfähige Zukunftsstrategie geschaffen. Dabei besteht die Möglichkeit, das eigene Innovationssystem mit dem anderer Unternehmen zu vergleichen und von den Besten zu lernen.

Beratungskosten:

Diese eintägige Beratung im Wert von € 700,- ist zu 100 % gefördert. Vom Unternehmen sind lediglich Reisespesen und Umsatzsteuer zu tragen.

Zielgruppe:

KMU aus folgenden Branchen

- Berufsfotografen
- Friseure
- Fußpfleger, Kosmetiker und Masseure
- Gärtner und Floristen
- Gesundheitsberufe
- Mode und Bekleidungstechnik



ALLES UNTERNEHMEN.

