

TIS „TRENDLEITFADEN“: HEUTE WISSEN, WAS MORGEN DIE TRENDS VON MORGEN SIND Aufs richtige Pferd setzen

„Inspirieren & Orientieren“ lautet der Titel des neuen Trendleitfadens, der vom TIS innovation park Ende März vorgestellt wurde. Ziel der handlichen Broschüre ist es, Südtiroler Unternehmen die Konsumtrends von morgen näher zu bringen.

von Monika Pichler



Der Trendleitfaden verdeutlicht, worauf Unternehmer künftig setzen sollten: Zukunftsexperte Axel Liebetrau, Petra Gratl und Christian Höller vom TIS innovation park und Gerhard Brandstätter, Präsident der Stiftung Südtiroler Sparkasse (v.l.).

Das kleine Büchlein hat es in sich. In einem guten halben Jahr Arbeit hat der TIS innovation park in Bozen in Zusammenarbeit mit dem „Matthias Horx“ Zukunftsinstitut in Frankfurt einen Trendleitfaden entwickelt. Wissenswertes über Convenience-Produkte, also bereits teilweise zubereitete Lebensmittel, kann dort ebenso nachgelesen werden wie das Prinzip der Connectivity, das ständige virtuelle Vernetztsein, um nur zwei der neuesten Trends zu nennen. Die Kunst bestand darin, globale Konsumtrends auf die Südtiroler Realität herunterzubrechen. „Es galt das für Südtiroler Unternehmen relevante Wissen zu sammeln, das den Betrieben einen Mehrwert bringt“, bringt Petra Gratl, Leiterin des Gründerzentrums im TIS innovation park in Bozen, die Herausforderung auf den Punkt. Es ist daher kein Zufall, dass die aufgezeigten Trends und Innovationsfelder den sechs Südtiroler Stärkefeldern entsprechen: Umwelttechnologie

& erneuerbare Energien, Wintersport & Wintertechnologie, Tourismus & Freizeit, Lebensmittel & Gastronomie, Holz & Technik sowie Design & neue Materialien sind starke Zukunftsmärkte für Südtirol. „Damit leistet der TIS innovation park einen weiteren Beitrag zum Wissens- & Technologietransfer“, erklärt Christian Höller, Manager für Wissens- & Technologietransfer im TIS innovation park. „Wir verstehen uns als eine Wissenstankstelle und liefern den Unternehmern Treibstoff in Form von Trends. Wir möchten eine Innovationskultur in Südtirol schaffen und aufzeigen, auf welche Pferde es zu setzen gilt.“ **Blick über den Tellerrand.** Das Hauptaugenmerk der Broschüre liegt auf den so genannten Konsumtrends. „Im Gegensatz zu den Megatrends, die einen Zeitraum von etwa 30 Jahren prägen und als grundlegende Veränderungen weltweit sichtbar werden, sind die Konsumtrends kurzlebiger und daher relevanter für Unterneh-

mer“, unterstreicht Zukunftsexperte Axel Liebetrau. Dabei lassen sich wiederum Branchentrends und Stil- und Produkttrends unterscheiden.

Aber nicht nur spezifische, sondern auch branchenübergreifende Trends wie etwa Ökologie und Nachhaltigkeit ziehen sich als roter Faden durch die Broschüre. „Der Trendleitfaden soll Unternehmern gezielt den ‚Blick über den Tellerrand‘ ermöglichen: Oft werden nämlich neue Wege, Chancen und Potentiale gerade dann erkannt, wenn man seine Fühler auch nach ‚fremden‘ Märkten und Branchen jenseits des eigenen Kerngeschäfts ausstreckt“, ist Christian Höller überzeugt. „So können beispielsweise Unternehmer der Tourismusbranche von innovativen Businessideen im Umweltbereich profitieren oder holzverarbeitende Betriebe von Entwicklungen im Design lernen.“

Der Trendleitfaden richtet sich an Unternehmer, Entscheidungsträger und Unternehmensgründer gleichermaßen. Auch finden darin sowohl große Unternehmen als auch Mittel-, Klein- und Kleinstbetriebe nützliche Anregungen. Neben theoretischen Erläuterungen zu den verschiedenen Trends zeigen zahlreiche konkrete Beispiele von Südtiroler sowie von internationalen Unternehmen und Institutionen, in welchen Bereichen bereits zukunftssträchtige Ideen umgesetzt wurden. Ein Glossar am Ende der Broschüre erläutert knifflige Begriffe und ein Index erleichtert die gezielte Suche nach Stichworten und ermöglicht so das Querlesen. Die praktische Broschüre wurde vom TIS innovation park



INTERVIEW: ZUKUNFTSEXPERTE AXEL LIEBETRAU „Heute klein, morgen groß“

wia im Gespräch mit Axel Liebetrau, Zukunftsexperte des Matthias Horx Zukunftsinstituts, über Kristallkugeln, Innovationstreiber und das Konzept von Trend und Gegentrend.

von Monika Pichler

wia: Herr Liebetrau, worin besteht die Arbeit von Futurologen? Schauen Sie in die berühmte Kristallkugel?

Axel Liebetrau: Nein, wir schauen in keine Kristallkugel. Futurologen beschäftigen sich damit, neue Trends aufzuspüren und herauszufinden, wie sich diese entwickeln könnten. Die Trendforschung startet von der Gegenwart und blickt von da aus in die Zukunft. Was heute eine kleine Bewegung ist, kann in Zukunft große Veränderungen hervorrufen. Um erfolgreich sein und auch künftig in der internationalen Wirtschaftswelt bestehen zu können, müssen Unternehmer stets neue Ideen prüfen.

Für die Erarbeitung des neuen Trendleitfadens haben Sie Südtirol genau analysiert. Worin liegen Ihrer Ansicht nach die Stärken und Schwächen des Landes?

Südtirol hat einen großen Vorteil: Es kann aus einer wirtschaftsstarken Region heraus agieren. Ein weiterer Punkt ist die Brückenfunktion des Landes zwischen dem deutschen und dem italienischen Raum, seine Lage an der Schnittstelle zwischen zwei Kulturen. Diese Stärken sind ein Vorteil, auf dem man sich jedoch nicht ausruhen sollte, sondern den es zu nutzen gilt. Früher waren Land, Kapital und Rohstoffe Treiber für ökonomischen Wohlstand, im Zeitalter der Wissensgesellschaft spielt nun der Wissenstransfer eine zentrale Rolle als Innovationstreiber.

Was empfehlen Sie demnach der Südtiroler Wirtschaft?

Südtirol ist in klassischen Sektoren wie Gastronomie, Tourismus und Wintertechnologie stark. Hier muss nun ein Wandel hin zu grünen Geschäftsmodellen erfolgen. Zudem gilt es, sich weg von „Made in Südtirol“ und hin zu „Engineered in Südtirol“ zu bewegen. Dafür könnte das iPhone als Beispiel dienen, das „designed in California“, aber „assembled in China“

ist. Natürlich wird es auch weiterhin Produktionsbetriebe in Südtirol geben, aber in gewissen Bereichen würde sich eine solche Entwicklung durchaus lohnen.

Auf welche Trends möchten Sie besonders hinweisen?

Ein Trendbereich betrifft den Werkstoff Holz, der sich mit seinen zahlreichen Einsatzmöglichkeiten bestens für Innovationen eignet. Gute transversale Themen, also Themen, die sich in den verschiedensten Sektoren anwenden lassen, sind der Bereich Energieeffizienz, wo Südtirol



Axel Liebetrau: „Nicht auf Stärken ausruhen, sondern sie nutzen.“

bereits sehr viel Kompetenz aufgebaut hat, sowie der Bereich Design, in dem Südtirol seine Kompetenz noch verstärkt zur Geltung bringen könnte. Weiters ist der große Trendbereich Gesundheit zu nennen: gesunde Lebensmittel, gesunder Lebensstil, Hotels mit Gesundheitsangeboten usw. Damit in Zusammenhang steht der Bereich der Mobilität, die im Tourismus zunehmend ein Thema wird. Hier ist es einerseits wichtig, immer gut erreichbar zu sein, andererseits lässt sich ein Gegentrend verzeichnen, der so genannte Offline-Tourismus, der gezielt darauf setzt, dass Gäste isoliert von der Außenwelt besser abschalten können. Das Konzept von Trend und Gegentrend – in diesem Falle also der Trend hin zu zunehmender Mobilität einerseits und jener hin zu zunehmendem Cocooning andererseits – kann man in allen Bereichen beobachten.

Danke für das Gespräch.



Chefredakteur:

Mag. Oliver Pohl (op)

Stv. Chefredakteurin:

MMag. Monika Pichler (mpi)

Redaktion (verantwortlich):

Gerhard Weissenberger (gw)
Mag. Helmut Thöny (hth)
Mag. Katharina Ötzbrugger (oka)
Mag. Christof Mergl (cm)
Mag. Manuela Fritz
Maria Natale (mana)
Melanie Hollaus

Gastautoren:

Martin Duschek

Abo-Service:

+43(0)512-57 19 85-0
(Jahres-Abo 10 Ausgaben inkl.
Postversand und MwSt. im Inland Euro 23)

Medieninhaber, Herausgeber, Verleger:

Pohl & Partner Verlags GmbH

Anschrift für alle:

Rennweg 9, A-6020 Innsbruck

Anzeigenverwaltung u. Hersteller:

Pohl & Partner Verlags GmbH
Rennweg 9, A-6020 Innsbruck
Tel. +43 (0)512 57 19 85-0
Fax +43 (0)512 57 19 85 - 19
e-mail: pohl.partner@wianet.at
www.wianet.at

Grafik, Satz, Litho:

Mag. (FH) Gertrude Maynollo,
Barbara Triendl

Druck:

Alpina Druck

Alle in diesem Magazin angeführten Daten und Fakten wurden nach bestem Wissen recherchiert. Trotzdem muss sich die Redaktion Irrtümer sowie Satz- und Druckfehler vorbehalten.

Bildquellen:

photocase, BilderBox, wia

Die nächste Ausgabe erscheint am:

11.06. 2010

Anzeigenschluss:

28.05. 2010