

# Creative Transformation Summit

K  
-  
A  
T

7. Oktober 2021  
8:30 – 13:00 Uhr

Online 



Wir sind die  
Kreativwirtschaft Austria  
Für dich und deine Ideen!

**K** Kreativwirtschaft  Bundesministerium  
**A** Austria  Digitalisierung und  
**T** Wirtschaftsstandort

# AGENDA

08.40 DIE ROLLE DER KREATIVWIRTSCHAFT

---

08.50 MEGATRENDS | WOHIN GEHT DIE REISE?

---

09.05 FEATURE SESSIONS

---

10.15 PAUSE

---

10.30 CREATIVE WORKSHOP 1

---

11.15 PAUSE

---

11.35 CREATIVE WORKSHOP 2

---

12.20 AUSTAUSCH IM PLENUM

---

12.55 ABSCHLUSS & OPTIONALE NETWORKING AREA

---

K  
-  
A  
T

**HERZLICH WILLKOMMEN**

**K  
-  
A  
T**

**Margarete Schramböck**

Bundesministerin

Ministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort



**HERZLICH WILLKOMMEN**

**K  
-  
A  
T**

**Carmen Goby**

Vizepräsidentin  
Wirtschaftskammer Österreich



**HERZLICH WILLKOMMEN**

**K  
-  
A  
T**

**Gerin Trautenberger**

Vorsitzender

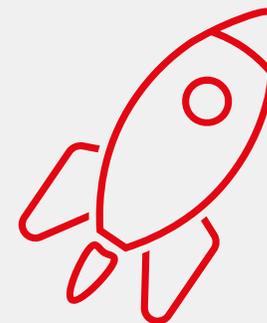
Kreativwirtschaft Austria

# 1. KREATIVWIRTSCHAFT IN ÖSTERREICH



Die Kreativwirtschaft schafft Crossover-Effekte für Innovation, Wirtschaft und Gesellschaft.

Katalysatoren bei Innovation, Transformation und der Weiterentwicklung von Unternehmen und Geschäftsmodellen.



Treiberin für Digitalisierung, innovative Produkte und Dienstleistungen in anderen Branchen

## 2. HINTERGRUND UND EINBETTUNG

Mehrstufige Maßnahme „Transformation für Branchen“ →  
Transformationsworkshops als Kern

1.

**Identifikation der Herausforderungen und Chancen**, sowie möglicher Unterstützung durch die Kreativwirtschaft

2.

**Durchführung der Workshops** zur Erarbeitung von Lösungswegen

3.

**Ableitung der Ergebnisse des Workshops** in eine allgemeine Form

4.

**Erarbeitung Leitfäden** für die Branchen – online auf [kreativwirtschaft.at](http://kreativwirtschaft.at) abrufbar

5.

**Creative Transformation Summit** um die Learnings weiter zu teilen

# 3. TRANSFORMATIONSWORKSHOPS

**12** Branchen aus Handel, Service und Produktion

**24** Workshoptage

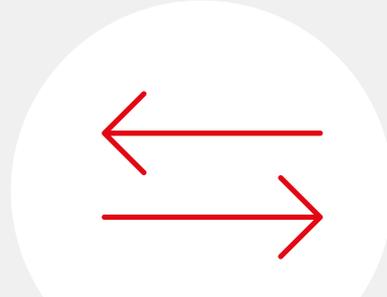
**60** Kreative

**180** Unternehmen

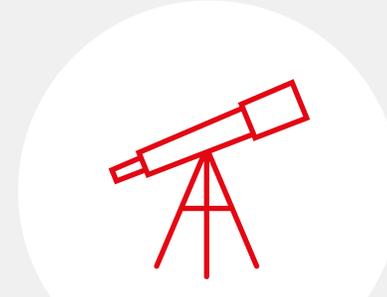
# 4. HIGHLIGHTS



**Gemeinschafts-  
gefühl**



**Austausch und  
Öffnung**



**Neue  
Perspektiven**



**Kreative  
Impluse**



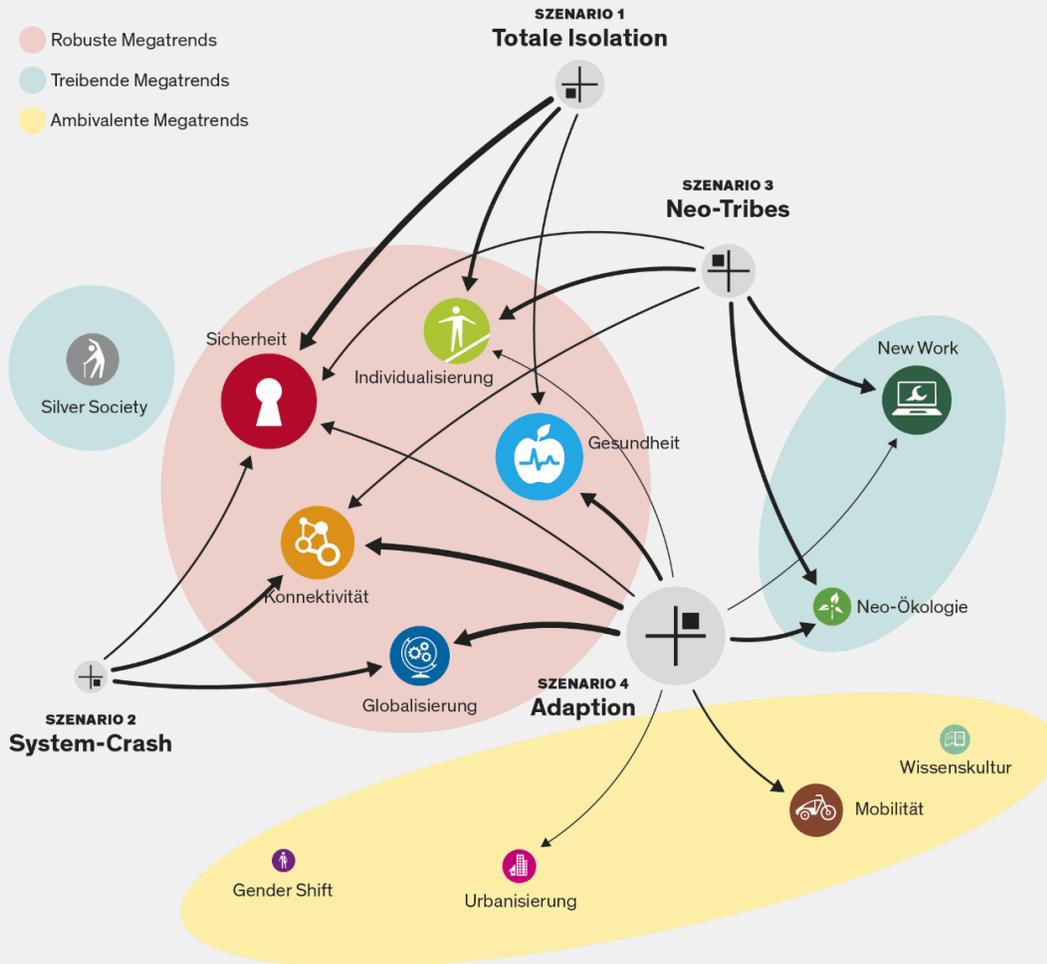
**Motivation für erste  
Schritte**

# Wohin geht die Reise?



# Trends in der Post-Corona Zeit

## IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND MEGATRENDS



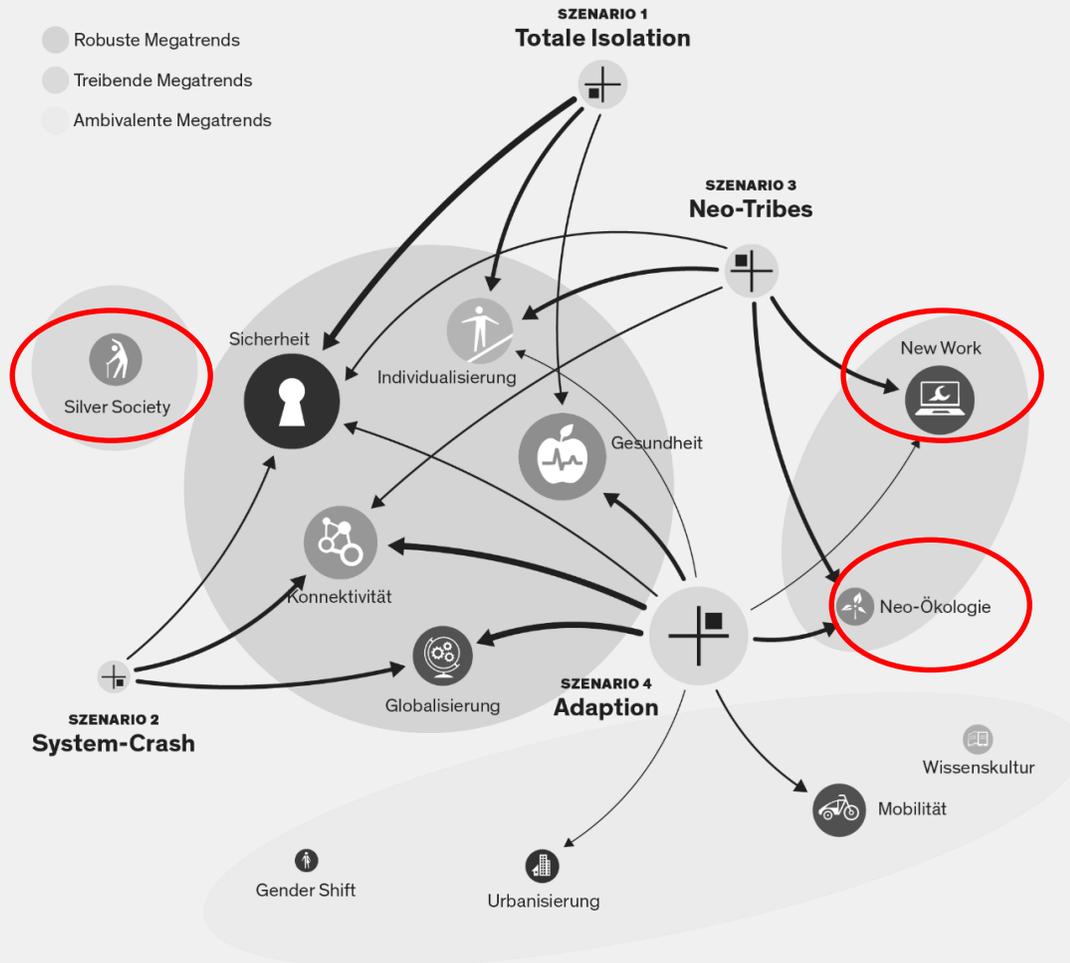
Quelle: Zukunftsinstitut, FAS Research

Megatrends rahmen den langsamen Wandel von Gesellschaften. Daher sind Megatrends niemals neu. Sie sind wie alte Bekannte — man lebt mit Ihnen, reibt sich an ihnen und lernt sich und die Welt dadurch besser kennen.

Quelle: Zukunftsinstitut, FAS Research

# Trends in der Post-Corona Zeit

## IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND MEGATRENDS

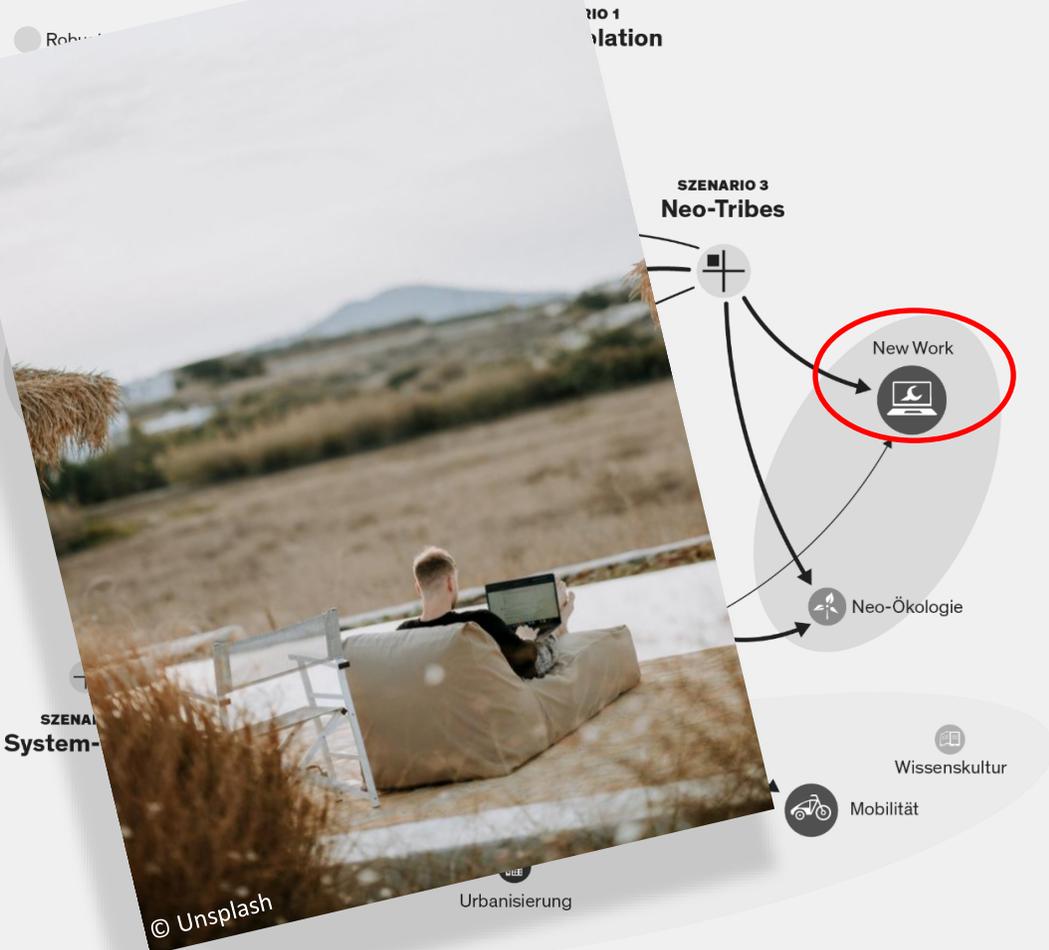


Im Epizentrum des Corona-Desasters stehen 3 Megatrends, die sich in den kommenden Jahren als wahre Innovationstreiber herausstellen werden.

Quelle: Zukunftsinstitut, FAS Research

# Trends in der Post-Corona Zeit

IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND TRENDS



Quelle: Zukunftsinstitut, FAS Research

## New Work

Die Frage, wie und wo wir arbeiten stellt sich.

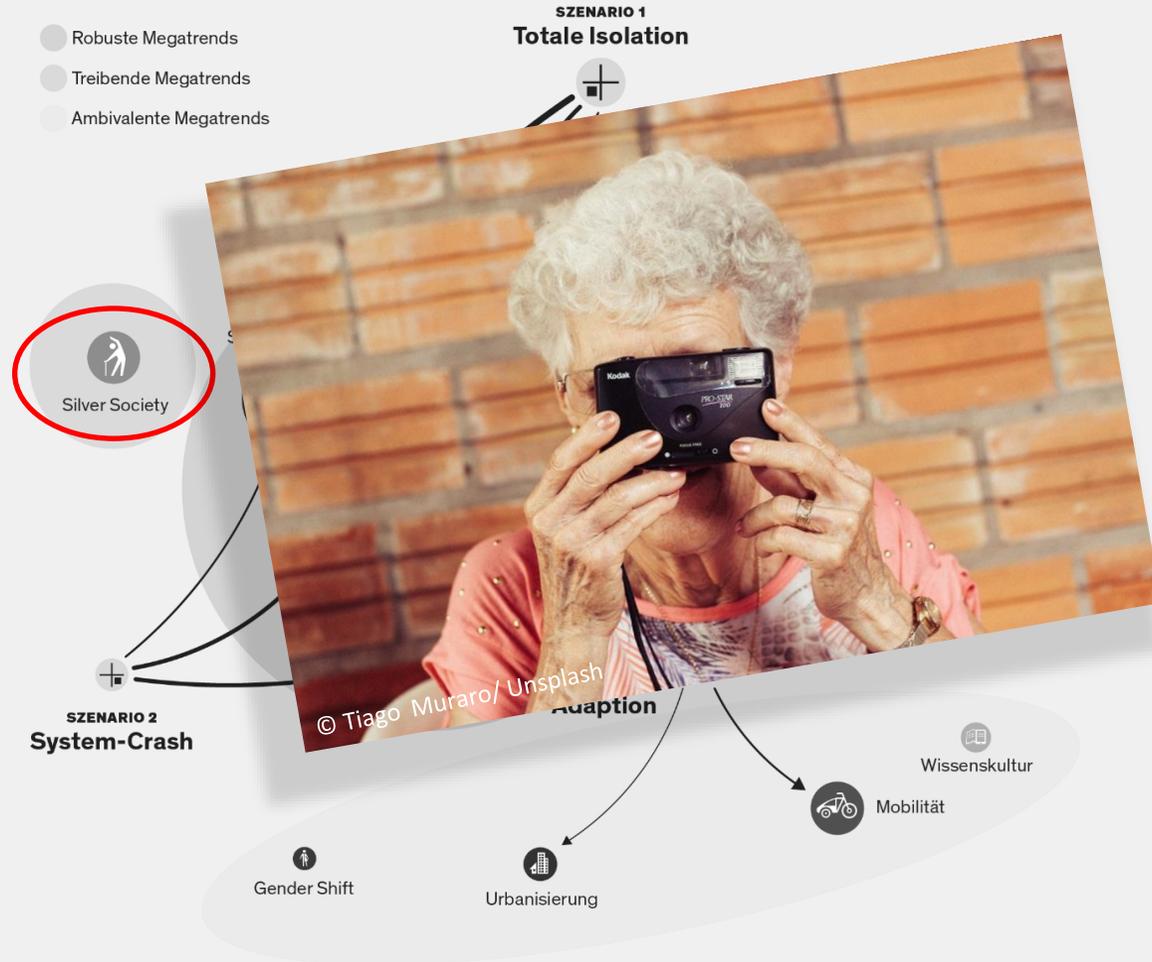
Wie sieht flexibles Arbeiten aus?

Was es braucht sind neue Muster der **Arbeit in Echtzeit**.  
Digitale Gesellschaft und **Konnektivität bringen uns auch im Business ganz neue Wirkungsradien.**

# Trends in der Post-Corona Zeit

## IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND MEGATRENDS

- Robuste Megatrends
- Treibende Megatrends
- Ambivalente Megatrends



## Silver Society

Der Virus hat uns deutlich gemacht, wie schwerfällig unser Umgang mit “dem Alter” ist. Die letzten Jahre waren geprägt von einer Anti-Aging-Haltung.

**Die Zukunft einer älteren Gesellschaft gehört dem “Pro Aging”.**

# Trends in der Post-Corona Zeit

## IMPACT MAP FÜR SZENARIEN UND MEGATRENDS

- Robust
- Treiber
- Ambiv



## Neo Ökologie

Der mächtigsten Megatrend unserer Zeit! In der Corona-Krise hatten wir dem Planeten durch den Zwangsstopp eine Pause gegeben und bemerken dürfen, was das verändert hat. Aktuell hat das aber noch zu wenig unser Verhalten nachhaltig verändert.

**Es dominiert aber in unseren Köpfen ein Neubewusstsein im Umgang mit unserem Planeten.**

# Die Auswirkungen der Megatrends

# Die Trend Auswirkungen

**Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit nicht nur individueller Lifestyle sondern gesellschaftliche Bewegung.**

**Der Mensch re-integriert sich in das Ökosystem Erde.**

**Nachhaltigkeit bedeutet klüger, nicht weniger.**

**Unser Wirtschaftssystem verändert sich zum Wertesystem.**



## Neo Ökologie

Wir erleben ein neues Werte-Set, das stark in unseren Alltags hineinwirkt.

Das Thema „Nachhaltigkeit“ bringt neue Codes für unsere globaler denkende Gesellschaft, unsere Kultur und Politik.

Jegliches Wirtschaftssystem muss sich gezwungenermaßen fundamental neu ausrichten.

# Die Trend Auswirkungen

**Fortschreitende Vernetzung braucht Antworten hinsichtl. Vertrauen und Sicherheit.**



© Surface/ Unsplash

**Digitalisierung ist ein sozio-technischer Prozess.**

**Immer relevanter: Digitale Geschäftsmodelle und die Gestaltung von Produkten und Services.**

**Es kommen: zukunftsfähige Businessmodelle, echte Innovationen, wegweisende Arbeits- und Produktionsprozesse.**

## Konnektivität

Der Megatrend Konnektivität ist DAS dominante Grundmuster des gesellschaftlichen Wandels im 21. Jahrhundert.

Vernetzte Kommunikationstechnologien verändern unser Leben, Arbeiten und Wirtschaften.

Das verändert soziokulturelle Bezüge, Lebensstile (z.B. New Work), Verhaltensmuster und Geschäftsmodelle.

# Die Trend Auswirkungen

Die Sinnfrage wird zentral.  
Das Lösen von Zukunftsaufgaben bestimmt unser Tun und stiftet Sinn.

Die 30-Stunden-Woche wird die „neue Vollzeit“ u.z. nicht als Wochenkontinuum, sondern als flexibles Kontingent.

Remote Work macht das Büro attraktiver. Das Büro wird für Co-Creation und Co-Working Fläche.



## New Work

Der krisenbedingte Digitalisierungsschub fördert neue Arbeitsstrukturen.

Das Work-Life-Learn-Blending, mehr Kollaboration & Remote Working etablieren sich. Unternehmen werden agiler und adaptiver.

**Work-Life-Blend: Grenze zwischen Arbeits- und Privatleben verschwindet.**

# Die Trend Auswirkungen



**Geschlechterrollen lösen sich auf. Mütter kehren schneller und stärker in die Erwerbsarbeit zurück. Väter gehen häufiger in Eltern/ Teilzeit.**

**Diversität wird normal. Frauen behaupten sich in Führungspositionen und beanspruchen diese.**

## Gender Shift

Das Geschlecht verliert seine schicksalhafte Bedeutung und bestimmt weniger über den Verlauf einer Biografie. Die polarisierenden Spannungen sind am Höhepunkt zwischen einer längst etablierten Gleichbehandlung und orthodoxen Traditionalisten.

**Alle Geschlechter sind lebenslang gefordert.**

**Gender-based Marketing funktioniert immer weniger, ebenso wie genderspezifische Produkte und Ansprachen.**

# Die Trend Auswirkungen

Das "Ich im Kontext" von Beziehungen steht im Mittelpunkt: Co-Individuell im Wir.

Kleinräumige Communitys kooperieren zeit- und ortsunabhängig und werden Leben, Miteinander, Kreieren und Wirtschaft gestalten.



## Individualisierung

= Selbstverwirklichung innerhalb einer einzigartig gestalteten Individualität. Angetrieben durch persönliche Wahlfreiheiten und individuelle Selbstbestimmung.

Persönliche Identitätsbildung steht in keinem Widerspruch zu gemeinschaftsorientierten Blick. Das Ziel: Das bessere Ich. Selbstbewusst, urteilsfähig. Angebote müssen sich an den achtsamen, selbstreflektierten Umgang mit sich selbst richten.

# Feature Sessions

Production - Services - Commerce

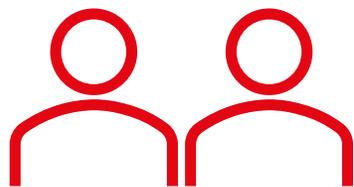


# DIE DREI FEATURE SESSIONS



**3**

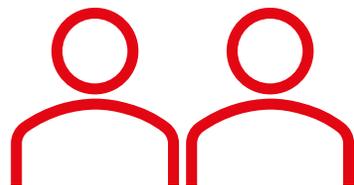
Räume



**2**

Kreative

**+**

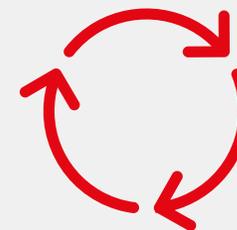


**2-3**

Unternehmen



**60 min.**  
gemeinsamer  
Austausch



**Automatische  
Zuteilung**  
Entsprechend der Anmeldung

# FEATURE SESSIONS: PRODUCTION

Moderation:

**Gertraud Leimüller**



Kreative:

**Sabrina Oswald, futura gmbh, Positionierung & Storytelling**

**Heinrich Lentz, Antimatter, Produktdesign**

UnternehmerInnen:

**Rupert Hofer, Geigenbau-Atelier Rupert Hofer**

**Marcos Valenzuela, Tiberius Mode**

# FEATURE SESSIONS: COMMERCE

Moderation:

**Lena Müller-Kress**



Kreative:

**Cosima Serban, Digital Agentur Cosima Serban, Digitale Kommunikation**

**Martin Huber, Huber Architektur, Architekt und Digitalisierungsexperte**

UnternehmerInnen:

**Katrin Brugger, Sport Blachfelder Sportartikelhandel**

**Marlene Buttenhauser, PurPur Spiel- und Papierwarenhandel**

# FEATURE SESSIONS: SERVICES

Moderation:

**Katrin Roseneder**



Kreative:

**Benedikt Glatzl, Selbstständig, Digitalisierungsexperte & Service Design**

**Florian Bösenkopf, influence.vision, Influencer & Social Media Marketing**

UnternehmerInnen:

**Sabine Lassel, Selbstständige Personal Trainerin**

**Sylvia Rill, JASAGEREI, Wedding Plannerin**

**Elisabeth Brandl, Wedding Vienna, Wedding Plannerin**

# Creative Workshops

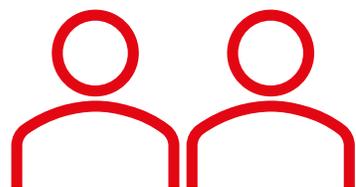


# DIE CREATIVE WORKSHOPS



**6**

Räume



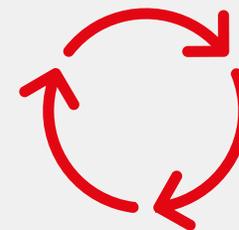
**2**

Kreative



**45 min.**

Pro Session mit  
längerer Pause  
dazwischen



**2 Sessions pro  
TeilnehmerIn**

Automatischer Zuteilung nach  
Präferenz & Verfügbarkeit

**K  
-  
A  
T**

# CREATIVE WORKSHOPS

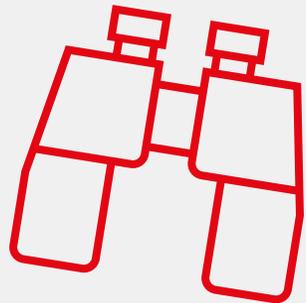
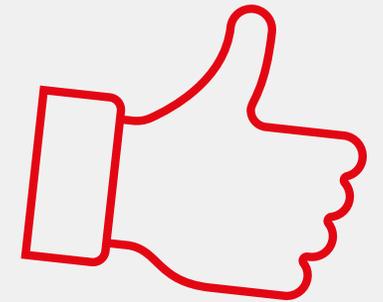


## Angebotsgestaltung

Sofia Podreka und Heinrich Lentz

## Experience Design

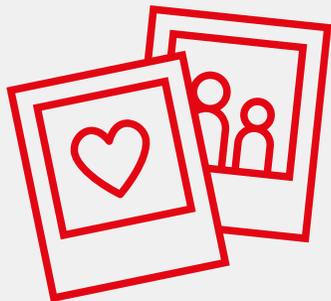
Sergiu Ardelean und Martin Huber



## Service Design

Benedikt Glatzl und Lukas Rössler

# CREATIVE WORKSHOPS

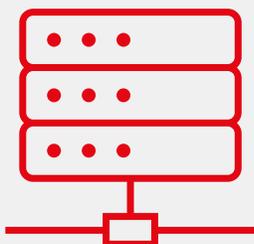


## **Influencer & Social Media Marketing**

Cosima Serban und Florian Bösenkopf

## **Stories & Digitale Kommunikation**

Sabrina Oswald und Benjamin Pazdernik



## **Kundendaten**

Michael Katzlberger und Harald Sattler

★ TURN ★  
IDEAS INTO  
REALITY



*„Ein Geschäftsmodell beschreibt das **Grundprinzip**,  
nach dem eine Organisation  
Werte schafft, vermittelt und erfasst.“*

Osterwalder, Pigneur

# TIPPS FÜR DIE UMSETZUNG

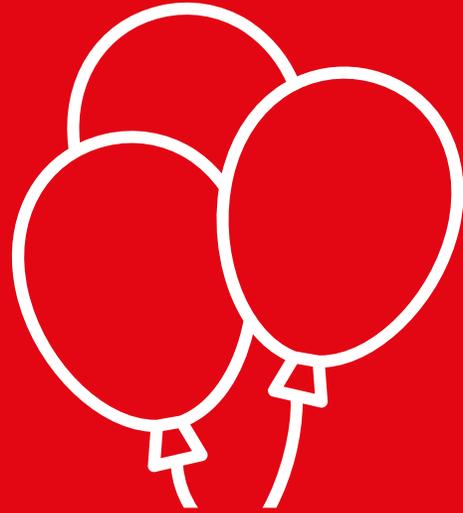
1. **Offenen und ehrlichen Blick von Außen** auf das Unternehmen aktiv einholen!
2. Die **komplette Customer Journey bedenken**, es hört nicht mit dem Verkauf auf!
3. Setze bei all deinen Überlegungen die **Nutzerin / den Nutzer in den Fokus!**
4. Traut euch zu **Experimentieren!**

# RESÜMEE

K  
-  
A  
T

**Michaela Gutmann**

Geschäftsführerin  
Kreativwirtschaft Austria



K  
-  
A  
T

Vielen Dank für die Teilnahme!  
Wir freuen uns auf  
euer Feedback!

# KONTAKTE

## Kreativwirtschaft Austria



Michaela Gutmann  
Geschäftsführerin Kreativwirtschaft Austria (KAT)  
+43 5 90 900-4403, [silvia.schlagenhaufen@wko.at](mailto:silvia.schlagenhaufen@wko.at)



Silvia Schlagenhaufen  
Stv. Geschäftsführerin KAT, Projektleitung  
+43 5 90 900-4403, [silvia.schlagenhaufen@wko.at](mailto:silvia.schlagenhaufen@wko.at)

## winnovation



Gertraud Leimüller  
Moderation, Konzeption Creative Transformation Summit  
+43 670 957 7018, [gertraud.leimueller@winnovation.at](mailto:gertraud.leimueller@winnovation.at)



Katrin Roseneder  
Co-Moderation, Umsetzung  
+43 664 882 288 42, [katrin.roseneder@winnovation.at](mailto:katrin.roseneder@winnovation.at)



Lena Müller-Kress  
Co-Moderation, Umsetzung  
+43 670 607 0573, [lena.mueller-kress@winnovation.at](mailto:lena.mueller-kress@winnovation.at)



Martin Stöger  
Technischer Support  
+43 670 603 1549, [martin.stoeger@winnovation.at](mailto:martin.stoeger@winnovation.at)

# KONTAKTE

## Expertinnen und Experten der Kreativwirtschaft



Sabrina Oswald, futura comm  
Projektmanagement des Events, Positionierung & Storytelling  
[oswalds@futura-comm.at](mailto:oswalds@futura-comm.at)



Benjamin Pazdernik  
Digitale Kommunikation, UX Designer & Strategie  
[mail@benpazdernik.com](mailto:mail@benpazdernik.com)



Martin Huber, Huber Architektur  
Architekt, real & digitaler Gestalter  
[huber@huberarchitektur.at](mailto:huber@huberarchitektur.at)



Sergiu Ardelean, Artivive  
Augmented Reality, creative active product development  
[sergiu@artivive.com](mailto:sergiu@artivive.com)



Heinrich Lentz, Antimatter  
Produktdesign & Connected Experience  
[h.lentz@antimatter.eu](mailto:h.lentz@antimatter.eu)



Sofia Podreka, Dottings  
Product & Industrial Design  
[sofia@dottings.com](mailto:sofia@dottings.com)

# KONTAKTE

## Expertinnen und Experten der Kreativwirtschaft



Cosima Serban  
Social Media Marketing, Digitale Strategien & Media  
[hello@cosimaserban.com](mailto:hello@cosimaserban.com)



Florian Bösenkopf, influence.vision  
Influencer Marketing  
[florian@influencevision.com](mailto:florian@influencevision.com)



Michael Katzlberger, Katzlberger Consulting  
Künstliche Intelligenz, Artificial Creativity  
[michael@katzlberger.ai](mailto:michael@katzlberger.ai)



Harald Sattler, Sattler & Partner GmbH  
CRM Specialist, Daten Experte, Data Analyst  
[sattler@sattler-partner.at](mailto:sattler@sattler-partner.at)



Benedikt Glatzl  
Service Design & Geschäftsmodell Innovation  
[benediktglatzl@gmail.com](mailto:benediktglatzl@gmail.com)



Lukas Rössler, FOSBURY  
Gamification & Experience Design  
[lukas.roessler@fosbury.at](mailto:lukas.roessler@fosbury.at)