

Creative Transformation „Gamechanger Energie“

Mit Kreativschaffenden die Chance zum Wandel nutzen

Die Energiekrise bringt Unternehmen unter Kosten- und Veränderungsdruck. Diese Herausforderungen stellen aber auch die Chance für eine 3-fache Transformation dar, die neue Wertschöpfungspotenziale bietet. Die Kreativwirtschaftsexpert:innen sind dabei Agenten des Wandels.

Kraftvolle Innovation durch Kreativität

In Zeiten des Wandels brauchen Unternehmen neue Ideen und Lösungszugänge und Profs, die Sie bei der Umsetzung begleiten. Mit Kreativ-expertise können Sie Handlungsoptionen erweitern und durchstarten. Kooperationen, Prozesserneuerung, veränderte Geschäftsmodelle und Effizienz sind dabei erfolgskritisch. Wir haben fünf zentrale Schlüsselansätze identifiziert, die Unternehmer:innen in Zusammenarbeit mit Kreati-ven wählen können, um einen Wandel zu vollziehen.

Tipps für das Wirtschaften mit Kreativen >>

Innovative Energiekonzepte

Kreative können dazu beitragen, unternehmensspezifische Anwendungen für technologischen Fortschritt zu finden und cross-sektorale, innovative Energiekonzepte zu entwickeln, die den ökologischen Wandel vorantreiben. Dies umfasst die Gestaltung von nachhaltigen Energieinfrastrukturen, die Nutzung erneuerbarer Energien und die Integration von Umwelttechnologien.

Gesellschaftliche Veränderungen und Bewusstseinsbildung

Kommunikation und Bewusstseinsbildung: Kreative sind entscheidend bei der Kommunikation von Umweltbewusstsein und nachhaltigem Verhalten. Durch kreative Kampagnen und Informationsmaterialien können sie das Bewusstsein für den sinnvollen Umgang mit Energie stärken und Veränderungen im Verbraucher:innenverhalten fördern.

Digitalisierung und Effizienz

Smarte Energieersparungen und -lösungen: Die digitale Transformation ermöglicht die Entwicklung und Implementierung smarter Energielösungen. Kreative können dazu beitragen, digitale Apps, Plattformen und Technologien zu gestalten, die Energieeffizienz fördern, den Energieverbrauch reduzieren und den Einsatz erneuerbarer Energien optimieren.

Der Funke der Innovation: Spannende Potenziale entlang der Wertschöpfungskette



5 Schlüssel zu Ihrer Innovation

Schlüssel #1: Neue Wege zu Kund:innen

Passgenaue Vertriebswege und -modelle zur Verkürzung der Wertschöpfungskette

Angepasste Vertriebswege und Modelle helfen Unternehmen, flexiblere Preise zu setzen und langfristigen Erfolg zu sichern. Kreative unterstützen dabei, Kund:innen besser zu verstehen und neue Vertriebswege zu finden. Sie wissen auch, wie man wichtige Partner:innen findet und erfolgreiche Kooperationen für Marketing, Kommunikation und Lieferung aufbaut.



Andreas Lindorfer
Culinarius Entwicklungs und Innovations GmbH
www.culinarius.at

„Mut zur Flexibilität: Kreative Vertriebswege erschließen.“

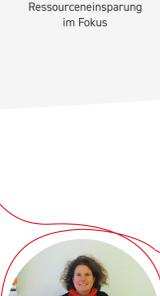
„Unternehmen sind häufig nicht so vertraut mit dem Out-of-the-Box-Denken, um neue Vertriebswege und -modelle zu finden. Mit Kreativmethoden können Denkmuster aufgebrochen werden.“

- Betriebswirtschaftliches Know-how ist entscheidend
- Diversifikation macht krisenresistent
- Kooperation als Schlüssel zum Erfolg
- Kreative Unterstützung für neue Wege
- Leitfragen zur Identifizierung neuer Wege

Schlüssel #2: Durch Kreisläufe Ressourcen sparen

Schließen von Materialkreisläufen und Nutzung von Reststoffen, um wertvolle Ressourcen zu sparen

Ressourcensparen ist nicht nur umweltfreundlich, sondern hilft Unternehmer:innen auch, Kosten zu senken und vorhandene Ressourcen effizienter zu nutzen. Das kann die Reduzierung von Abfall, die Wiederverwertung von Resten und das Sparen bei Verpackungen in der Produktion und bei Produkten selbst umfassen. Kreative können hier helfen, die Situation zu analysieren, konkrete Fragen zur Einsparung von Ressourcen zu stellen und potenzielle Kooperationsmöglichkeiten aufzudecken. Mit kreativen Methoden und Designprozessen unterstützen sie dabei, maßgeschneiderte Ansätze für jedes Unternehmen zu entwickeln.



Andrea Lunzer
Future Proof Studio
www.futureproof.at

„Effizienz durch gezielte Fragen.“

„Vor allem kleine Unternehmen holen sich viel zu selten Hilfe. Einerseits wissen sie weder wo noch wie. Andererseits sind sie so in ihrem Tagesgeschäft gefangen, dass dafür wenig Platz bleibt. Sich Hilfe zu holen, zahlt sich jedoch aus: Alle erfolgreichen Projekte sind durch das Zusammenspiel unterschiedlicher Kräfte entstanden.“

- Ressourceneinsparung im Fokus
- Nachhaltige Nutzung von Reststoffen

Schlüssel #3: Ressourcen teilen - Kosten sparen

Nutzungsmodelle und Infrastruktur neu denken

Kooperation und das Teilen von Ressourcen bieten in Betrieben eine bedeutende Chance für die Zukunft, insbesondere in einer zunehmend vernetzten und globalisierten Wirtschaft. Durch die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen können kleinere Betriebe Ressourcen wie Technologien, Fachwissen und Marktzugänge gemeinsam nutzen, was sonst aufgrund von Kosten- und Skalierungsbeschränkungen schwer erreichbar wäre. Diese Art der Zusammenarbeit ermöglicht es vor allem auch kleinen Unternehmen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen, indem Sie Zugang zu neuen Märkten und Kund:innen erhalten. Ihre Innovationskapazität durch den Austausch von Ideen und Best Practices steigern und gleichzeitig Kosten durch geteilte Investitionen und Betriebsmittel senken.



Marie-Theres Zirm
cardamom
www.cardamom.at

„Kooperation als Zukunftskompetenz in Zeiten des Wandels“

„Holen wir die Konkurrenz aus der Tabuzone - das ist die Basis für gelingende Kooperation!“

- Unternehmerische Ressourcen teilen
- Teilen statt Besitzen - Sharing Economy
- Gut für die Erde - gut für die Wirtschaft

Schlüssel #4: Glaubhaft nachhaltig

Verbesserte Kommunikation von Aktivitäten im Bereich der Nachhaltigkeit

Zukünftig werden Klimaschutzbezogene Maßnahmen und eine klare, werthaltige Ausrichtung für Unternehmen immer wichtiger. Das ist nicht nur entscheidend, um Ressourcen und Energie zu sparen sowie den Bedrohungen durch den Klimawandel zu begegnen, sondern auch, weil Kund:innen zunehmend erwarten, dass Unternehmen mehr Verantwortung übernehmen. Daher ist es wichtig, dass Kreativexpert:innen dabei helfen können, diese authentisch zu kommunizieren und das Unternehmen entsprechend zu positionieren.



Sabrina Oswald
Futura GmbH
www.futura-comm.at

„Positionierung für die grüne Transformation.“

„Der wirkungsvollste Kommunikationsaufsatz für nachhaltiges Wirtschaften ist sicherlich: Ich glaube, was Du sagst, weil ich sehe, was Du tust.“

- Klarheit schaffen und kommunizieren
- Einen „Haltungskompass“ festlegen
- Schulung der Mitarbeiter:innen

Schlüssel #5: Neue Angebote

Produktinnovationen und Angebotsgestaltung am Puls der Zeit

Um Ressourcen zu schonen, Energie zu sparen und um Umweltfreundlichkeit zu fördern, ist die Entwicklung neuer Produkte und Angebote ein effektiver Hebel. Durch diese Maßnahme kann man flexibel auf Veränderungen reagieren, interessante Angebote schnüren und auch umweltschonendere Ressourcen und Herstellmethoden entdecken. Kreative können hierbei mit kreativen Methoden helfen, um Innovationen voranzutreiben, die zu Ihrem Unternehmen passen und gleichzeitig neue Kund:innen ansprechen.



Isabell Goller
Estuar OG
www.estuar.at

„Produktinnovationen und Angebotsgestaltung am Puls der Zeit.“

„Mit offenen Augen durch die Welt gehen und den Kontext und die Bedürfnisse der Menschen stets beobachten.“

- Ausrichtung durch klare Vision
- Analyse von Zielgruppen und Trends für nachhaltigen Erfolg
- Design Thinking für kundenzentrierte Innovation

Kreativ + Wirtschaft = Effekt

Kraftvolle Impulse der Kreativwirtschaft

Marketing und Storytelling

Das Fachwissen in verschiedenen Marketingdisziplinen, einschließlich Marktforschung, Werbung, Positionierung, Markenkommunikation und Storytelling. Ebenso die Erstellung von ansprechendem und relevantem Inhalt, oft im digitalen Kontext, um Zielgruppen zu erreichen und zu engagieren.

Datennutzung und Digitalisierung

Die Integration von digitalen Technologien in Geschäftsprozesse und -modelle, um Effizienz zu steigern, Ressourcen zu sparen und innovativen Lösungen anzubieten. Hier kann v. a. auch Künstliche Intelligenz künftig eine verstärkte Rolle zu z. B. in der Analyse und Nutzung von Daten spielen.

Positionierung und Branding

Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens identifizieren und sich dementsprechend positionieren und somit von der Konkurrenz abgrenzen.

Produkt- und Service-design

Die gestalterische Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, um ihre Funktion, Ästhetik und Benutzer:innenfreundlichkeit zu optimieren.

Experiencedesign und Interaktionsdesign

Die Gestaltung von ganzheitlichen Erfahrungen für Nutzer:innen und Kund:innen, um positive emotionale Reaktionen und langfristige Bindungen zu fördern.

Vertriebskanäle und -modelle

Identifikation und Entwicklung von passgenauen Vertriebsstrategien, -kanälen und -modellen entsprechend den Zielgruppenbedürfnissen und der Unternehmensstrategie.

Circular Design

Ein gestalterischer Ansatz, der darauf abzielt, Produkte und Prozesse über die gesamte Lebenszeit so zu gestalten, dass eine erneute Verwendung der Ressourcen ermöglicht wird und sie so in einem Kreislauf erhalten werden.

Frugal Innovation

Bedeutet, eine Strategie für Innovation zu entwickeln, die darauf abzielt, kostengünstige und effiziente Lösungen für komplexe Probleme zu finden. Das geschieht oft in Umgebungen, in denen es an Ressourcen mangelt.

Employer Branding

Die Gestaltung und Positionierung der Arbeitgeber:innenmarke, um Talente anzuziehen, zu binden und ein positives Image als Arbeitgeber:in zu schaffen.

Change-Management

Die systematische Planung und Umsetzung von Veränderungsprozessen in Organisationen, um eine reibungslose Anpassung der Mitarbeitenden und Strukturen sicherzustellen.

Green Marketing

Die Unternehmensstrategie im Sinne der Nachhaltigkeit ausrichten und Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen und bei den Kund:innen schaffen.

Verpackungsdesign

Die kreative Gestaltung von Verpackungen, um Produkte visuell ansprechend zu präsentieren und gleichzeitig praktische Aspekte wie Schutz und Handhabung zu berücksichtigen.

Geschäftsmodellentwicklung

Die Gestaltung eines ganzheitlichen Konzepts, das den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen sichert und einen Mehrwert für Kund:innen schafft.

Kooperationen und Partnerschaften

Strategische Herangehensweise bei Suche, Auswahl und Umsetzung von Partnerschaften, z. B. zur Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette.