

Wachstumsfelder

Neues Wachstum Strategie

Venture Prototyping

Möglichkeitenräume und Business Opportunities öffnen

Business Pretotyping

Pretotypen vor Prototypen

11

Differenzierung statt more of the same

Mut zu Business Experimenten

Design Doing statt Design Thinking

Trial and Error

Risiko muss nicht vermieden, sondern gemanaged werden

Langer Atem statt Quick-Wins

Schneller lernen – New Build Cycle: Build, Measure, Learn

Weiterentwickeln und immer weiter lernen

Widersprüche aushalten

Resilienz durch Scheitern

Activist Mindset

2

Es muss sich etwas ändern

Zum Treiber neuer Dynamiken werden anstatt sich treiben zu lassen

Mut zu disruptiven Ideen

Der heilige Gral: Innovationen, die disruptiv sind und Sinn machen

Purpose Innovation

Purpose getriebenes Handeln

Innovation mit Haltung

Sinn & Bedeutung stiften

Neue Ansprüche

5

Zukunftsfähig innovieren

Wirtschaftlichkeit rechtfertigt nicht alles

Proof of Future Potential statt Proof of Business

12

Digital, nachhaltig und nicht auf Kosten anderer

Neues Wachstum

Wertegetriebene Veränderung

Business Haltung

1

Paradigmenwechsel statt Stagnation

Verantwortlich handeln

Selbst zum Vorbild werden

Agil denken & handeln

Organisation denkt Menschen zentriert

Ist alleinige Konzentration auf User Needs noch zeitgemäß?

Neue Zielgruppen

Es braucht Mehrwert

Hybride Realitäten

Digitaler und analoger Raum parallel denken

Diversity ernst meinen

6

Menschenzentriertes Denken und Handeln

Intersektionale Business Metriken

Krisen als Katalysatoren nutzen

Klimakrise Indizes

Neue Business Metriken

8

Globalisierung

Globale Konzepte lokal denken

Sustainability Mindset

Planet Centered muss New Normal werden

Product to Service

Interdisziplinarität

Kulturwandel

Durch Vertrauen und radikale Ehrlichkeit miteinander wachsen

Minimal Viable Data

Kundendaten für den Vorteil der Kund:innen nutzen

Daten steuern anstatt sich von ihnen steuern zu lassen

Data Impact

Digitalisierung ja aber ohne Überschreitung ethischer Grenzen

Digitale Ethik

9

Data Driven aber Society Centered

Neue Maßstäbe etablieren statt blind alten Maßstäben folgen

Regularien voraus sein

Metric Centered Business

Systemische Herausforderungen als Chance nutzen

Taxonomien in Potenziale verwandeln

Open Source statt Shut Down

Plattformen

Wertschöpfungsnetzwerk

Wissenspool

Wissen teilen und vermitteln

Silos aufbrechen

4

Schnittmengen zwischen Branchen und Industrien als Wachstumsraum sehen

Von B2B zu B2C Ecosystem to Human

Partnerschaften

Industries Blurring

3

Allianzen bilden

Business Kollaboration

Konkurrenz und Wettbewerb sind überholt

Kollaborative Wirtschaft