

Sommer-Bergsport der Zukunft - Trendanalyse und Entwicklung eines Ideenbewertungsmodells

Studiengang: EMBA Innovation Management

Innovationen sind ein elementarer Erfolgsfaktor im stetig härter werdenden Wettbewerb. Nur Unternehmen, welche es schaffen, neue Wettbewerbsvorteile zu gewinnen, sind langfristig erfolgreich. Auch ein Schweizer Anbieter von alpinen Outdoor-Aktivitäten ist auf innovative Ideen für die Angebotsentwicklung im Sommersegment angewiesen. Doch wie lassen sich erfolgversprechende Ideen systematisch finden?

Ausgangslage

Das traditionsreiche KMU ist während der Wintersaison mit der klassischen Skischule gut ausgelastet. Der Sommerbetrieb hingegen ist noch ausbaufähig und benötigt innovative Ideen, um Gäste auch in den schneefreien Monaten für alpine Outdoor-Aktivitäten begeistern zu können. Die anhaltende Corona-Pandemie und damit der Wegfall der Wintersaison 2020/21 hat die Situation verschärft. Der Bedarf an ausgleichenden Sommerangeboten ist für das Weiterbestehen des Unternehmens noch bedeutender geworden.

Zielsetzung

Im Rahmen der Masterarbeit wurde für den Outdoor-Anbieter eine Trendanalyse durchgeführt sowie die Bewertung von künftigen Angebotsideen strukturiert. Konkret sind die Trends in Bezug auf neue alpine Sommeraktivitäten analysiert und auf das Unternehmen adaptiert. Ebenfalls werden Empfehlungen zum künftigen Einsatz der Trendanalyse abgegeben. Zur Bewertung von Angebotsideen sind zudem Hilfsmittel ausgearbeitet und beispielhaft mit Ideen belegt.

Vorgehen / Methodik

Die Trendanalyse sollte die Frage beantworten, welche Trends für den Outdoor-Anbieter hinsichtlich neuer alpiner Sommeraktivitäten relevant sind und ob die Methodik ein geeignetes Hilfsmittel für das Detektieren neuer Angebotsideen ist. Dazu wurden die Trends beschrieben sowie einer Eignungseinschätzung in Bezug auf das betroffene Unternehmen unterzogen. Anschliessend erfolgte die Visualisierung der Bewertung inklusive der Ableitung von Handlungsempfehlungen. Dazu wurden sowohl Primär-, als auch Sekundärquellen hinzugezogen.

Durch die Trendanalyse alleine erzielt ein Unternehmen noch keine Umsatzsteigerung. Erst die Ableitung von neuen Angeboten generiert Mehrwert. Für die systematische und einheitliche Bewertung von Angebotsideen wurde deshalb ein funktionales, auf das

Unternehmen abgestimmtes Ideenbewertungsmodell entwickelt und getestet.

Ergebnisse

Die Trendanalyse ist ein möglicher Weg, um Inputs für neue Angebotsideen zu generieren. In der Masterarbeit wurden systematisch 30 Trends untersucht und in vier Handlungsempfehlungen eingeteilt: handeln, vorbereiten, beobachten und ignorieren. Rund fünf Trends erfordern ein zeitnahes Handeln und sind bei der Angebotsentwicklung entsprechend zu fokussieren.

Das entwickelte Ideenbewertungsmodell ist funktional und einfach anwendbar. Konkret wurde für den Outdoor-Anbieter ein dreistufiges Filterverfahren erarbeitet. Die interne Grobbewertung führt eine erste Beurteilung auf Muss-Kriterien durch und vergleicht mehrere Ideen in einer Nutzwertanalyse. Beim zweiten Filter werden die Konsumenten durch Experimente in die Bewertung mit einbezogen. Anschliessend erfolgt die Endauswahl basierend auf Finanzkennzahlen. Sämtliche Filter wurden mit Hilfsmittel ergänzt und getestet.

Fazit

Unbestritten ist die Tatsache, dass ein Unternehmen sein Angebotsportfolio laufend an die Kundenbedürfnisse anpassen muss, um langfristig überleben zu können. Für den Outdoor-Anbieter ergeben sich aus der Masterarbeit vier grundlegende Handlungsempfehlungen: Der Schwerpunkt bei der Ideengenerierung ist auf die Trends mit hohem Potential und Relevanz zu legen. Ebenfalls ist die Trendanalyse jährlich zu aktualisieren. Darüber hinaus sind weitere Instrumente zur Ideengenerierung und Kreativitätsförderung zu analysieren und zu testen. Abschliessend ist der Ideenbewertungsprozess konsequent anzuwenden und stetig weiterzuentwickeln.



Nadia Cassani