



WYGODA

Themenentwicklung mit dem Matrix-Modell



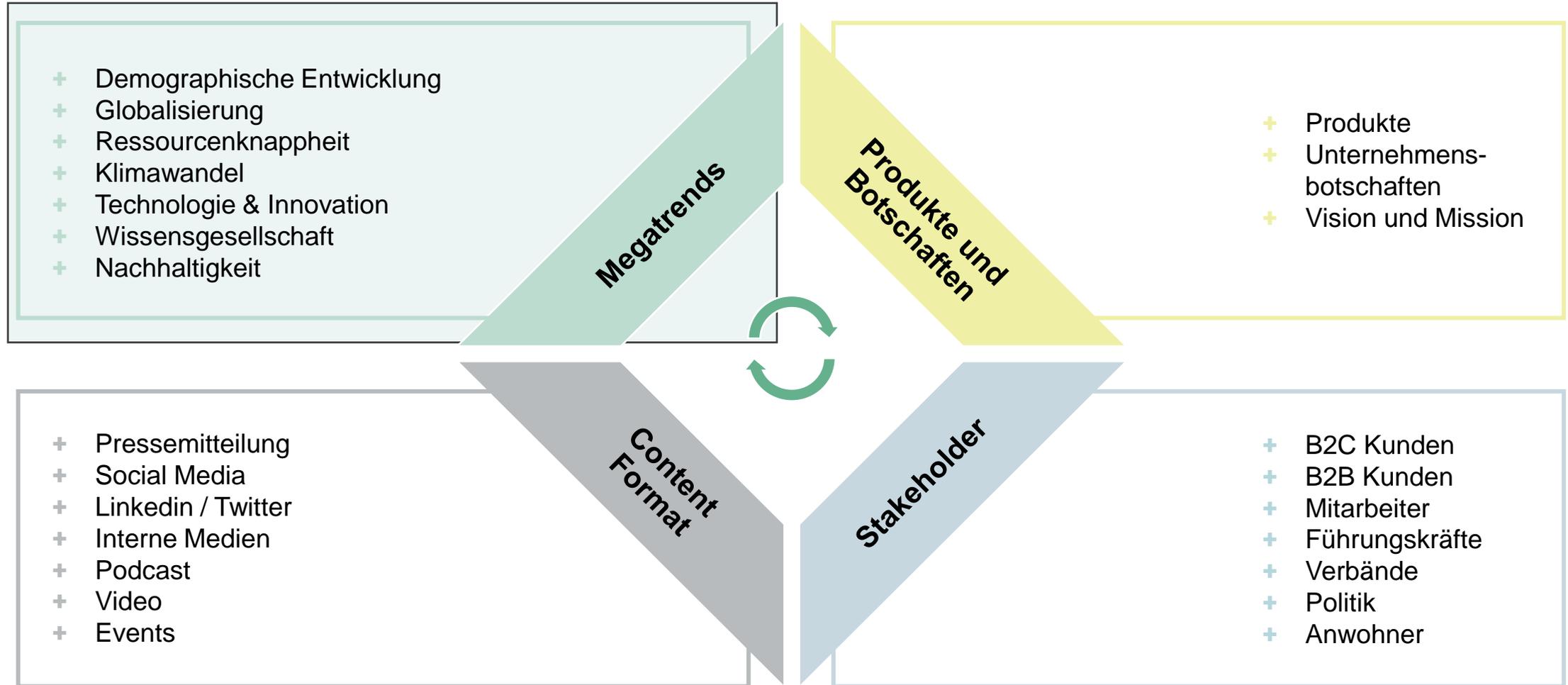
Die Welt innerhalb und außerhalb des Unternehmens

**Themen und
Botschaften für die
Welt „draußen“**

**Einflüsse und
Themen von außen**



Matrix-Modell zur Themenentwicklung





Einsteigen, bitte!

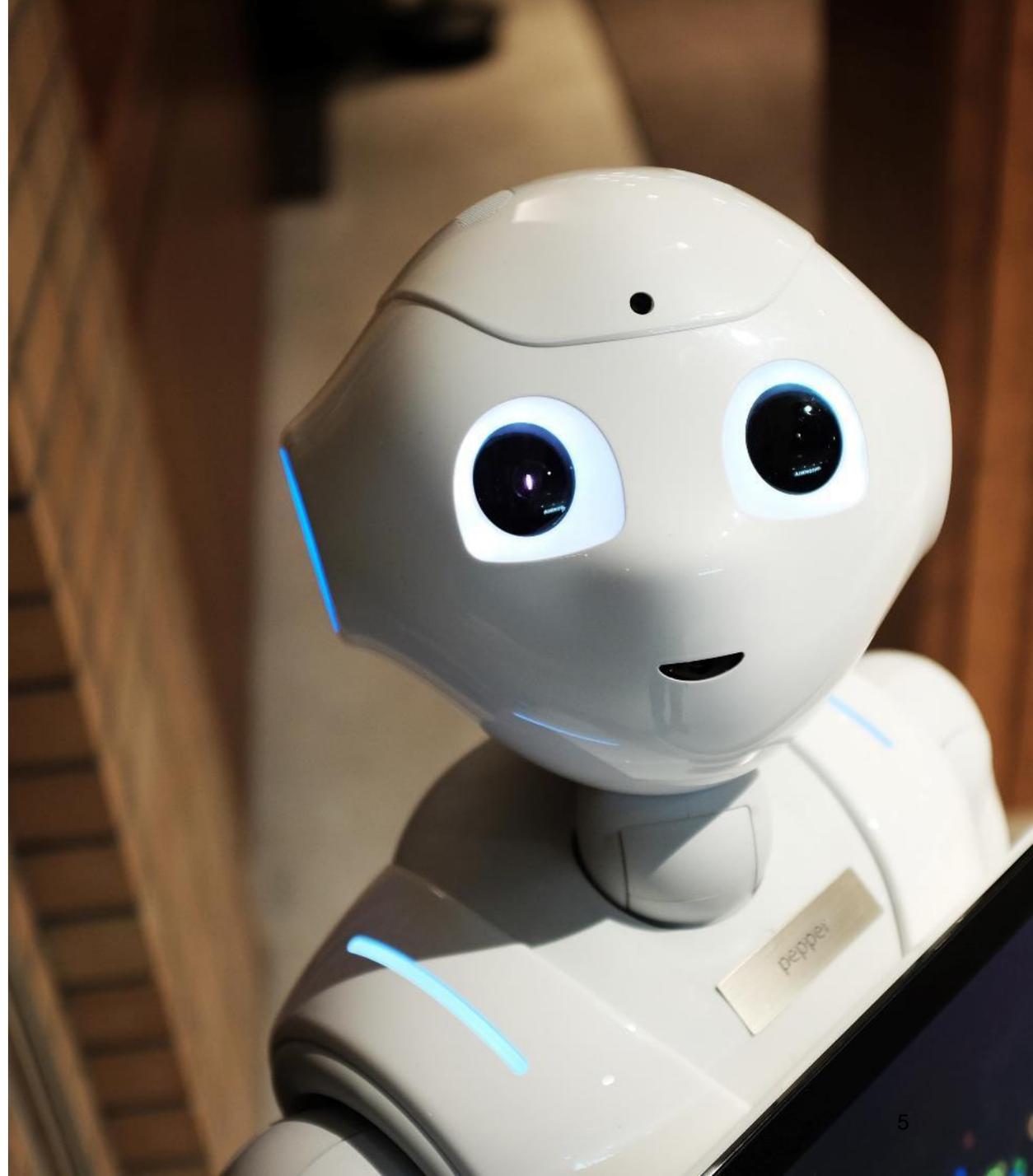
Das Themen-Karussell fährt los

1. Eine Bereich als Startpunkt auswählen
2. Nur 1 Perspektive pro Teilschritt besetzen, z.B. Kundengruppe
3. Kombiniere mit einem zweiten Bereich, z.B. Content, und einem Metatrend. Das sorgt für Relevanz.
Und: Je unwahrscheinlicher die Kombination, desto spannender das Ergebnis!
4. Alle Ideen aufschreiben und auch die zweitbesten Ideen dokumentieren. Das kannst Du später gut recyceln.

MEGATRENDS

Gesellschaftliche Entwicklungen bis 2030 (Auswahl)

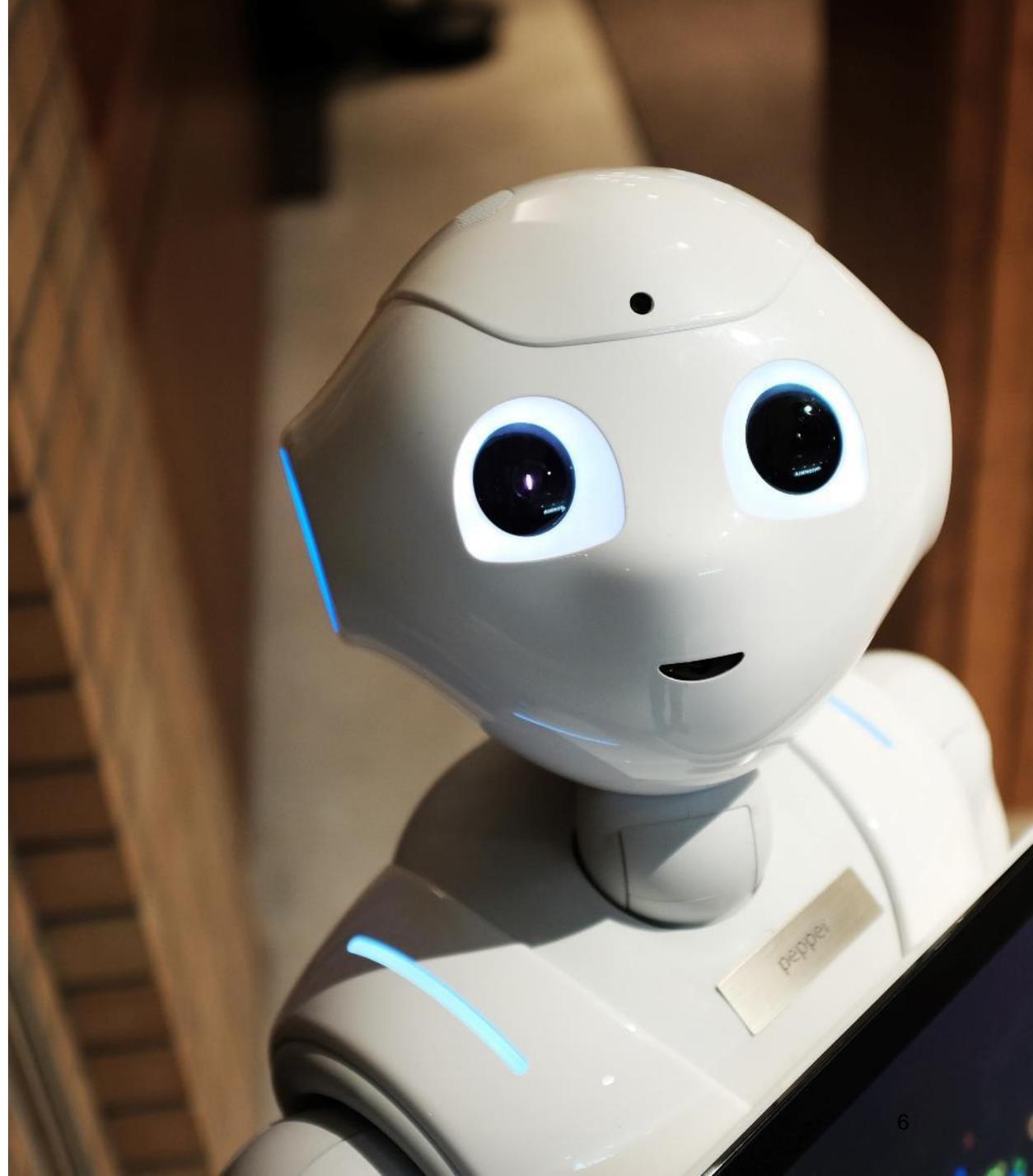
- Digitale Zukunft
- Entrepreneurship
- Globalisierung
- Urbanisierung
- Ressourcenmangel
- Gesundheit
- Demographische Entwicklung
- Klimawandel
- Wissensgesellschaft



MEGATRENDS

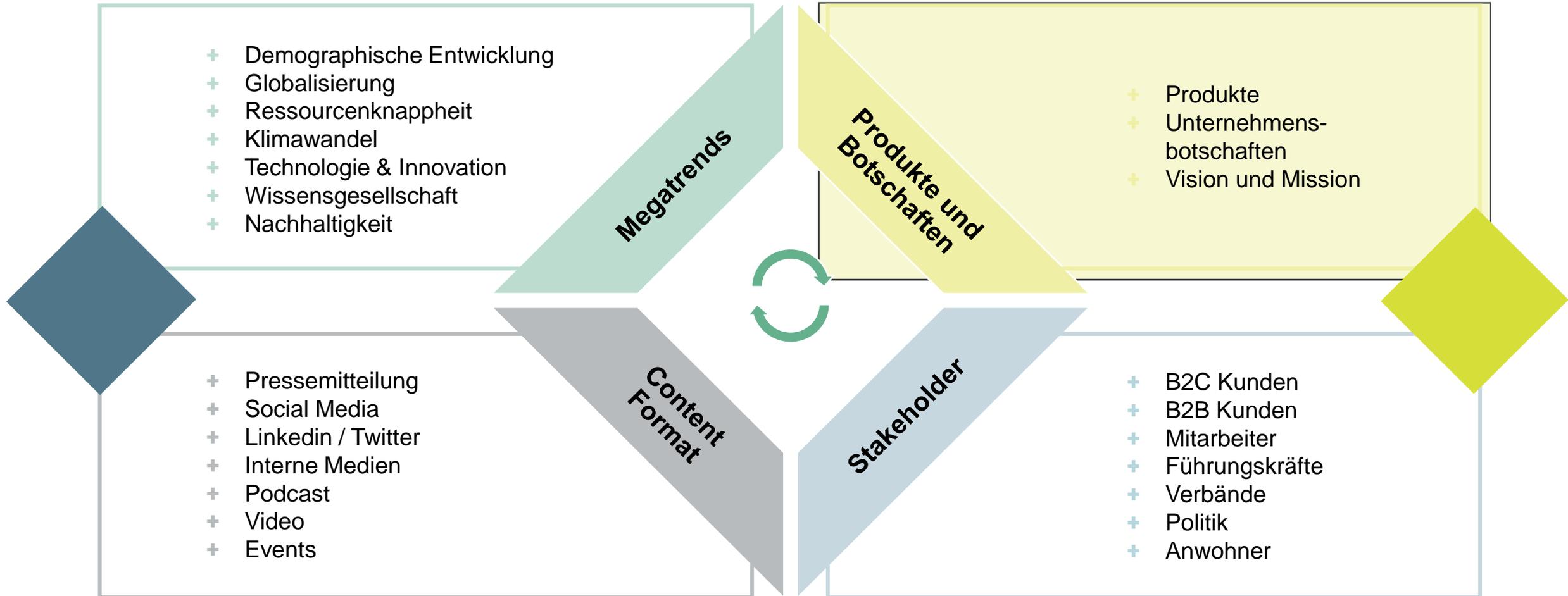
Quellen für weitere, eigene Recherchen:

- <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/Entrepreneurship>
- <https://www.rolandberger.com/de/Insights/Global-Topics/Trend-Compendium/>
- <https://www.cio.de/a/die-6-megatrends-der-zukunft,3260700>
- VDI Studie Ergebnisband:
https://www.bmbf.de/files/VDI_Band_100_C1.pdfRessourcenmanagement





Matrix-Modell zur Themenentwicklung





Deine Produkte und Leistungen

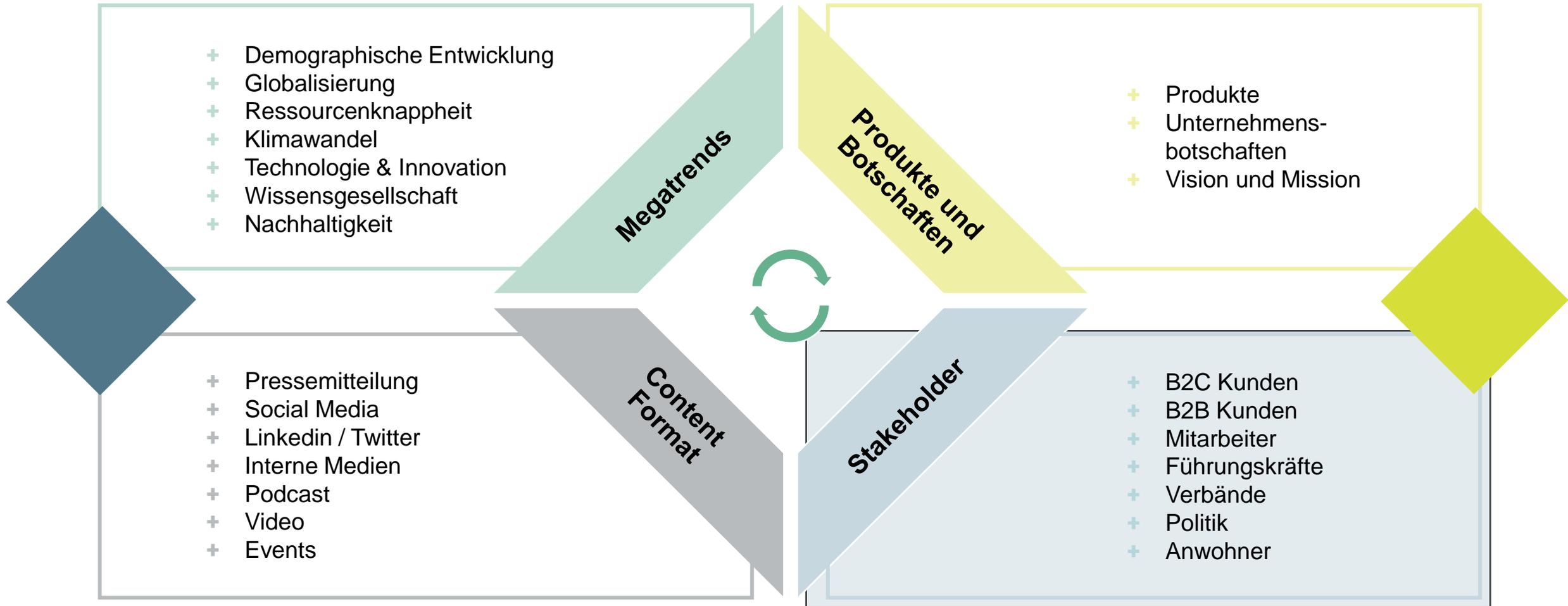
Dein Unternehmen: Vision und Mission

- Wofür steht Dein Unternehmen?
- Was bietet Ihr an?
- Was sollen Kunden kaufen, buchen, etc.?
- Womit verdient das Unternehmen Geld?
- Welche Märkte sind relevant?
- Gibt es verschiedene Produktbereiche?





Matrix-Modell zur Themenentwicklung



Kunden, Partner, Stakeholder

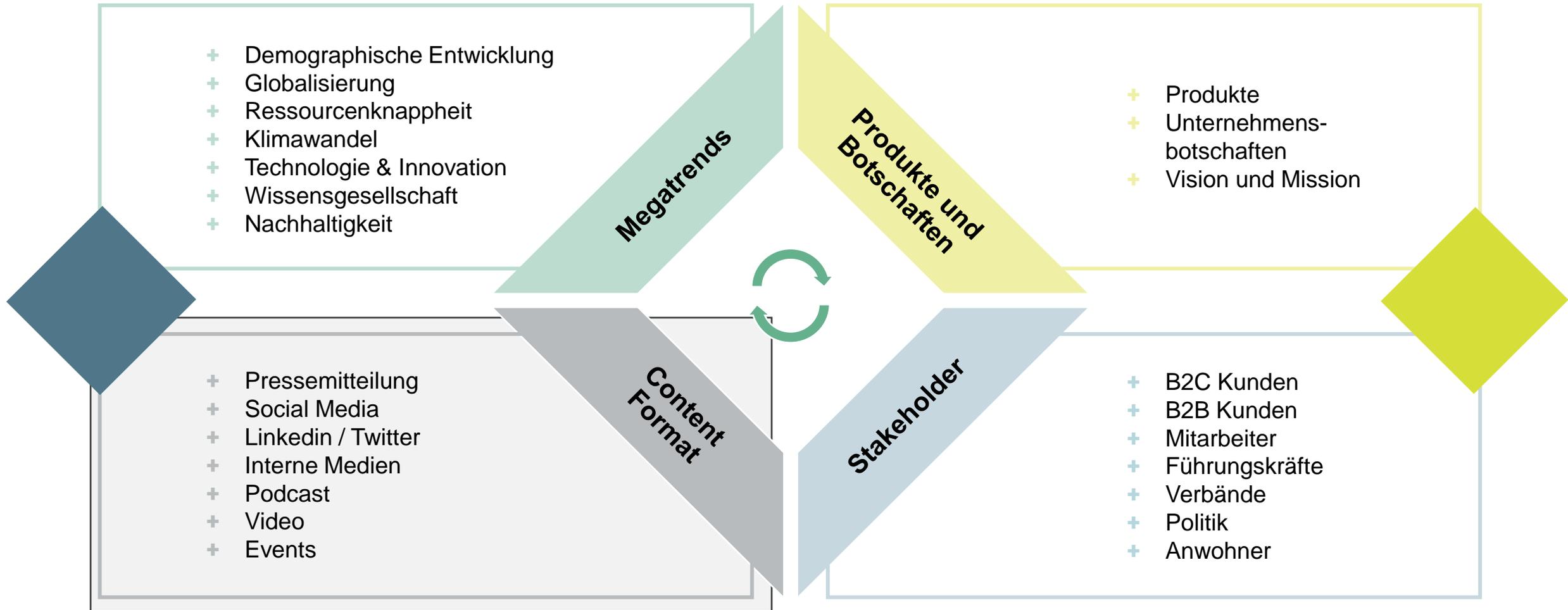
Wer ist für Euren Erfolg wichtig?

- **Privatkunden**
Wie sieht ihre Lebenswelt aus?
- **Geschäftskunden**
Welche Lösung suchen sie?
- **Geschäftspartner / Lieferanten etc:**
Wer ist für das Geschäft essenziell?
- **Sind politische Entscheidungsträger bedeutsam?**
Welche sind das? Was ist ihr Ziel?
- **Hat die Stadt oder Kommune wichtige Interessen in unserem Geschäft?**
Welche Bedürfnisse haben Anwohner usw.?





Matrix-Modell zur Themenentwicklung





Medienkanäle und Content-Formate

Das passende Format für den richtigen Kanal

- **Media: owned, earned, paid**
- **Interne oder externe Kanäle**
- **Journalistische Medien**
Zeitungen, Zeitschriften, Radio, TV
- **Soziale Medien**
Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter
- **Video und Audio**
YouTube, Podcast, Insta Stories, Reels, TikTok
- **Events**
- **Weiterbildungsangebote**
- Und noch viel mehr...



WYGODA