



WYGODA

---

# Themenentwicklung mit dem Matrix-Modell



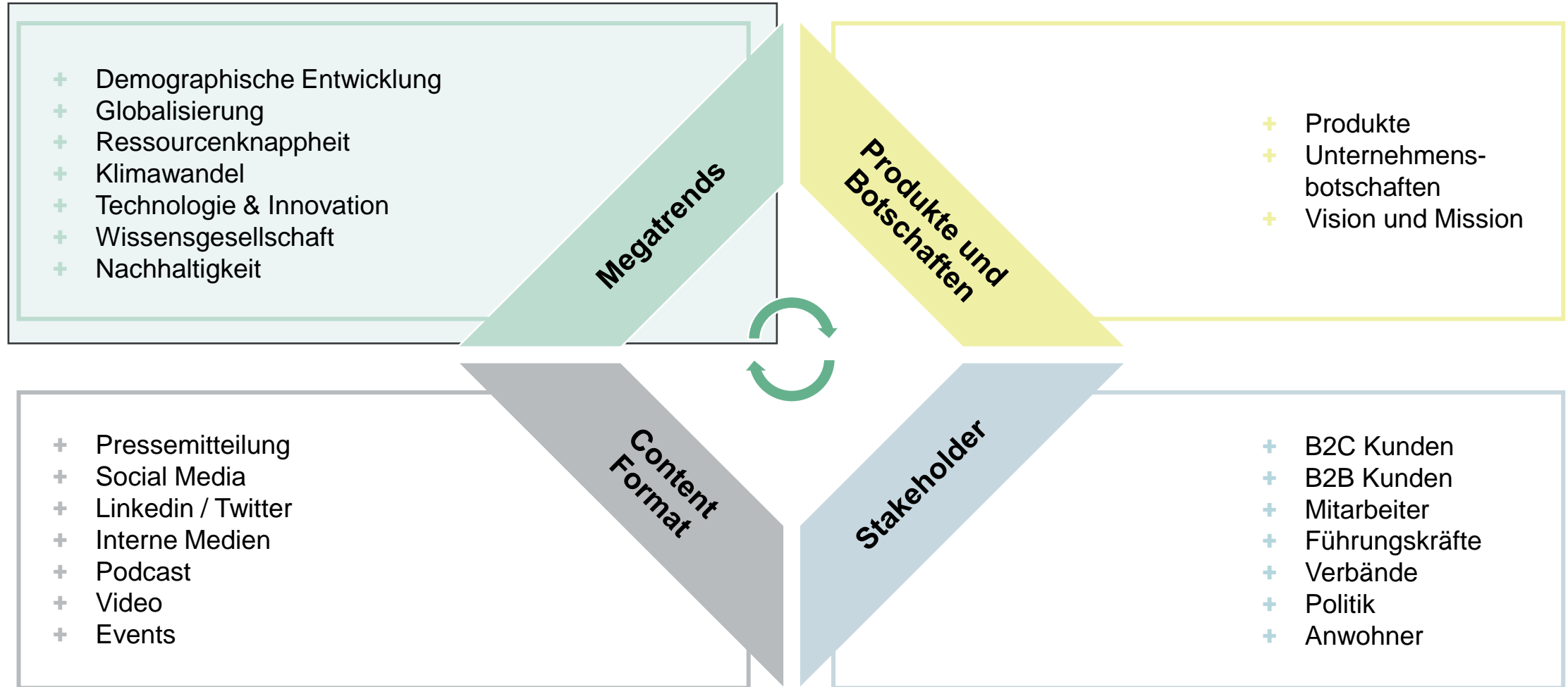
# Die Welt innerhalb und außerhalb des Unternehmens

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

**Einflüsse und  
Themen von außen**



# Matrix-Modell zur Themenentwicklung





# Einsteigen, bitte!

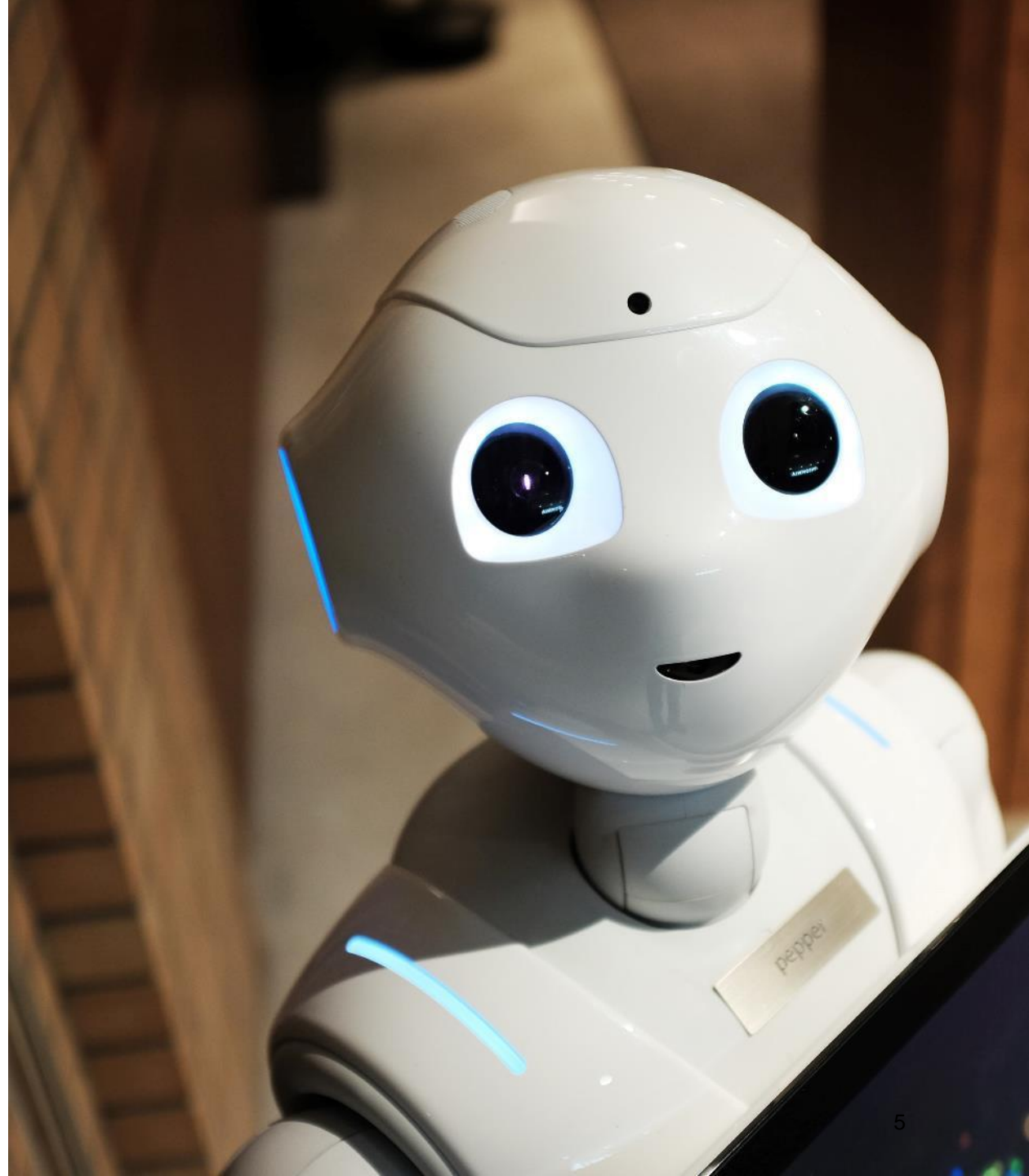
Das Themen-Karussell fährt los

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)

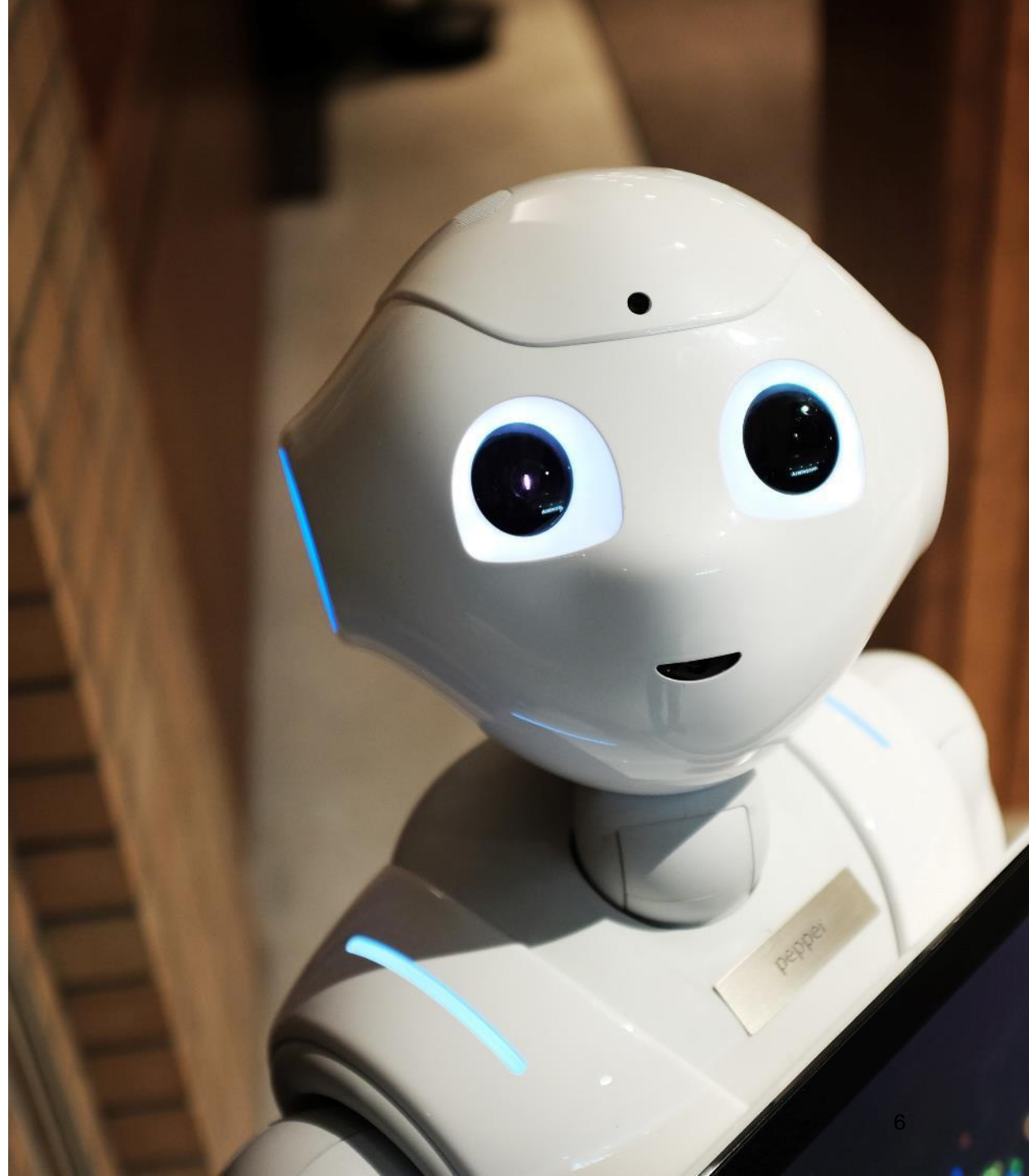
- Digitale Zukunft
- Entrepreneurship
- Globalisierung
- Urbanisierung
- Ressourcenmangel
- Gesundheit
- Demographische Entwicklung
- Klimawandel
- Wissensgesellschaft



# MEGATRENDS

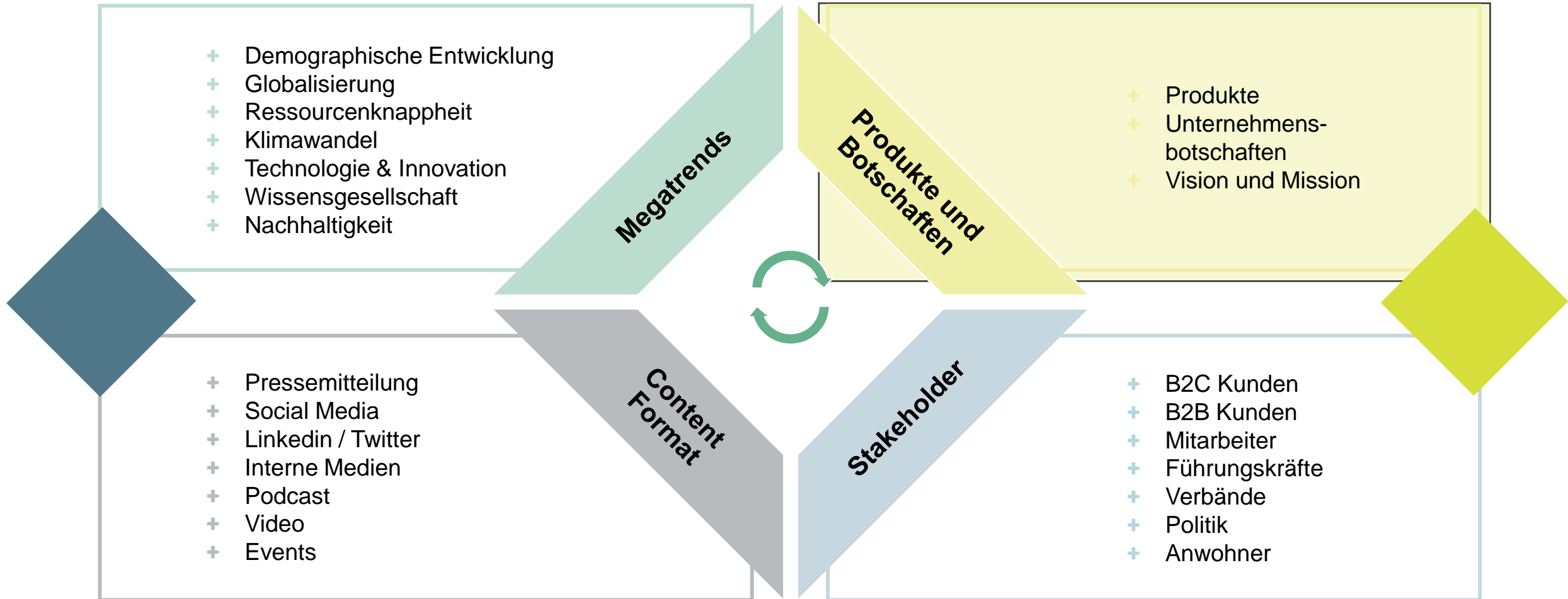
Quellen für weitere, eigene Recherchen:

- <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.pdf](https://www.bmbf.de/files/VDI_Band_100_C1.pdf)Ressourcenmanagement





# Matrix-Modell zur Themenentwicklung





# Deine Produkte und Leistungen

Dein Unternehmen: Vision und Mission

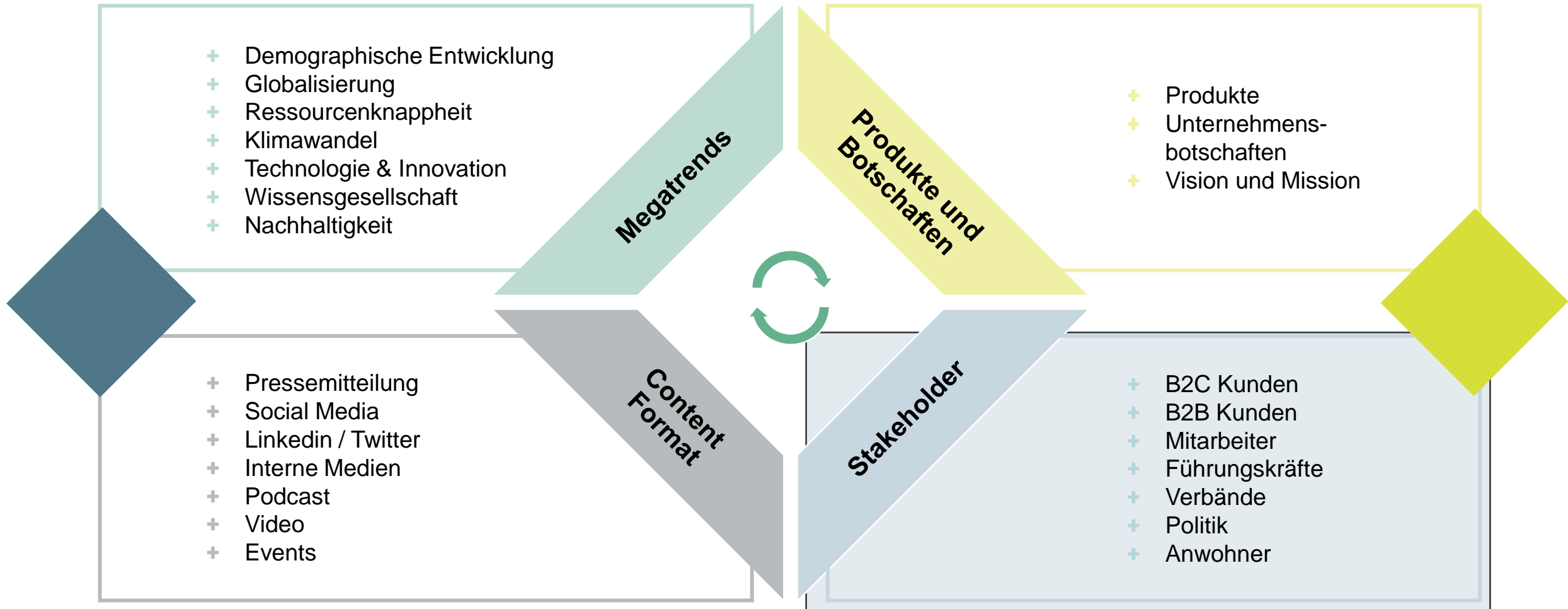
- Wofür steht Dein Unternehmen?
- Was bietet Ihr an?
- Was sollen Kunden kaufen, buchen, etc.?
- Womit verdient das Unternehmen Geld?
- Welche Märkte sind relevant?
- Gibt es verschiedene Produktbereiche?







# Matrix-Modell zur Themenentwicklung



# Kunden, Partner, Stakeholder

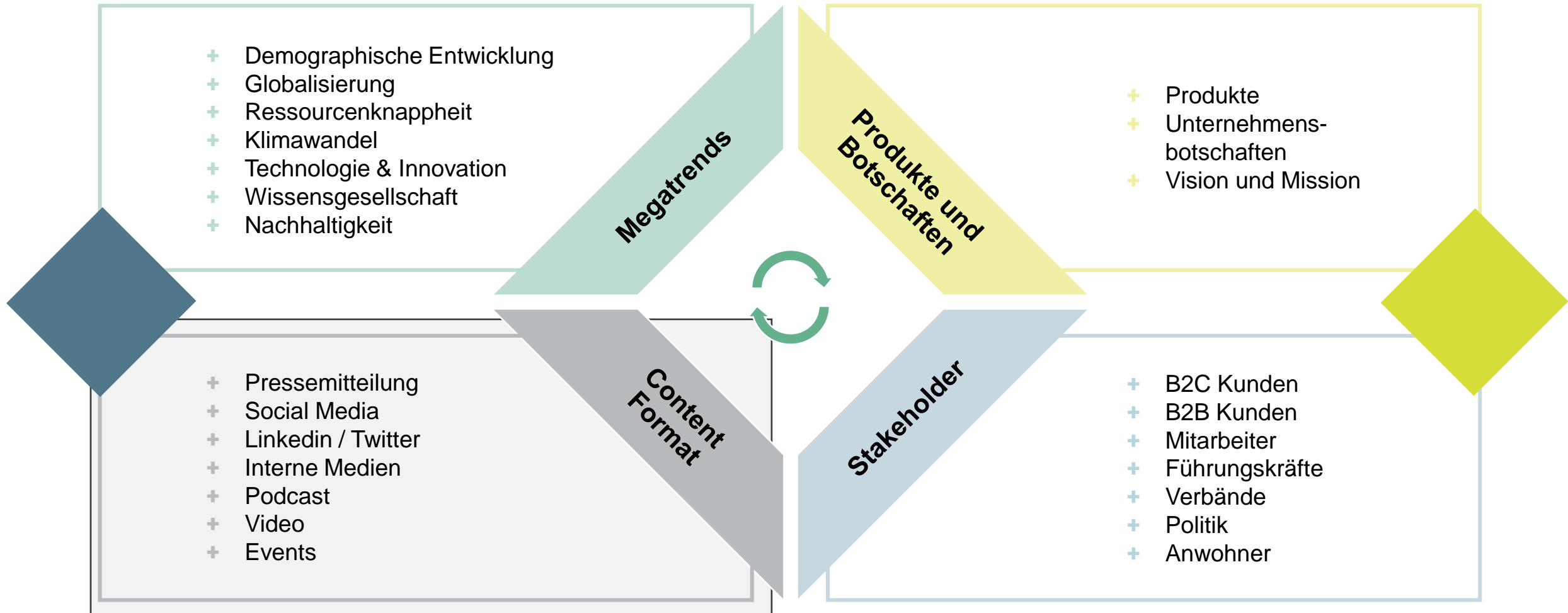
Wer ist für Euren Erfolg wichtig?

- **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