



Trendanalysen für zukunftsfähige Strategien

Die Untersuchung von Trends inspiriert die Unternehmen zum Handeln, und die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen.

Ziel der Trendanalyse ist es, aus relevanten Trends im Markt Strategien und Innovationen abzuleiten. Solche trendbasierten Entwicklungen zielen auf die Identifikation neuer Geschäftsfelder sowie auf die Bestimmung konkreter Produkt- und Dienstleistungsideen für Zukunftsmärkte.

Durch die Berücksichtigung langfristiger Entwicklungen, der so genannten Megatrends, sowie der Analyse der Signale im direkten Unternehmensumfeld schaffen wir ein Fundament an Wissen und Fakten.

Unser breites Netzwerk aus „Thought Leaders“ und Fachleuten gibt uns die Möglichkeit, eine Vielzahl von Perspektiven und Erfahrungen in unsere Analyse einzubringen.

Der Ansatz umfasst die folgenden zwei Hauptbereiche:

1. Unternehmensbezogene Forschung: Für das Unternehmen und seine Ziele relevante Trends werden identifiziert und in Bezug auf die Branche analysiert. Dazu werden relevante Medien und aktuell veröffentlichte Studien ausgewertet und durch gezielte Befragungen von Kunden, Experten etc. ergänzt.
2. Die in der Recherche erarbeiteten Ergebnisse werden in agilen Workshops mit dem Kunden diskutiert und zur Beantwortung der relevanten Fragestellungen weiterentwickelt.

„Aufgabe der Trendanalyse ist es, Orientierungs- und Entscheidungshilfen für das Management eines Unternehmens zu liefern.“



Dr. Carolin Matouschek | Enabler & Director of Market Research

Carolin ist eine erfahrene Marktforschungsexpertin und Enablerin mit viel Erfahrung in der Entwicklung von Wachstumsstrategien für ein breites Spektrum an Kunden. Mit ihrem strukturierten Ansatz im Umgang mit Komplexität und ihrem tiefen Verständnis von technologischen Trends, bringt sie die wesentlichen Erkenntnisse schnell auf den Punkt und liefert pragmatische und konkrete Lösungen. → [in](#)

Bereit für den nächsten Schritt? Kontaktieren Sie uns unter **+49 89 44 99 07 20** oder buchen Sie uns [hier](#).