

• **K** • **M** • **U** •

VERBAND WINTERTHUR UND UMGEBUNG

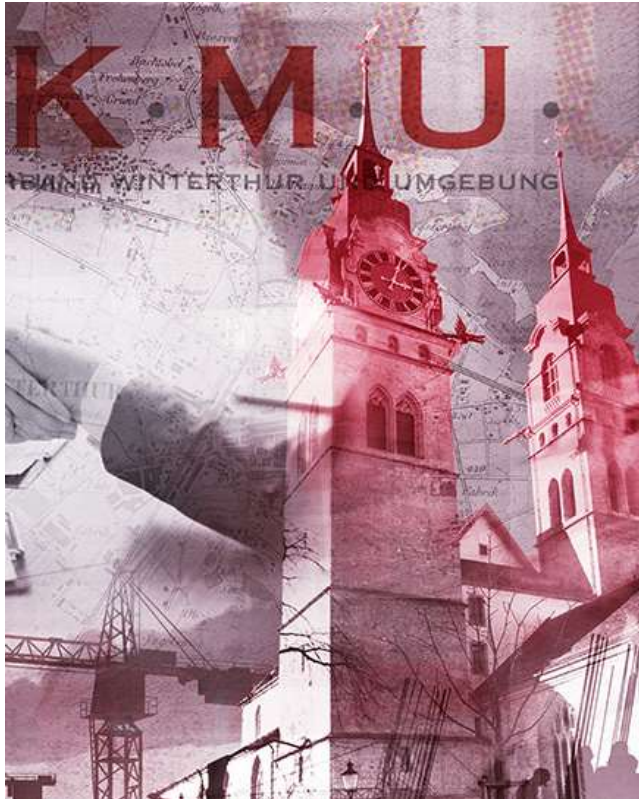
# **KMU-Verband Winterthur im Jahre 2040**

## Workshop vom 22. Juni 2020

Fabian Danko  
Juni 2020



# Übersicht Workshop “Quo vadis KMU-Verband”



- 1 Einführung in den Workshop
- 2 Führen aus der Zukunft
- 3 Workshop “Quo vadis KMU-Verband”
- 4 Schwerpunkte / Aufgabenverteilung
- 5 Apéro riche

# Einstimmung in den Workshop

## Begrüßung / Vorstellungsrunde / Erwartungshaltung



# Workshop "Quo vadis KMU-Verband"

## Orientierung Grosswetterlage

Q3 / 2021

### Vision, Strategie, Ziele

- Operative Konzepte
- Umsetzung

Q2 / 2021

### Mitgliederbefragung

- Erarbeitung Fragebogen
- neue Formate

Q4 / 2020

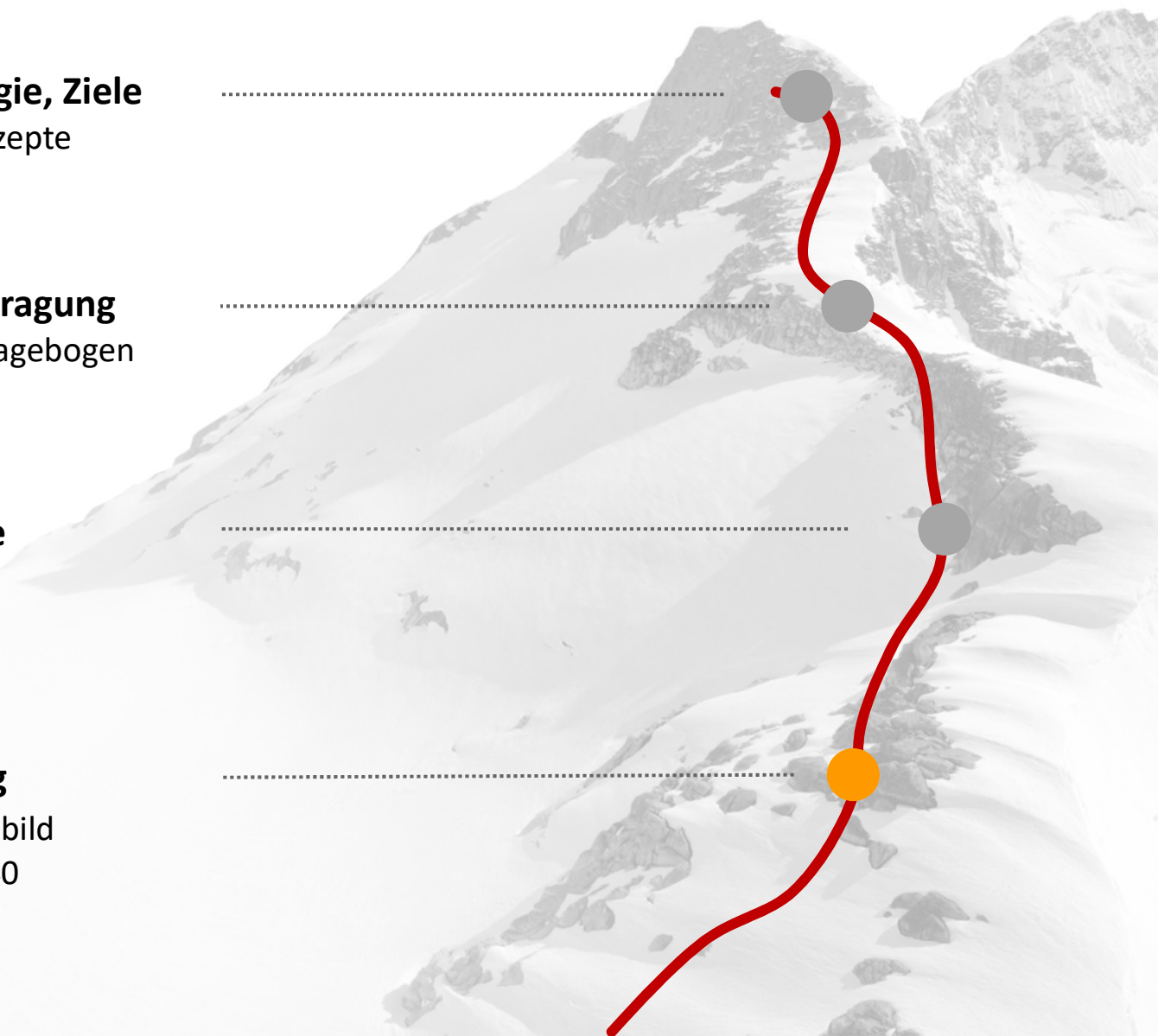
### Konzeptphase

- Schwerpunkte
- Cluster

22.06.2020

### Brainstorming

- Fremd- / Eigenbild
- Wirtschaft 2040

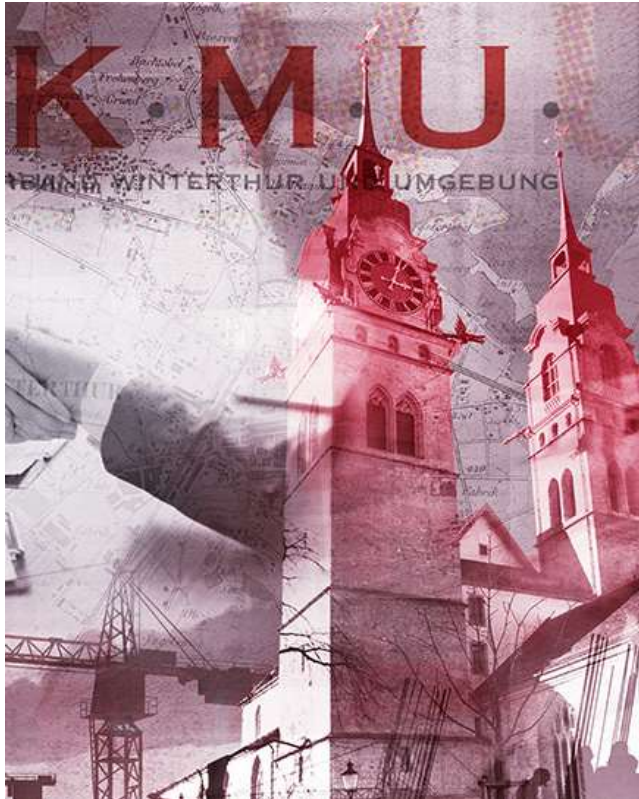


# Workshop "Quo vadis KMU-Verband"

## Entwicklung einer Strategie



# Übersicht Workshop “Quo vadis KMU-Verband”



- 1 Einführung in den Workshop
- 2 Führen aus der Zukunft
- 3 Workshop “Quo vadis KMU-Verband”
- 4 Schwerpunkte / Aufgabenverteilung
- 5 Apéro riche

# Führen aus der Zukunft Einstimmung



# Führen aus der Zukunft

## Megatrend-Map 2.0

### MEGATREND-MAP 2.0

:zukunfts|institut

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielfältig, komplex und vernetzt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendspekte. Sie bilden die Vielschichtigkeit eines Megatrends und die diversen Einflussfaktoren ab, die im Umfeld eines Megatrends wirken.



Megatrends sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben. Ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.



# Führen aus der Zukunft

## Hypothesen zu Wirtschaft 2040

### 4 Hypothesen

- **Partnerschaften**

Vernetzung wird immer wichtiger, alleine kann ein Unternehmen nicht mehr bestehen

**Verbandsaufgabe** = Vernetzung bis hin zu Match-Making Dienstleistungen

- **Digitale Transformation**

Unternehmer haben zu wenig Zeit und Know-How, um digitale Projekte zu implementieren

**Verbandsaufgabe** = Hilfestellung bei Partnersuche und best practice Ansätzen

- **Wandlungsdynamik (VUKA)**

Verband muss Vorreiter sein, was Wandlungsfähigkeit anbelangt

**Verbandsaufgabe** = Wie bleiben Unternehmen agil? Wie bleiben Sie am Puls der Zeit?

- **Fachkräfte**

Fachkräftemangel wird uns die nächsten Jahre weiter begleiten (vgl. Lehrlingskonzept)

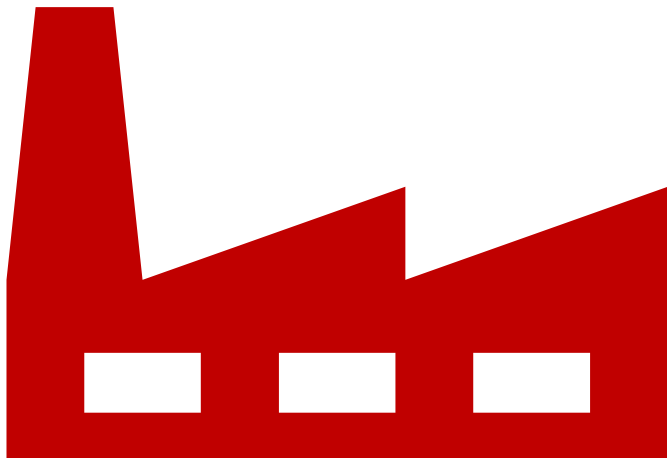
**Verbandsaufgabe** = Aktive Suche nach Fachkräften

# Führen aus der Zukunft

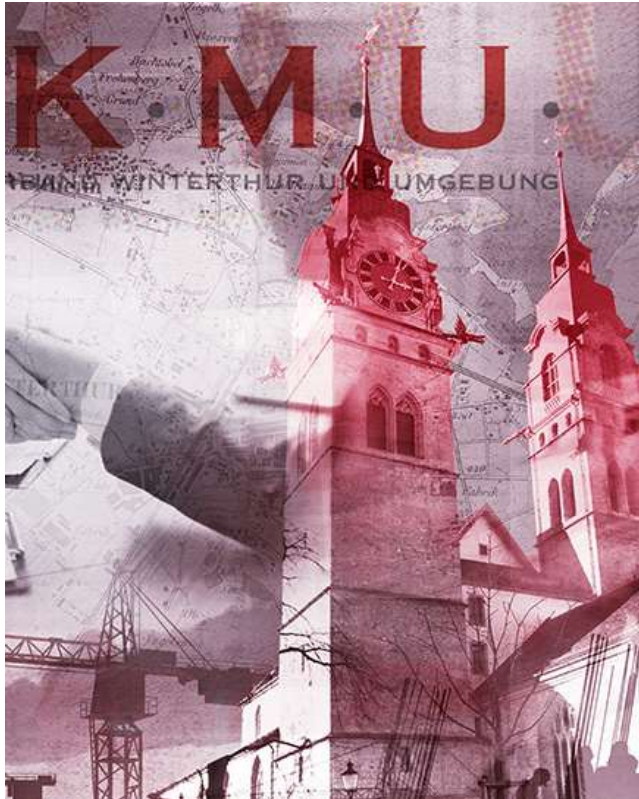
## Definition Zielgruppe

### Klarheit schafft Orientierung

- Zielgruppe des KMU-Verbands Winterthur



# Übersicht Workshop “Quo vadis KMU-Verband”



- 1 Einführung in den Workshop
- 2 Führen aus der Zukunft
- 3 Workshop “Quo vadis KMU-Verband”**
- 4 Schwerpunkte / Aufgabenverteilung
- 5 Apéro riche

- Werbemöglichkeiten
- Rechtsberatung (telefonische Rechtsauskunft bis max. 15 Minuten)
- Auskünfte zu KMU-Fragen
- Mitgliederadressen (1 Satz Klebeetiketten pro Jahr für Mitglieder gratis, weitere gegen Bezahlung). Bestellung der Adressen per E-Mail [office@kmu-win.ch](mailto:office@kmu-win.ch)
- Publikation Ihrer Unternehmensadresse auf unserer Website
- Lehrstellenbörse
- xy lädt ein (organisieren Sie Ihren Mitgliederanlass)

- Diverse Anlässe (Mitgliederanlass, KMU-Apéro, KMU-MAX)
- Startup-Förderung
- Vernehmlassungen zu wirtschaftspolitischen Vorlagen
- Unterstützung von Kandidaten aus unserem Mitgliederkreis für politische Ämter
- Engagement bei House of Winterthur
- Abonnement Zürcher Wirtschaft

# Workshop "Quo vadis KMU-Verband"

## Spontan-Assoziation «Werte»

Externe  
Perspektive

Speed

begrenzte  
zeitliche  
Ressource

Warum KMU-  
Verband  
Winterthur?

digitale  
Vernetzung

Events, die  
Spass machen

Partnerschaften  
mit ECW und JCI

Götti-Konzept  
reaktivieren

Branchenspezifische  
Veranstaltungen

Marketing  
Know-How  
vermitteln

Workshops mit  
Praxisbezug und  
Resultaten anstelle  
«Frontunterricht»

# Workshop "Quo vadis KMU-Verband"

## Ausarbeitung konkreter Umsetzungsschritte (I)

### Team 1

- USP was ist das Alleinstellungsmerk.
- Konzentration auf Stärken / Lokales
- Angebot Speeddating KMU  
Göti Prinzip, Workshops für aktuelle Themen  
z.B. Marke

Netzwerkress(e) entwickeln

KMU Max 2.0 - 4.0

# Workshop "Quo vadis KMU-Verband"

## Ausarbeitung konkreter Umsetzungsschritte (II)

### Hemmschwelle

- 1. Jahr 50% Rabatt
- Götti-System (sozial + fachlich)

### Sexyness/Visibilität

•

### Neu-Ausrichtung

- KMU-V ist erfolgreich!
- Partnern statt konkurrenzieren



# Workshop "Quo vadis KMU-Verband"

## Ausarbeitung konkreter Umsetzungsschritte (III)

Neue Konzept

- Branchen Cluster
  - ↳ Wissenstransfer
  - ↳ Experten Key-Note
- ⇒ Loyalität
- Workshops
  - ↳ Zusammen etwas erarbeiten

Visibilität steigern

- Attraktivität
  - ↳ einbinden von potentiellen Auszubildenden
- KMU-Verband als Match-Maker für zukünftige Lehrlinge

Hemmschwellen abbauen

# Apéro riche Sponsored by Danko Catering

...viel Vergnügen beim Apéro und Netzwerken...



...kommt gut nach Hause...

