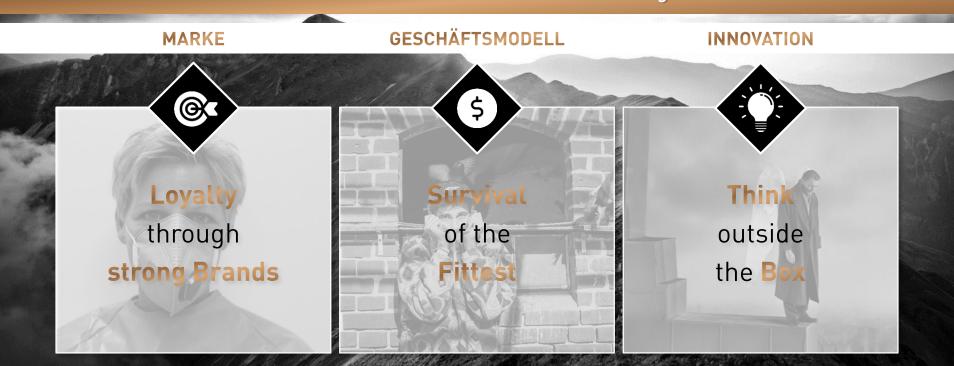


# Starke Marke. Adaption Geschäftsmodell. Kreative Innovation.

Wie Unternehmen kreativ durch die Krise gehen.

#### **Erfolgreich durch die Krise**

Wie Unternehmen die Krise mit verschiedenen Strategien bestreiten.







#### STARKE MARKE | "Loyalty through strong Brands."

### uvex

uvex - Schutz- und Sicherheitsprodukte im Berufs-, Sport- und Freizeitbereich.

Purpose: protecting people

"Nachhaltiges Handeln zum Schutz von Mensch und Umwelt ist für uns die zentrale Basis, um auch künftig erfolgreich zu sein."

**protecting people** gewinnt in der Krisenzeit an noch **größeren Bedeutung** für die uvex group. Ob im Büro, in der Produktion oder im HomeOffice. **protecting people ist mehr gefragt denn je.** In der aktuellen Situation priorisiert uvex und verkauft Atemschutzmasken nur noch an medizinische Einrichtungen.

Das Unternehmen uvex hält in den schwierigen Zeiten der Covid-19 Krise an der Vision der Innovationsführerschaft fest, was durch die starke Marke und Purpose unterstützt wird.

ı

"Starke Marken sind ein Schutzschirm in der Krise. Sie verfügen über ein klares Image und zeichnen sich durch höhere Loyalität und Weiterempfehlung aus."



#### ADAPTION GESCHÄFTSMODELL | "Survival of the Fittest."



Deutscher Webdesigner, Unternehmer, Musiker, Autor, Schauspieler und YouTuber. Die Geschäftsmodelle sind vielfältig.

Aufgrund Covid-19 ist die Nachfrage der selbst designten Modelinie zurückgegangen. Um in der Krise Leben zu schützen, Textilhersteller zu unterstützen und Arbeitsplätze zu retten, wurde auf die Produktion von **Mund- und Nasenmasken** umgestellt.

Die Herstellung von **250.000 Masken pro Woche** findet in Portugal und Serbien statt. Beliefert werden damit primär Pflege- und medizinische Einrichtungen sowie Lebensmittelgeschäfte zu einem fairen Preis.

"Du kannst **Probleme** nur **kreativ** und **aktiv lösen**, indem du dich **transformierst**. Ich habe das Gefühl, dass die Überlegung, es **komplett anders** zu machen, als man es vorher kannte, der **einzige Weg** ist, um da raus zu kommen." (Fynn Kliemann)

"Survival of the Fittest – nicht der Stärkste wird die Krise überleben, sondern diejenigen Unternehmen, denen es gelingt best- & schnellstmöglich zu reagieren und das Geschäftsmodell entsprechend zu adaptieren."



#### KREATIVE INNOVATION | "Think outside the Box."



#### WINDOW FLICKS

BEWEGENDE FILME AUFS HAUS

BERLI

Kulturprojekt zur Unterstützung von Berliner Kinos während der Covid-19 Krise. Ehrenamtliche Tätigkeiten bzw. Spenden von Meta Grey gemeinsam mit radioeins und Tagesspiegel Checkpoint.

Window Flicks organisiert in verschiedenen Innenhöfen in Berlin ein Fassadenkino. Die Menschen schauen aus ihren Wohnungen zu und halten dabei die Abstandregelungen ein.

Mit diesem Projekt wird eine **Spendenkampagne** für die Programmkinos der Hauptstadt Berlin unterstützt. Mehrere Filmtheater haben sich bei der **Crowdfunding-Plattform Startnext** zusammengeschlossen, wo seither rund 100.000 Euro gespendet wurden.

Diese kreative Innovation dient dazu, die Existenzen der Berliner Programmkinos zu unterstützen und zu sichern.

www.windowflicks

"Think outside the box - Kreativität, Innovation, Querdenken, Umdenken - zentrale Maßnahmen um die Existenz von Unternehmen zu sichern und die Krise erfolgreich zu überstehen."



## Think positive. Stay positive.