

Reise in die Zukunft gelingt nur mit leichtem Gepäck

Die Zeiten berechenbarer Absatzmärkte sind längst vorbei. Warum professionell erarbeitete Zukunftsbilder einen Ausweg aus wirtschaftlichen Krisen darstellen, erläutert Managementdenkerin, Businesscoach und Erfolgsautorin **Anne M. Schüller** in ihrem Gastbeitrag.

Der digitale Umbruch, unerwartete Ereignisse und permanente Vorläufigkeit fegen fast alle vertrauten Spielregeln hinweg. Die neuen Player der Wirtschaft begeben sich erst gar nicht auf Aufholjagd. Sie versuchen auch nicht, alte Technologien aufzupeppen. Sie überspringen sie einfach. Herkömmliche Branchengesetze sind ihnen komplett egal. Gewohntes wird radikal infrage gestellt. Unbekümmert kreieren sie die Dinge völlig anders und neu. Dabei entstehen Innovationen, die die Welt so umfassend verändern wie niemals zuvor. Mit Nischengespeur ergreifen sie jede Chance, die sich durch die voranschreitende Digitalisierung ergibt. So haben sie eine Parallelwelt erschaffen, die sich der Old Economy, wenn überhaupt, höchstens ansatzweise erschließt. Denn sie haben verstanden: Der digitale Umbruch fegt fast alle vertrauten Spielregeln weg.

Zukunft braucht Verstehen

Wer die Zukunft gestalten will, muss diese als Erstes ergründen, muss Trends deuten lernen, Szenarien erstellen und erkunden, wie die Welt in fünf oder zehn Jahren aussehen könnte. Nicht irgendwann, sondern jetzt müssen wir dann mit den notwendigen Schritten beginnen, um die Zukunft gut zu erreichen. Wie wir heute durch die Arbeits- und Lebenswelt navigieren und was wir dabei tun oder lassen, entscheidet darüber, wie es uns künftig ergeht. Was übermorgen der Renner sein soll, müssen wir heute vorbereiten.

„Was geht denn schon mal?“, sollte dabei unser Grundmodus sein. Für den, der so an die Zukunft herantritt, bietet sie schier unendlich viele Gelegenheiten, Schritt für Schritt mehr zu erreichen und so seine Ziele zu schaffen. „Zukunft meistern“, mein neues Buch, kann hierbei ein perfekter Ratgeber sein. Es ist eine Entdeckungsreise zu den wichtigsten Zukunftstrends der nächsten Dekade, zu Pionieren, Innovatoren und Übermorgengestaltern. Es zeigt inspirierende Beispiele, praxiserprobte Lösungen und nützliche Vorgehensweisen, zusammengeführt in der Erfolgstriade der Zukunft: Nachhaltigkeit, Transformation und Innovation. Zwei Tools daraus hier in aller Kürze.

Strategische Szenarien

Zukunftsbilder kreieren? Für welche Zukunft denn überhaupt? Niemand kennt die Zukunft. Doch wir können versuchen, ihr die Ungewissheit zu nehmen, indem wir Hypothesen erstellen für eine Zeit, die noch nicht da ist. Zunächst denkt man sich in den langfristigen Zeithorizont rein. So haben Futurologen und Zukunftsforscher mithilfe wissenschaftlicher Methoden Szenarien für eine Vielzahl von Technologien und Branchen entwickelt.

Solche Szenarien sind keine Prognosen, sondern spekulative Zukunftsbilder, die zum Nachdenken anregen sollen. Indem wir uns damit befassen, springen wir raus aus der Filterblase der eigenen Wahrnehmung und bleiben kontinuierlich an den Trendthemen dran. Jährliche Strategieplä-



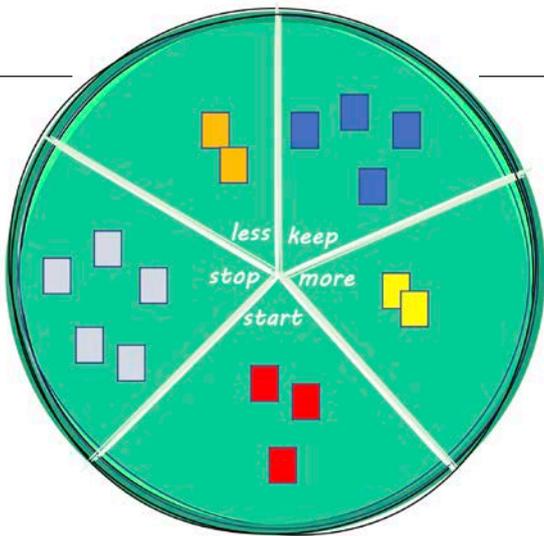
Diplom-Betriebswirtin Anne M. Schüller ist Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönter Bestsellerautorin und gilt als führende Expertin für das Touchpoint-Management und eine kundenzentrierte Unternehmensführung.

ne reichen längst nicht mehr aus. Dreimonatige Updates sind Minimum, damit das Neue im gesamten Unternehmen rasch Fuß fassen kann.

Trendanalysen, Online-Recherchen, Insights aus fortschrittlichen anderen Branchen, Gespräche mit Zukunftsexperten und denen, die neue Technologien in die Welt bringen, bilden die Grundlage für die Vorausschau. Wen Sie nicht befragen: Ihre Kunden. Diese können zwar sagen, was ihnen heute fehlt, aber nicht, was sie in fünf oder zehn Jahren wollen werden. Sie sind keine Experten für Zukunftsthemen und können deshalb keine Prognosen abgeben.

Die systematische Suche nach zukünftigen Wachstumsfeldern kann gar nicht früh genug beginnen. Hierzu empfehle ich, drei Szenarien zu entwickeln:

- ein Beste-aller-Welten-Szenario,
- ein Sehr-wahrscheinlich-Szenario,
- ein Schlimmster-Albtraum-Szenario.



Muster einer Starfish-Matrix mit von den Mitarbeitenden entwickelten Haftzetteln. Mittels der Starfish-Methode können Teammitglieder durch gezielte Fragen und interaktive Übungen ihre Ideen teilen und weniger effiziente Arbeitsweisen stoppen.

Um nicht der Gefahr zu erliegen, die Zukunft aus der Vergangenheit und Gegenwart heraus fortzuschreiben, bedient man sich der Retropolation, auch Backcasting genannt. Dabei wird – ausgehend von der beschriebenen Zukunft im Zieljahr – in festgelegten zeitlichen Schritten rückwärtsgehend abgeleitet, was jeweils bis zu einem bestimmten Zeitpunkt getan sein muss, damit die erwünschte Zukunft Wirklichkeit werden kann.

Wie das Neue in die Welt kommt

Die Reise in die Zukunft gelingt nur mit leichtem Gepäck, weil die Märkte, wie die Hasen, immer neue Haken schlagen. Regeln, Standards und Vorgehensweisen von früher lähmen das Vorankommen und verärgern die Kunden. Deshalb ist zunächst eine Transformation in einen zukunftsfähigen Zustand vonnöten. Hierzu empfehle ich einen Halbtagesworkshop mit möglichst vielen Mitarbeitenden. Am schnellsten kommen wir mit der Starfish-Matrix voran. Die Felder tragen folgende Bezeichnungen:

- Keep: Was sollten wir beibehalten, weil es gut funktioniert?
- More: Was sollten wir verstärken oder künftig verbessern?
- Start: Was sollten wir beginnen, ganz neu oder anders tun?
- Stop: Wovon sollten wir uns trennen, weil es unpassend ist?
- Less: Was sollten wir verringern, verkürzen oder weniger tun?

Diese Art Matrix lässt sich für viele Zwecke verwenden, zum Beispiel, um sich von überholten Produkten, Lösungen und Verfahrensweisen zu lösen oder Bestehendes zu optimieren. Vor allem geht es auch darum, neue Ideen zu ergründen und anschließend auszuprobieren. Das Resultat ist ein dreifacher Profit: Man trennt sich von Überholtem, bringt Fortschritt in Gang und spart obendrein auch noch Kosten, weil Unnötiges wegfällt. So verdient man sich das notwendige Geld für Innovationen.

Beim Abbau von überholtem Altem und Aufbau von Neuem, das einem den Weg in die Zukunft eröffnet, sind nicht nur die erfahrenen Beschäftigten überaus nützlich, sondern vor allem auch junge Talente. Warum? Sie haben einen unverstellten Blick und den immanenten Drang, die Dinge frischer, agiler, digitaler und produktiver zu machen.

www.anneschueller.de

BUYERS PLEASE COME & VISIT

MEGA
GIFT & HOME
17 - 20 / 7 / 2024
BITEC, BANGKOK, THAILAND

**“ To Meet With 1,000
Quality Suppliers In Bangkok ”**



**2 Night
FREE**

**Hotel Accommodation
In Bangkok !**

Terms & Conditions Applied.

**Pre-Register
NOW !**



www.megashowbangkok.com

Organiser :



Show Manager :



Co-organiser :

