



Foto: Katharina Schiff

lität der Bevölkerung. Persönlich habe ich sehr davon profitiert, dass ich zu Beginn meiner Tätigkeit bei der IGEPHA tatsächlich für alles selbst zuständig war. So konnte ich rasch Einblick in sämtliche Arbeits- und Wissensbereiche gewinnen. Diese Erfahrung verleiht enorme Kompetenz für eine erfolgreiche Weiterent-

wicklung. Offenheit und Gesprächsbereitschaft gegenüber allen Partnern ist für die Tätigkeit in einer Interessenvertretung grundlegend. Eine gewisse Hartnäckigkeit und Durchhaltevermögen sind hilfreich für eine Managementposition. In herausfordernden Situationen gelassen zu bleiben, ist eine weitere Tugend, die Managerinnen und Managern den Berufsalltag erleichtert.

### IGEPHA Events 2024

IGEPHA Open House:  
7. Mai 2024

IGEPHA Jahrestagung:  
3. Oktober 2024

Laufendes Programm:  
[events.igepha.at](https://events.igepha.at)

### Mag. Christina Nageler

Mag. Christina Nageler lebt in Wien, ist Betriebswirtin und seit 2007 Geschäftsführerin der IGEPHA. Als Self Care-Expertin finden Sie Christina Nageler auch auf LinkedIn:

[www.linkedin.com/in/christina-nageler](https://www.linkedin.com/in/christina-nageler)



## Zukunft meistern: So gelingt der Sprung nach vorn

**Die Zukunft ist wie ein Laufband. Wer stehen bleibt, fällt hinunter. Und das Laufband ist auf superschnell eingestellt. Zudem lauern Ungewissheiten an jeder Ecke. Nur der, der die Trends der Zukunft versteht und sich mit wachsamem Optimismus zukunftsfit macht, liegt laut Anne M. Schüller fortan vorn.**

Selten war Optimismus so wichtig wie heute, um das Beste aus unserer Zukunft zu machen. Wer eine positive Zukunft für möglich hält, macht sich für sie stark, hilft mit, nach Lösungsansätzen zu suchen und den Fortgang der Ereignisse mitzugestalten. Wer jedoch zögerlich wartet, wie sich das Ganze entwickelt, wird nicht schnell genug sein, um die Vorsprünge anderer einzuholen. Viele sind längst in Aufbruchstimmung. Überall gibt es Vorausmarschierer, experimentierfreudige Weichensteller und tatkräftige Macher, die den notwendigen Wandel initiieren.

Solche Menschen nenne ich „Übermorgengestalter“. Sie sind die wichtigsten Menschen in einer Gesellschaft, die die Zukunft erreichen will. Jeder von uns kann das sein. Selbst durch den kleinsten Anstoß kann am Ende Großes entstehen.

Die Zukunft liegt in den Händen derer, die mit frischen Gedanken und smartem Tun die entscheidenden Umbrüche wagen. Fantasievoll vernetzen sie die virtuelle mit der realen Welt auf immer neue, mutige, bahnbrechende Weise. Denn sie sind Zukunftsversther.



## Zukunftsfähigkeit braucht zunächst 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

für jedes Unternehmen. 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, bieten sich 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 und Innovatoren. Anhand inspirierender Beispiele zeigt es auf, in welche Richtung sich Leben und Arbeit, Gesellschaft und Geschäftsmodelle künftig entwickeln.

Allen im Unternehmen zeigt es praxiserprobte Lösungen und nützliche Vorgehensweisen, zusammengeführt in der Erfolgstriade der Zukunft: Nachhaltigkeit, Transformation und Innovation. Für Klimaschutz und Nachhaltigkeit brauchen wir strukturelle Transformationen in weiten Bereichen der Wirtschaft – und eine Vielfalt unverbrauchter Ideen. Das passiert auf zwei Vor-

gehensebenen: einer strategischen und einer operativen. Ein erstes Tool dazu hier in aller Kürze.

## So werden strategische Zukunftsbilder kreiert

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 denken wir uns in den langfristigen Zeithorizont hinein. 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 heraus aus der Filterblase der eigenen Wahrnehmung und bleiben kontinuierlich an den Trendthemen dran. Jährliche Strategiepläne 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.

Die systematische Suche nach künftigen 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-Alptraum-Szenario**.

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.

## Bibliografie

### ZUKUNFT MEISTERN

Das Trend- und Toolbook für Übermorgengestalter

Gabal Verlag 2024,  
ISBN: 978-3-96739-181-7



Rockhausen

Wir können es einrichten.







Ernst Rockhausen Söhne  
GmbH & Co. KG  
Andreas-Hecht-Straße 2  
D-04736 Waldheim

Tel.: +49 (0) 34327 / 956-0  
Fax: +49 (0) 34327 / 95627  
E-Mail: [info@rockhausen.de](mailto:info@rockhausen.de)  
Internet: [www.rockhausen.de](http://www.rockhausen.de)

## Anne M. Schüller

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönter Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenzentrierte Unternehmensführung. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Customer Touchpoint Manager aus.

[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)

