



In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 MINUTEN

Pero Mičić

Zukunfts- management

GABAL

Pero Mičić

30 Minuten

Zukunftsmanagement

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Diethild Bansleben, Offenbach
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2001 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
5. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

978-3-86936-287-8

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- *Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.*
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Zukunftsforschung und Zukunftsmanagement im Überblick	9
Was ist Zukunftsforschung?	9
Was ist Zukunftsmanagement?	12
Problemfelder in der Praxis	18
2. Das Eltviller Modell für Ihr Zukunftsmanagement	21
Welche Sichtweisen gibt es auf die Zukunft?	21
Was beinhaltet Ihre Zukunftsstrategie?	25
Wie bereiten Sie Ihr Zukunftsprojekt vor?	28
3. Zukunfts-Radar: Welche Trends, Technologien und Themen bestimmen ihre Zukunft?	31
Strategische Frühaufklärung	31
Stellen Sie Ihre Zukunftsfragen	34
Bestimmen Sie Ihre Sensoren	35
Ermitteln Sie die Zukunftsfaktoren	36
4. Annahmen-Analyse: Wie wird sich Ihr Umfeld verändern?	41
Grundmodelle der Zukunftsprognose	42
Erarbeiten Sie Zukunftsprojektionen	46
Analysieren Sie Ihre Zukunftsannahmen mithilfe der Delphi-Methode	48
5. Überraschungs-Analyse: Auf welche Überraschungen müssen Sie sich vorbereiten?	53
Identifizieren Sie mögliche überraschende Ereignisse als „wild cards“	54

Identifizieren Sie mögliche überraschende Entwicklungen mit der Szenario-Methode	55
Erarbeiten Sie Präventiv- und Eventual- strategien	58
6. Chancen-Entwicklung: Welche Zukunftschancen können Sie früh erkennen?	61
Stellen Sie Ihre Strategiefragen	62
Entwickeln Sie Chancen aus Zukunftsprojektionen	63
Entwickeln Sie Chancen mit Kreativmethoden	66
7. Visions-Entwicklung: Welche Zukunft wollen Sie gestalten und genießen?	71
Beurteilen Sie Ihre Zukunftschancen	73
Erarbeiten Sie Visionskandidaten	74
Beschreiben und visualisieren Sie Ihre strategische Vision	75
8. Strategie-Entwicklung: Was werden Sie prak- tisch tun?	79
Bestimmen Sie Ihre strategischen Leitlinien, Ihre Mission und Ihre Entwicklungschancen	80
Bestimmen Sie Ihre strategischen Ziele und Projekte	81
Teilen Sie Ihre Zukunftsstrategie mit	82
Bleiben Sie mit einem Zukunftsmanagement- System auf Kurs	83
Fast Reader	85
Weiterführende Literatur	93
Register	94

Vorwort

„Die Zeit wird kommen, in der sich unsere Nachfahren wundern werden, dass wir so offenbare Dinge nicht gewusst haben“, sagte Seneca vor rund zwei tausend Jahren. Er erinnert uns daran, dass ein großer Teil der Zukunft heute schon zu sehen ist. So lässt sich die computerisierte Lebenswelt der Zukunft, vom „intelligenten Haus“ bis zur Kontaktlinse mit „augmented reality“, schon heute erleben. In den Laboren werden schon lange Produkte und gar Steaks gedruckt. Und einige Militärroboter geben heute schon einen Eindruck davon, was zukünftig die persönlichen Roboter leisten können. Gibson schrieb treffend, die Zukunft sei schon da, nur noch nicht so weit verbreitet. So geht es in diesem Büchlein darum, im Sinne Senecas mehr von der Zukunft zu sehen als die Wettbewerber. Es gilt, die Zukunft in der Gegenwart zu sehen und zu gestalten:

- Wie können wir heute die Zukunft sehen?
- Wie können wir uns gegen die Überraschungen der Zukunft rüsten?
- Wie können wir die Chancen der Zukunft erkennen?
- Wie können wir entscheiden, welche Zukunft wir schaffen wollen?
- Wie können wir die erkannte Zukunft in praktisches tägliches Handeln umsetzen?

Unabhängig davon, ob Sie Konzernlenker oder nur Vorstandsvorsitzender in Ihrem eigenen Lebensunternehmen sind, können Sie Ihre Position am Markt nur behaupten und verbessern, wenn Sie kommende Veränderungen und die darin liegenden Chancen zu einem frühen Zeitpunkt wahrnehmen und nutzen. Sie sind schon ein Zukunftsmanager. Was Ihre Kinder lernen und studieren, wie Sie Ihre Altersvorsorge aufbauen, in welcher Gegend Sie leben, welche Produkte Ihr Unternehmen entwickelt, welche Märkte es bearbeitet, welche Menschen eingestellt und entlassen werden, für all diese Entscheidungen und Taten schätzen Sie mehr oder minder bewusst die Zukunft ab. Karrieren wie Unternehmen blühen und verblühen mit der Qualität und Richtigkeit der zugrundeliegenden Zukunftsannahmen. Gutes Zukunftsmanagement ist einer der bedeutendsten unternehmerischen Erfolgsfaktoren. Es dient Ihnen als Brücke vom Tagesgeschäft zur Zukunftsforschung und zurück. Es hilft Ihnen, die oftmals sehr theoretische, abstrakte und wolkige Zukunfts- und Trendforschung als praktische Ressource für die Herausforderungen Ihres Alltags zu erschließen. Zukunftsmanagement macht Sie zukunfts kompetent und damit fit im Wettbewerb um Voraussicht.

Have a bright future!

Dr. Pero Mičić

www.FutureManagementGroup.com

PM@FutureManagementGroup.com



30 MINUTEN

Was ist Zukunftsforschung?

Seite 9

Was ist Zukunftsmanagement?

Seite 12

Was sind die Problemfelder in der Praxis?

Seite 18

1. Zukunftsforschung und Zukunftsmanagement im Überblick

Zukunftsmanagement ist unternehmerische Zukunftsforschung. Es baut auf den Erkenntnissen der allgemeinen Zukunftsforschung auf und schafft die Verbindung zu Ihren Entscheidungen und Handlungen im Alltag.

1.1 Was ist Zukunftsforschung?

Die Auseinandersetzung mit der Zukunft ist so alt wie die Menschheit. Zahlreiche Rituale wurden und werden praktiziert, um die Zukunft vorherzusagen. So beispielsweise die Analyse des Vogelfluges, die Eingeweideschau oder das Kaffeesatzlesen.

Geschichte der Zukunftsforschung

Bereits im Jahre 1516 veröffentlichte Sir Thomas More ein Buch mit dem Titel „Utopia“. Es ist das wahrscheinlich erste Buch, das sich intensiv mit der Zukunft beschäf-