





Diana Wolf-Dolgner ist Geschäftsführerin der Managementberatung Market & Beyond in Konstanz. Davor war die studierte Betriebswirtin mehr als 20 Jahre im Strategieumfeld internationaler Konzerne unter anderem bei Daimler und Rolls-Royce tätig. Als Expertin für Zukunftsmanagement setzt sie ihr Wissen auch im Leadership-Training sowie in Fachgremien und Startup Jurys ein. BILD: PHOTOART HUND



Frau Wolf-Dolgner, warum ist es gerade heute so wichtig, sich systematisch mit der Zukunft auseinanderzusetzen?

Von der Coronakrise befeuert, besteht in vielen Branchen bereits jetzt schon ein gewaltiger Wettbewerbsdruck. Unternehmen, die zukunftsfähig bleiben wollen, müssen den Blick schnell wieder nach vorne richten und in die Zukunftsgestaltung kommen, anstatt abzuwarten, was passiert.

Was ist in der Krise besonders wichtig?

Alle Umbrüche und Krisen bieten auch Chancen. Man muss sie allerdings sehen. Bei den weit verbreiteten Zukunftsängsten besteht die Aufgabe einer Führungskraft auch darin, dem eigenen Team Orientierung und eine glaubhafte Perspektive zu geben. Jetzt ist die Zeit, aber auch die Chance, Zukunft neu zu denken.

Was macht heute eine zukunftsfähige Führungskraft aus?

Sie verfügt über eine hohe Visionsfähigkeit und Verständnis, über das, was die Zukunft ausmacht. Sie denkt in Zusammenhängen und Kontexten weit über den Tellerrand der eigenen Branche hinaus. Gewohnte Denk- und Entscheidungsmuster lässt sie hinter sich und hat die Fähigkeit in Zukunfts-Alternativen zu denken. Das ist echte unternehmerische Agilität.

Was hat dazu geführt?

Bereits vor der Pandemie haben sich umfassende Umbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft abgezeichnet, die von uns verlangen, langjährig Etabliertes in vielen Aspekten unseres Lebens und Wirtschaftens neu zu hinterfragen. Der allgegenwärtige Satz "Das haben wir schon immer so gemacht" hat spätestens

jetzt seine Daseinsberechtigung verloren!

Geht es überhaupt, in einem so turbulenten Umfeld in die Zukunft zu schauen?

Wir können die Zukunft nicht vorhersagen, doch wir können uns auf sie vorbereiten. Hier setzt Zukunftsmanagement an und hilft uns, mit seinen Tools und Prozessen nicht zu einem passiven Spielball der Zeit zu werden. Es beinhaltet beispielsweise die frühzeitige Erkennung von Zukunftsmärkten sowie wie die Überprüfung bestehender Zukunftsannahmen rischen Vorgehensweise verbunden. Dadurch und Strategien. Wer zukunftsrobuste Entscheidungen treffen möchte, kommt heute um die Auseinandersetzung mit Szenarien und Megatialen möglich. Der Prozess schafft einen Distrends nicht herum. Über die Vielzahl der kurs für ein einheitliches Zukunftsbild, an Megatrends geben umfassende Forschungserkenntnisse Aufschluss und bieten wertvolles Zukunftswissen für die Vorausschau.

Wie gelingt es, Zukunft ins eigene Geschäft zu bringen?

Neben den klassischen Foresight-Tools wie Szenariotechnik, Backcasting und Wargaming ist die Megatrend Mapping-Methode aktuell besonders beliebt. Dabei durchlaufen die Teilnehmer eine Art Gallery, durch die sie eine Vielzahl von Zukunftstrends kennenlernen, denen wir uns in der kommenden Dekade nicht entziehen können. Analytisch-wissenschaftliche Aspekte werden mit einer gestaltewird die eigene Innovationskraft gestärkt und ein Abgleich von Chancen- und Risikopotendem sich ein Team bzw. ein Unternehmen ausrichten kann. Denn Zukunft hat, wer sie macht!