

Weiterbildung mit Qualität
www.lichtenburg.it

Von der Zukunft lernen

INTERVIEW MIT DIANA WOLF-DOGNER – Wie Führungskräfte Umbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft meistern und Zukunft aktiv gestalten

Warum ist es gerade heute so wichtig, sich systematisch mit der Zukunft auseinanderzusetzen?

Diana Wolf-Dogner: Von der Coronakrise befeuert, wird in vielen Branchen mit einem gewaltigen Wettbewerbsdruck zu rechnen sein. Gerade wenn die Zukunftsfähigkeit auf dem Spiel steht, gilt es, schnell wieder den Blick nach vorne zu richten und in die Zukunftsgestaltung zu kommen. Die aktuellen Umbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft erfordern von uns, dass wir unsere Zukunftsannahmen auf den Prüfstand stellen. Denn die Zukunft entsteht durch die Bilder, die wir von ihr im Kopf haben. Gleichzeitig entstehen neue Geschäftsmodelle und damit auch Chancen – man muss sie allerdings sehen und frühzeitig agieren. Bei all den aktuellen Unsicherheiten und Zukunftsängsten bei den Mitarbeitern, ist gerade jetzt die zentrale Aufgabe einer Führungskraft, dem eigenen Team Orientierung und eine glaubhafte Perspektive zu geben.



Expertin für Zukunftsmanagement: Diana Wolf-Dogner, Geschäftsführerin von Market & Beyond und Mitglied der Start-up Jury Climate-KIC Schweiz.

Was macht eine zukunftsfähige Führungskraft aus? Welche Fähigkeiten sollten er oder sie mitbringen?

Erfolgreiche Führungskräfte verfügen heute über eine hohe Visionsfähigkeit und Verständnis über das, was die Zukunft ausmacht. Sie denken in Zusammenhängen und Kontexten weit über die eigene Branche hinaus. Zukunftsfähige Entscheider verlassen sich nicht auf gewohnte Denk- und Entscheidungsmuster der Vergangenheit und verfügen über die Fähigkeit und Bereitschaft in (Zukunfts-) Alternativen zu denken. Das ist echte, unternehmerische Agilität.

Was hat dazu geführt?

Bereits vor der Krise war deutlich, dass unser Unternehmensumfeld sehr viel komplexer und dynamischer geworden ist - der Begriff VUCA in aller Munde. Lineare Planungsverläufe und langwährende Strategiekonzepte, wie wir sie aus den letzten Dekaden kennen, entrücken zusehends der Realität. Die Coronakrise dreht nun zusätzlich an den Stellschrauben des Wandels und verlangt von uns, langjährig Etabliertes in vielen Aspekten unseres Lebens und Wirtschaftens zu hinterfragen.

Der 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 natürlich 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. An den „starken Gegenwind“ in vielen Branchen müssen wir uns neu anpassen. Wer heute Entscheidungen trifft, kommt dabei um die Auseinandersetzung mit Szenarien und Megatrends nicht herum, den wesentlichen Ingredienzien des Zukunftsmanagements.

Was sind denn Megatrends?

Megatrends sind umfassende, langfristige Transformationsprozesse, die sich von anderen Trends durch ihren Zeithorizont, ihren Umfang und ihre Auswirkungen unterscheiden: Megatrends entwickeln sich über Jahrzehnte. Sie verändern Gesellschaften in einer Vielzahl unserer Lebensbereiche wie beispielsweise unserer Arbeitswelt, unserem Konsum- und Freizeitverhalten und der Bildung. Es wäre fatal, nur an

die „klassischen“ Megatrends wie Digitalisierung, Globalisierung, Urbanisierung zu denken, denn es gibt eine Vielzahl von Megatrends, denen wir uns in der kommenden Dekade nicht entziehen können – allen voran der Nachhaltigkeit.

Wie gehe ich als Führungskraft vor und bringe die Zukunft in mein Geschäft?

Ein ganzheitliches Verständnis über die fundamentalen Veränderungen in ihrem Unternehmensumfeld ist essentiell. Welche Megatrends haben besonderen Einfluss auf ihr Unternehmen? Wie wirken sie untereinander? Neben den Foresight-Tools wie Szenario Analyse, Backcasting, Wargaming ist die Megatrend-Mapping-Methode einer der effizientesten und als Basis jeder Zukunftsarbeit sehr beliebt. Bei dieser Methode durchlaufen die Teilnehmer eine Art Zukunftsgallery, in der sie eine Vielzahl von Megatrends – in meinen Workshops sind das 70 – kennenlernen. Dabei werden analytisch-wissenschaftliche Aspekte mit einer gestalterischen Vorgehensweise verbunden und ein Abgleich mit eigenen Chancen-/ Risiken-Potentialen ermöglicht. Die Methode liefert Zusammenhänge, wertvolles Zukunftswissen und bietet den Diskurs um ein einheitliches Zukunftsbild zu entwickeln, an dem ein Team bzw. eine Unternehmen seine (Post-Corona-) Strategie ausrichtet.

Exklusiver Workshop „Zukunft NEU denken“ mit Diana Wolf-Dogner am **19. und 20. Mai im Bildungshaus Lichtenburg Nals.**

Danke Brigitta!



Nals – Mag. Brigitta Prochazka, langjährige Referentin für Kommunikation und Körpersprache im Bildungshaus Lichtenburg, gibt seit vielen Jahren Ihr Wissen und Können professionell und kompakt weiter. Brigitta Prochazka wird heuer leider zum letzten Mal die 3-teilige Weiterbildungsreihe begleiten, bevor Sie sich in den Ruhestand begibt. Die gute Nachricht: die Module 1 und 2 wird Brigitta noch selbst leiten, Modul 3 übernimmt Co-Referent Klaus Fischer.

Beginn der 3-teiligen Weiterbildung ist am **11.05.–12.05.21**

ANMELDUNG T 0471 057100

Ist Newsletter-Marketing noch zeitgemäß?

Nals – Der Newsletter ist nachweislich noch immer eines der umsatzstärksten Direkt-Marketing-Tools im (Online)Vertrieb. Doch E-Mail ist nicht gleich E-Mail. Wer im Marketing arbeitet, muss eine effiziente Zielplanung erstellen, interessante Zielgruppen finden und diese nachhaltig pflegen und in Puncto Newsletter dem Leser einen Mehrwert bieten. Eine Expertin auf diesem Gebiet ist Anna Stuefer. Am 18. Mai findet dazu ein Kompaktseminar in der Lichtenburg statt.

INFO & ANMELDUNG
www.lichtenburg.it

Ein eigener Onlineshop, ja oder nein?

VERKAUFEN IM INTERNET – 90 % scheitern! Ob sich ein Onlineshop lohnt oder nicht, weiß Arnold Malfertheiner

Südtirol – Einkaufen im Internet boomt und immer öfter setzen auch Südtiroler Firmen auf Onlineshops. Was muss ein Onlineshop Manager dabei beachten? „Ein Onlineshop muss professionell geführt und verwaltet werden, damit sich der Erfolg für das Unternehmen auch einstellt“, erklärt Arnold Malfertheiner, Web Business Trainer. Da spielen operative To-dos, wie die Sortimentsauswahl für den Webshop bis zur pünktlichen Lieferung eine Rolle. In Workshop Onlineshop Manager verrät Malfertheiner mehr zu Onlineshop- und Produkt-Management, Content-Entwicklung und -Pfleger, Versand & Logistik, Online Marketing sowie rechtliche Aspekte. Der Workshop findet vom **19.–20. Mai** in der Lichtenburg Nals statt.



Arnold Malfertheiner

Bewegte Bilder

MARCEL WEHN – Mit der **Smartphone-Kamera** Filme für PR und Marketing professionell produzieren



Südtirol – Immer mehr Unternehmen setzen auf hochaktuelle Filmbeiträge für die Sozialen Medien, die mit dem Smartphone als Allround-Produktionstool hergestellt werden. Oft sind Marketingverantwortliche und PR-Fachleute dabei selbst zuständig für die Konzeption und Produktion solcher Videos. Diese Aufgabe erfordert elementare Kenntnisse im digitalen Storytelling, als auch einen sicheren Umgang mit der Smartphone-

Kamera. Für solche Einsätze braucht es fundierte Kenntnisse in den Bereichen Storytelling, in den Sozialen Medien, Herstellen einfacher Storyboards und das effiziente Drehen und Schneiden mit dem Smartphone. Der bekannte Filmregisseur Marcel Wehn wird von **Mo 10.05. – Di 11.05.21** im Bildungshaus Lichtenburg in Nals sein Können und Wissen an interessierte Fachleute für PR und Marketing weitergeben.

Top Seminare:

Mo 07.06. + Mo 14.06.21

Online Marketing für Einsteiger

mit Tobias Pircher

Do 10.06. + Fr 18.06.21

Online Seminar: Führen in Krisensituationen

mit Christof Hahn

Start: 22.09. – 23.09.21

Lehrgang: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

8 Module mit

Top-Referenten



Lichtenburg Nals

T 0471 057100

www.lichtenburg.it