



## **Corporate Foresight in der Praxis**

Corporate Foresight - Voraussetzung für  
zukunftsgerichtete Unternehmenskommunikation  
25. Oktober 2007 | Frankfurt  
Klaus Burmeister, Managing Director

---

# Corporate Foresight mit Z\_punkt

## Geschäftsfelder und Referenzen

### Foresight Research

Zukunftswissen für das Business.

Trends | Issues | Szenarien

### Foresight Consulting

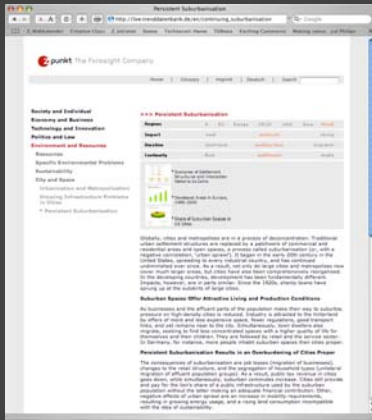
Zukunftsberatung für Entscheider und Strategen.

Innovation | Strategie | New Business



# Corporate Foresight mit Z\_punkt Foresight Research (Beispiele)

## Z\_trenddatenbank



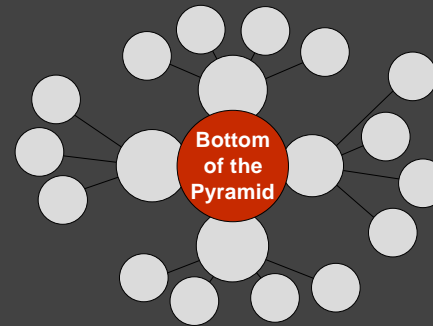
Über 240 internationale Trendanalysen

## Spezifische Trendreports



Future Insights für das Top-Management

## Emerging Issues Monitoring



Strategische Zukunftsthemen im Kontext sehen

## World Scenario Check



Auswertung globaler Szenariostudien

# Corporate Foresight

## Ganzheitlicher und langfristiger Ansatz

### 360 Grad

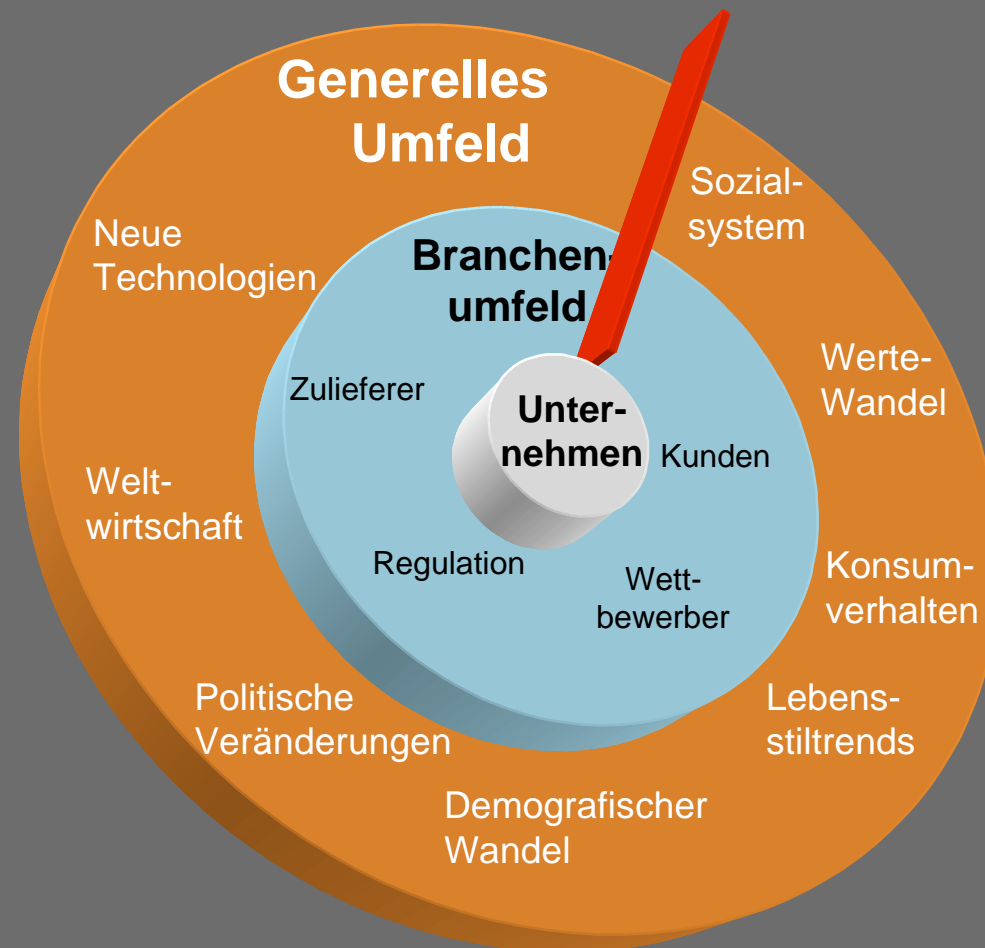
Ganzheitlicher Blick  
über die Branche hinaus

### 5-15 Jahre nach vorne

Langfristdenken für strate-  
gische Entscheidungen

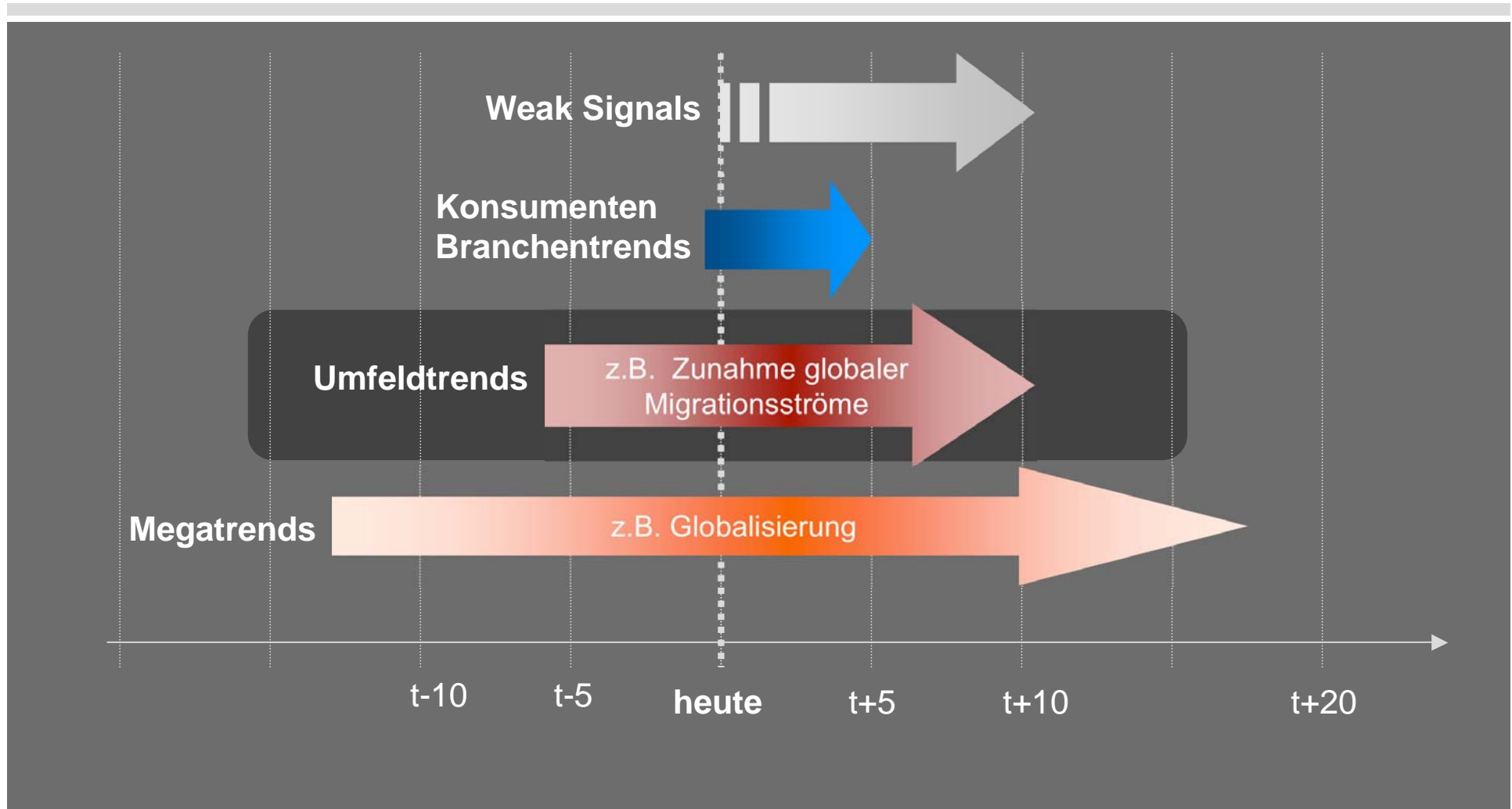
### Zooming-In:

Vom Umfeld zum  
Unternehmen



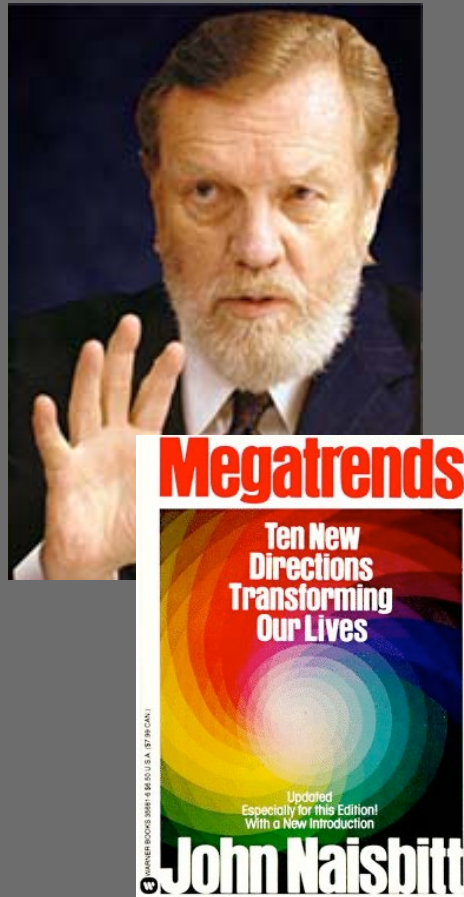
# Foresight-Grundlagen

## Trendanalyse



# Foresight- Grundlagen

## Megatrends



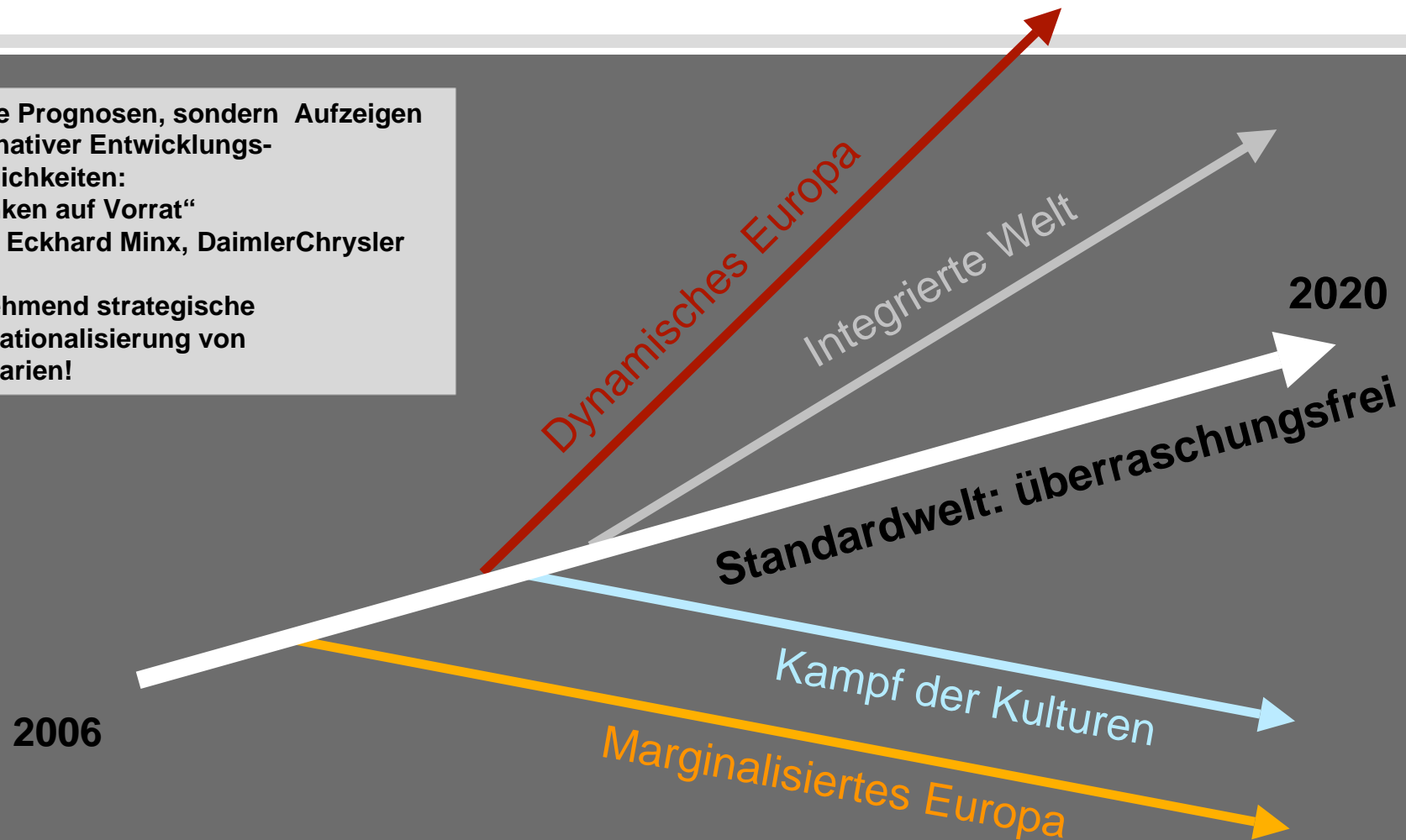
- (1) Von der Industrie- zur **Informationsgesellschaft**
- (2) **Globalisierung** der Märkte
- (3) **Dezentralisierung** als Leitbild
- (4) Steigende **Selbstverantwortung**, Rückzug des Staates
- (5) Von der repräsentativen zur **partizipativen Demokratie**
- (6) Von Hierarchien zu **Netzwerken**
- (7) Von „Entweder-Oder“ zu einer **Vielzahl an Optionen**.

1982: Megatrends beschreiben die Dynamik des gesellschaftlichen Wandels (erstaunlich gut!)

# Corporate Foresight Szenarien als Strategietool

Keine Prognosen, sondern Aufzeigen  
alternativer Entwicklungsmöglichkeiten:  
„Denken auf Vorrat“  
Prof. Eckhard Minx, DaimlerChrysler

Zunehmend strategische  
Operationalisierung von  
Szenarien!



# Foresight-Grundlagen

## Wild Card Analyse



## Wild Cards=

- A wild card is a future development or event with a relatively low probability of occurrence but a likely high impact on the conduct of business
- verändern die Realität (Trends, Handlungsspielräume, Zukunft) und unsere Wahrnehmung (von Zukunft, Gegenwart, Vergangenheit).
- sind „Erdbeben“ der geistigen Landkarte.

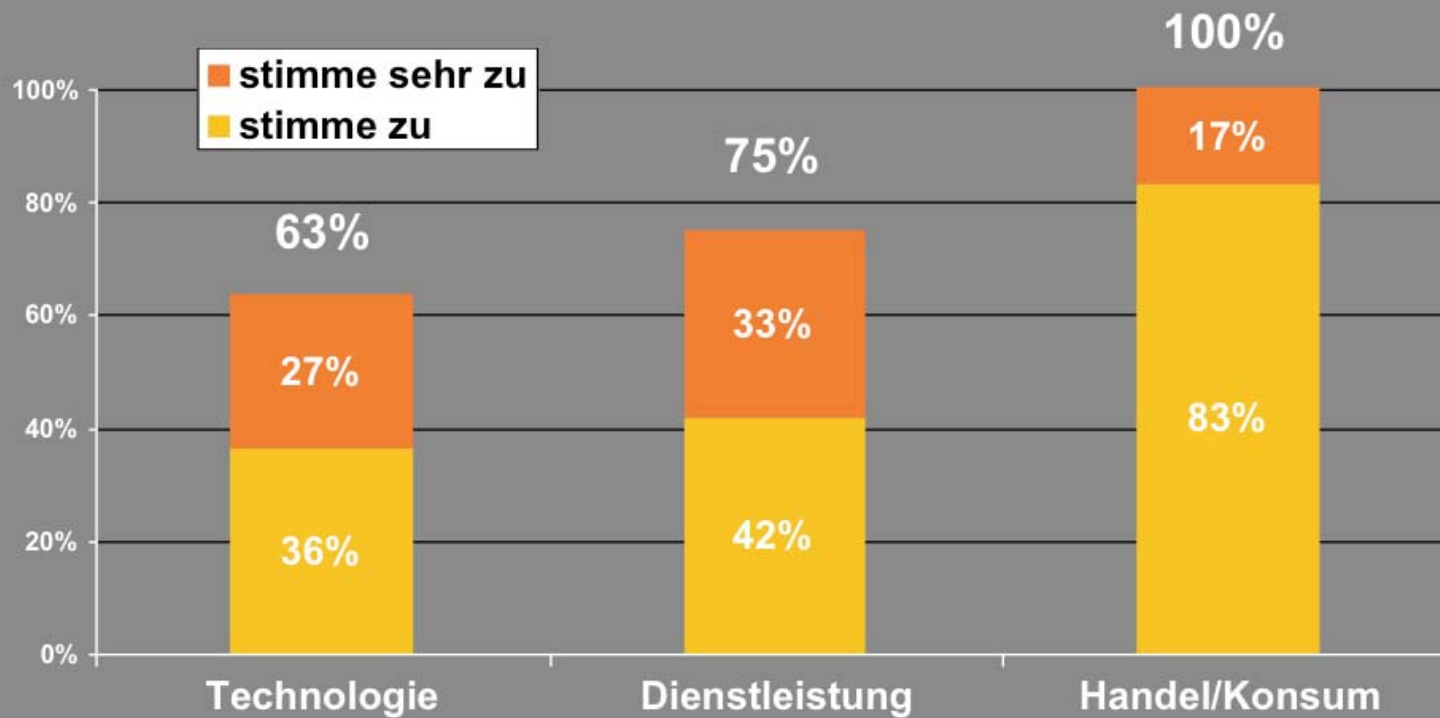
BIPE Conseil / Copenhagen Institute for Future Studies Institute for the Future:  
*Wild Cards. A Multinational Perspective.* Menlo Park, California 1992

## 2. Corporate Foresight in der Praxis

# Corporate Foresight in der Praxis

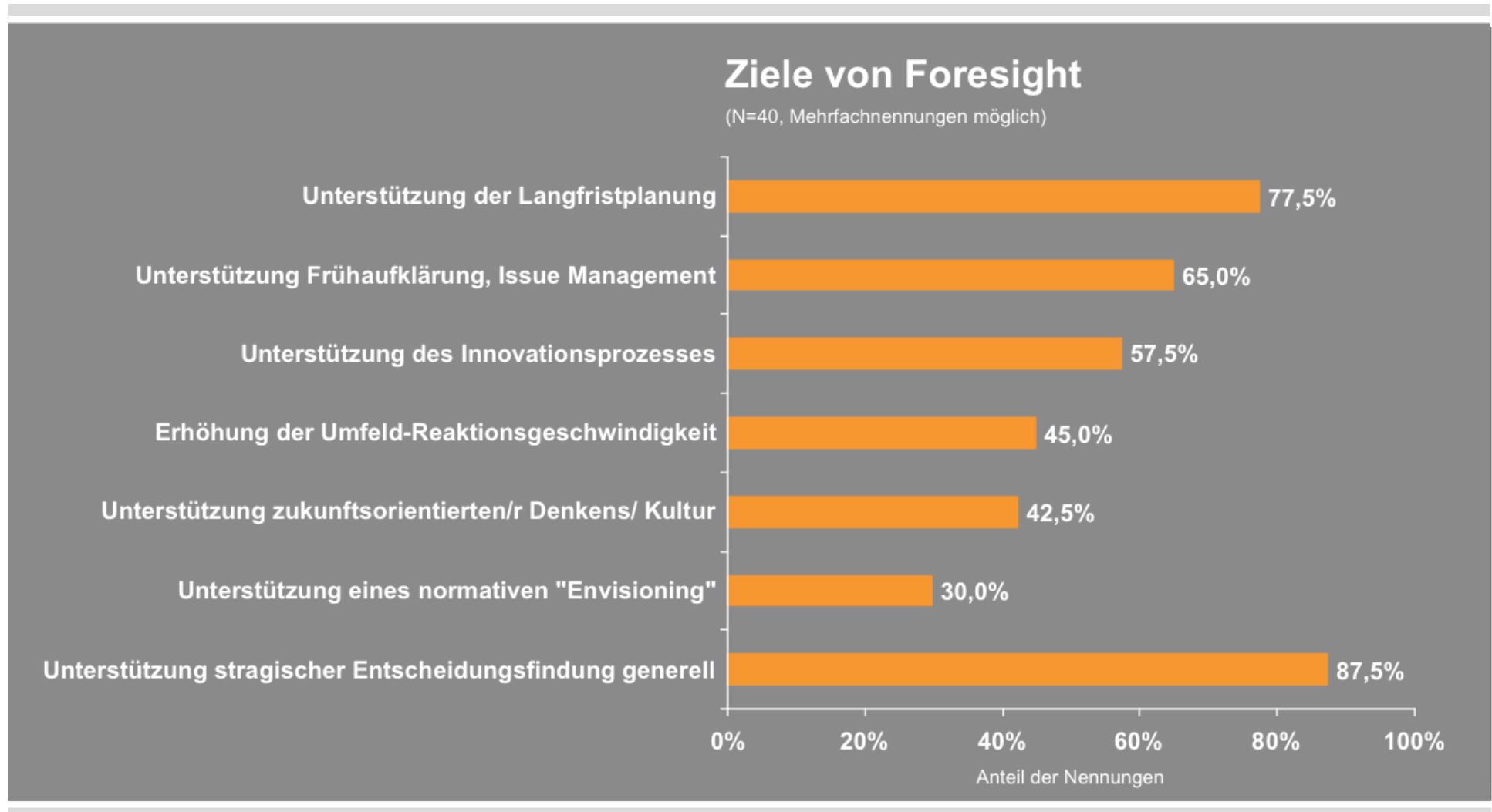
## Gestiegene Relevanz

„Foresight hat in den letzten 5 Jahren in unserem Unternehmen an Bedeutung gewonnen.“



# Corporate Foresight in der Praxis

## “Harte” Ziele statt “Denken auf Vorrat”

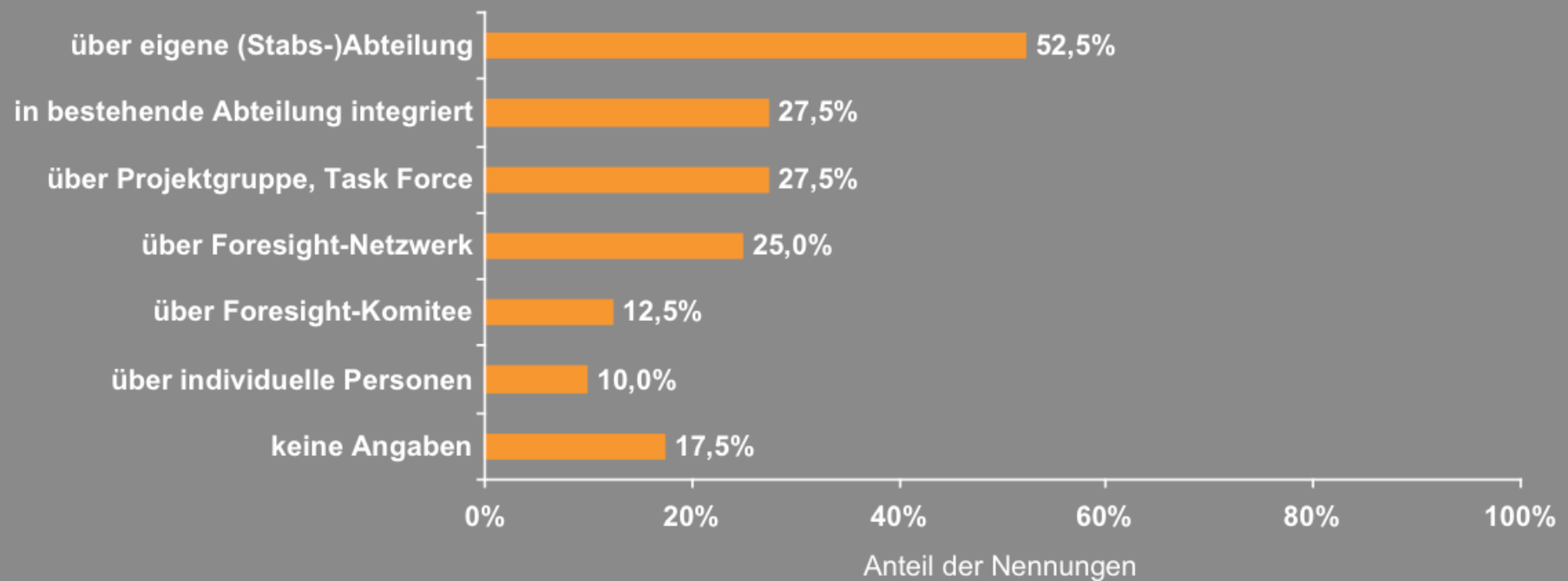


# Corporate Foresight in der Praxis

## Foresight als Stabsfunktion

### Organisatorische Verankerung des Foresight Prozesses

(N=40, Mehrfachnennungen möglich)

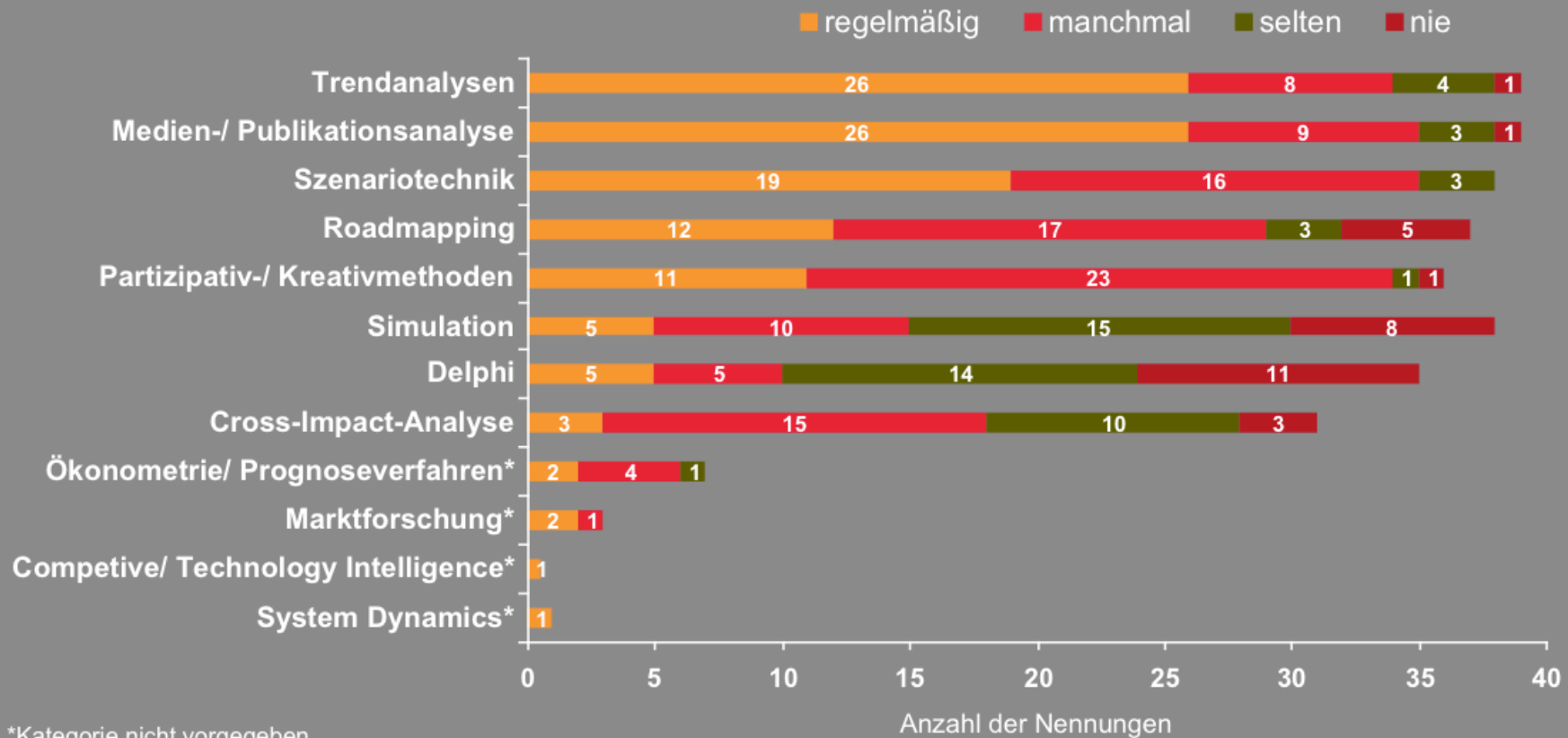


# Corporate Foresight in der Praxis

## Qualitative Methoden im Vordergrund

### Einsatzhäufigkeit der Methoden

(N=40, Mehrfachnennungen möglich)



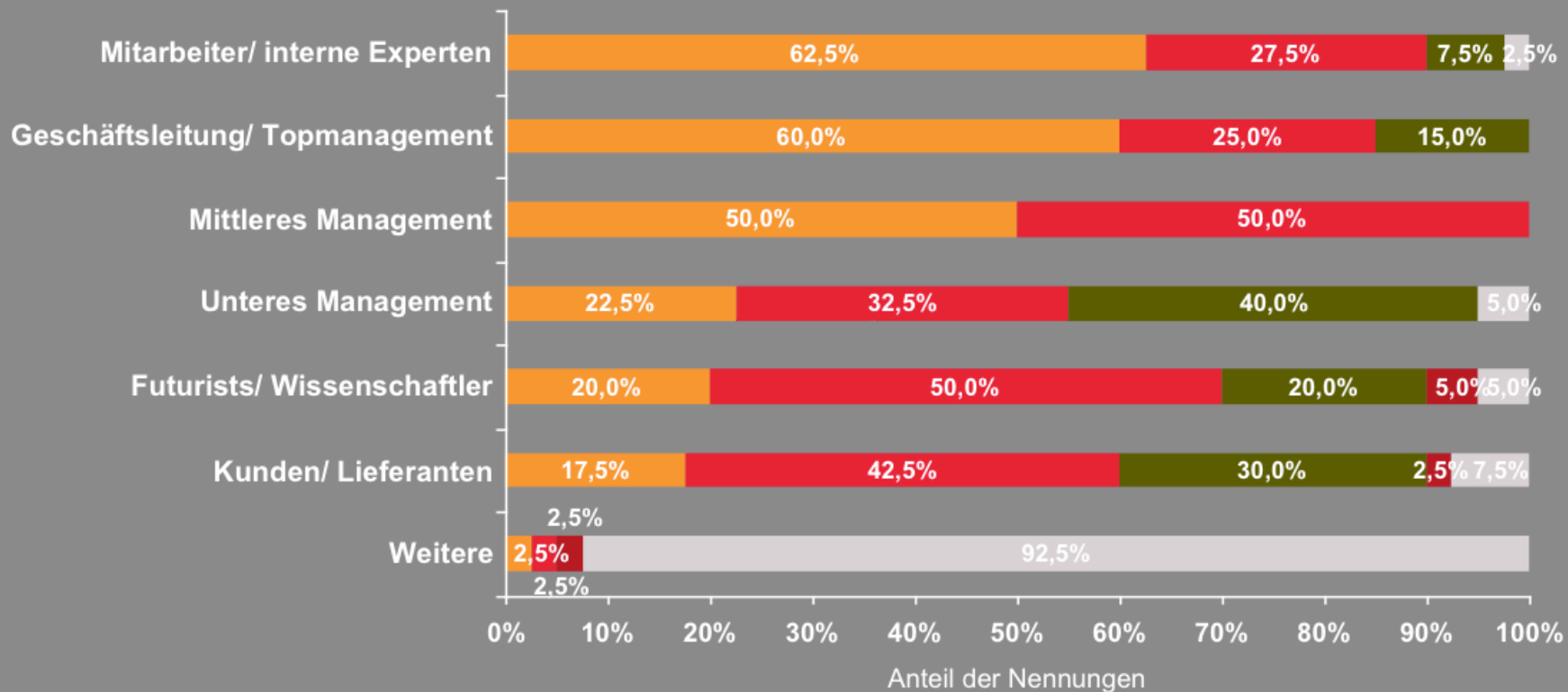
# Corporate Foresight in der Praxis

## Einbeziehung des Top-Managements

### Beteiligung an Foresight-Aktivitäten

(N=40)

regelmäßig manchmal selten nie keine Antwort



# Corporate Foresight

## Das Beispiel Siemens

SIEMENS

Megatrends are analyzed and described in the Mega Trends report



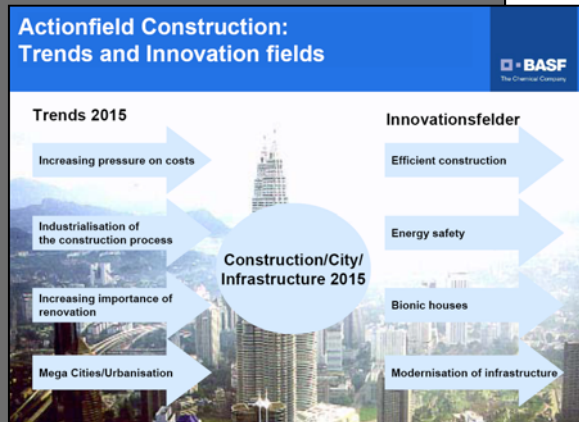
Page 6

© Siemens AG 2006. All rights reserved

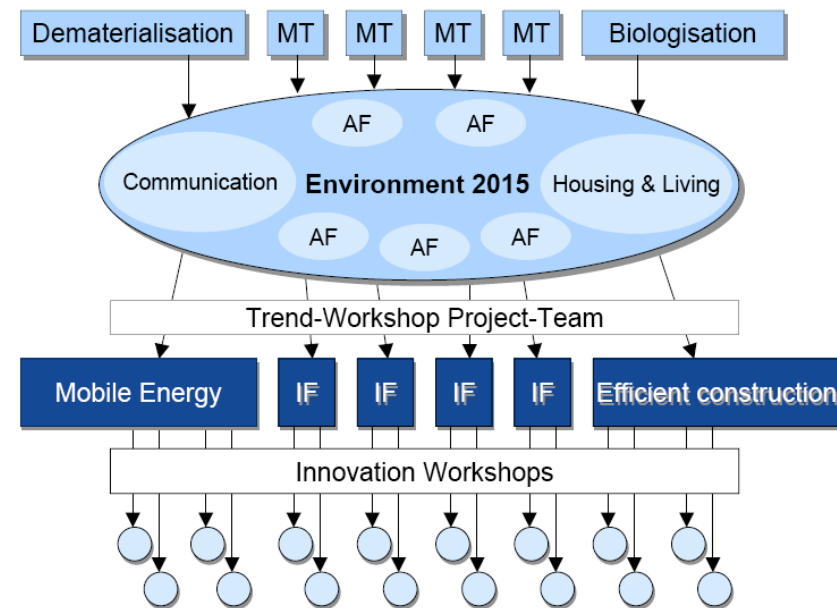
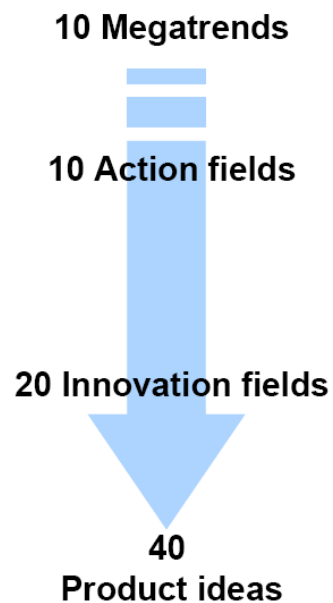
# Corporate Foresight

## Das Beispiel BASF

### Managing the Fuzzy Front End: From Megatrend to Product Innovation Z-Punkt Approach



Authorised by BASF



→ Future Trends and Scenarios stimulate creative Thinking

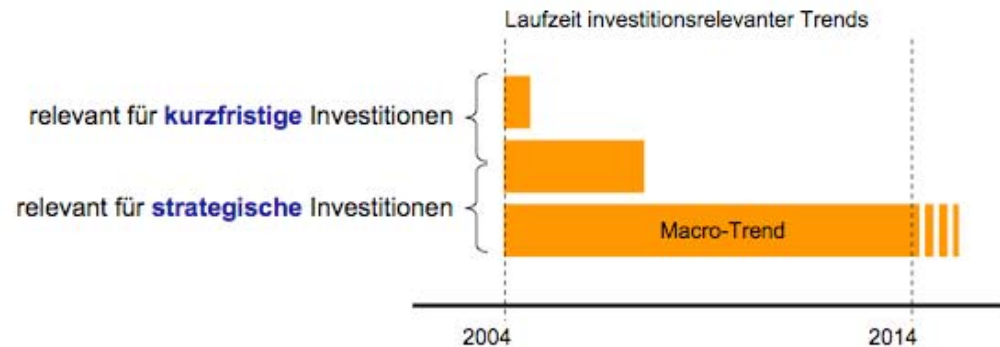
# Corporate Foresight

## Das Beispiel: db research

Scenario Intelligence und Umsetzung

### Trendanalyse für die strategische Planung

- Erfolgreiche strategische Planung sollte **Trends** in Märkten, Regulierung, Konsumentenverhalten etc. **einbeziehen**
- Trends werden nach ihrem **Wirkungspotential** im Hinblick auf das **Wirtschaftswachstum/-struktur** und ihrer **Stabilität** ausgewählt
- Trends und deren Implikationen müssen **nach Trendlaufzeit differenziert** werden



Stefan Schneider · 25.03.07 · page 6

Deutsche Bank Research

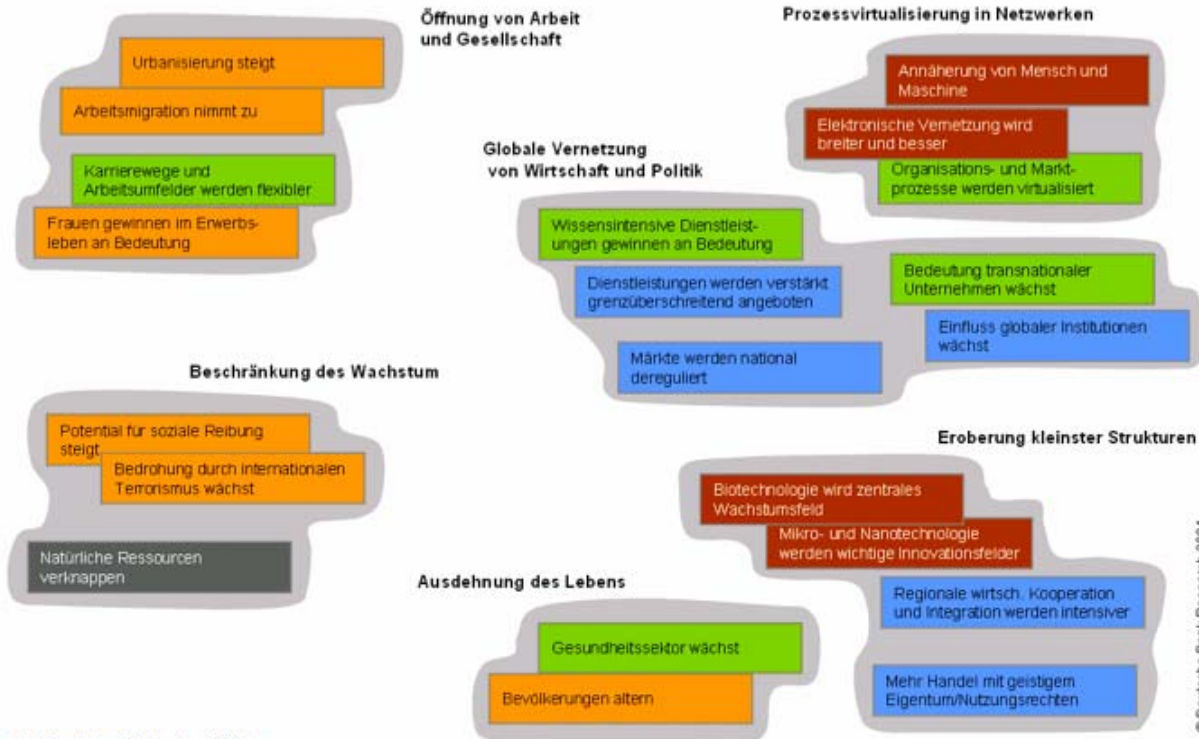


# Corporate Foresight

## Praxisbeispiele: db research

Scenario Intelligence und Umsetzung

### DB Research Trendlandkarte



# Corporate Foresight Basics

## Erfolgsfaktoren



### Competence

Wissen über Umfeldler, Märkte und Trends

### Creativity

Verbindung von Analyse und visionärem Denken

### Communication

Vermarktung der Ergebnisse

### Cooperation

Einbindung interner (und externer) Zielgruppen

### Continuity

Anwendung und Weiterentwicklung der Erkenntnisse

Source: Burmeister, Klaus; Neef, Andreas; Beyers, Bert: Corporate Foresight. Unternehmen gestalten Zukunft. Hamburg 2004

# Fazit



# Kontakt

Klaus Burmeister  
Managing Director  
burmeister@z-punkt.de

Z\_punkt GmbH  
The Foresight Company  
Bullmannaue 11  
45327 Essen

Fon +49-201-747 27 0  
Fax +49-201-747 27 22

[www.z-punkt.de](http://www.z-punkt.de)

