

FUTURE ROOM ORIENTATION

**Zukunftsberatung fürs
Top-Management**

RICHTEN SIE IHR UNTERNEHMEN AUF ZUKUNFT AUS

Zukunft ist kein Zufall, sondern das Produkt unserer eigenen Entscheidungen. Im Future Room, dem neuen vom Zukunftsinstitut entwickelten Beratungsformat, erlangen Sie Sicherheit für echte Handlungsoptionen und finden die wirklich relevanten Antworten auf Ihre Zukunftsfragen:

Welche Bedürfnisse werden meine Kunden haben?

Wie muss sich das Portfolio meines Unternehmens wandeln?

Wie entwickle ich ein Gespür für die neuen Markteinflüsse?

An welcher Stelle hat mein Unternehmen blinde Flecken zum Thema Wandel?

future-room@zukunftsinstitut.de
futureroom.network

Eine Methode fürs Top-Management – **schnell, klar und wirksam**

DIE METHODE

Der Future Room richtet sich vor allem an strategische Entscheider aus dem Top-Management und verbindet erstmals systemische Beratung mit Trend- und Zukunftsforschung.

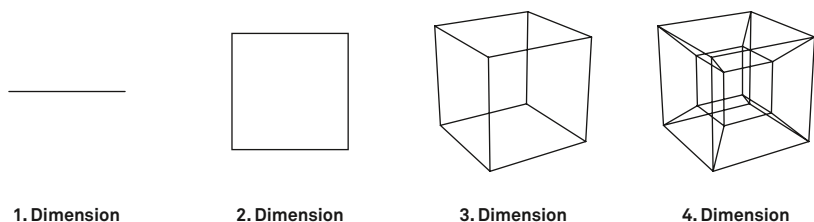
Mittels Impuls, Dialog und Beobachtung rücken innerhalb kürzester Zeit die relevanten Zukunftsfragen Ihres Unternehmens in den Fokus. Die Methode setzt dazu Megatrends in den Kontext unternehmerischer Entscheidungen. Dadurch eröffnet sie neue Zugänge und ermöglicht das Denken auf einer neuen Komplexitätsebene, um die Energie und das Potenzial Ihres Unternehmens voll zu entfalten.

ERGEBNISSE

- **Klare Antworten auf die Frage „Wie und wo wirken gesellschaftliche Trends?“** in Bezug auf die Geschäftsbereiche.
- **Das organisatorische „Mindset“ in Bezug auf den Umgang mit gesellschaftlichen Trends wird deutlich** und nötige Veränderungen sind klar erkannt und formuliert.
- **Marktpotenzial und -risiken im Kontext gesellschaftlicher Entwicklung sind klar erkannt und formuliert.** Blinde Flecken, die in jeder Umsetzung von Strategien entstehen, werden gesehen und können korrigiert werden.
- **Drei bis vier Konsequenzen für eine erfolgreiche strategische Zukunftsausrichtung** im Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen sind klar erkannt und formuliert.

DIE VIER DIMENSIONEN DES DENKENS

In jedem Unternehmen gibt es verborgene Potenziale. Außerhalb der üblichen Wahrnehmung durch die Managementbrille bleibt vieles unerschlossen, was das Business entscheidend voranbringen könnte, weil es nicht explizit und sichtbar, sondern nur implizit und verborgen ist. Doch dieses implizite Potenzial lässt sich heben. Der Schlüssel liegt in einem räumlichen Denken, der „4. Dimension“ Ihres Unternehmens.



Von der Zielsetzung über die Analyse zur Top-Entscheidung in kürzester Zeit

ABLAUF

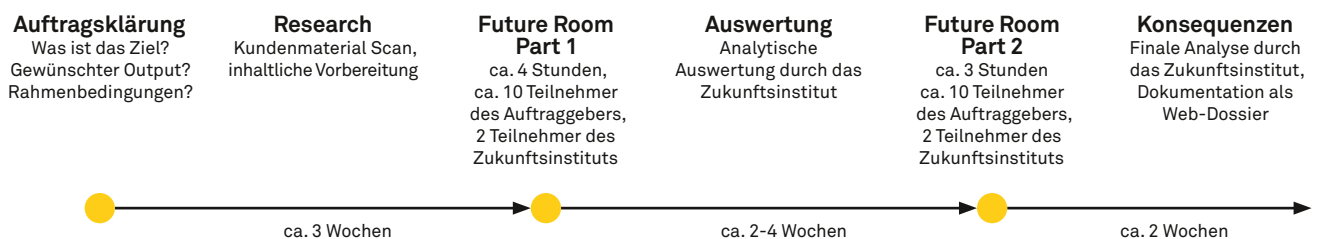
Der **Future Room Orientation** umfasst eine Auftragsklärung und zwei inhaltliche Sessions. Im Rahmen der Auftragsklärung werden zunächst die gemeinsamen Ziele sowie die wichtigsten Kriterien für das Projekt definiert. Nach der Auftragsklärung beginnt die inhaltliche Arbeit.

Im **Future Room Part 1** wird die Ist-Situation des Auftraggebers erfasst und das bestehende Mindset gechallenged. Dies geschieht über kurze Inputs und einen hypothesengeleiteten Dialog. Im Anschluss des Future Room Part 1 erfolgt eine tiefgehende analytische Auswertung mit Hilfe eines systemtheoretischen Kontext-Modells. Die Analyse-Ergebnisse werden in Form von zentralen Konsequenzen im **Future Room Part 2** gespiegelt und in einer gemeinsamen Arbeits-Session geklärt und weiterentwickelt. Am Ende der Future Room Orientation Phase werden dem Auftraggeber die zentralen Konsequenzen in Form eines Web-Dossiers übermittelt.

„Bis zur dritten Dimension können wir managen und gestalten. In der vierten Dimension müssen wir uns auf eine neue Funktion einlassen: das bewusste Sehen.“

— Harry Gatterer, Geschäftsführer Zukunftsinstitut

ZEITSHEMA FUTURE ROOM ORIENTATION



Was sagen andere Top-Entscheider über ihre Entdeckungen im Future Room?

TECHNOLOGY AND SERVICE PROVIDER



„Mit der Future Room Methode fällt es leicht, Themen aus anderen Blickwinkeln zu betrachten, diese unter verschiedenen Gesichtspunkten zu bewerten und so zu neuen, oft überraschenden Konsequenzen für das eigene Business zu kommen.“

— Dr. Stephan Verclas, Vice President Innovation,
T-Systems International GmbH

LOCAL GOVERNMENT AND CITIES



„Die Future Room Methode des Zukunftsinstitutes hilft enorm, alte Denkmuster zu verlassen und den Betrachtungshorizont zu erweitern und so zu wirklich zukunftsweisenden Aussagen zu gelangen!“

— Thomas Peter, Verwaltungsdirektor Stadt Kloten

MOBILITY



„Die Methodik des Future Room hilft das eigene Unternehmen im Kontext von Trends zu verorten. Durch die gezielte Betrachtung unternehmensrelevanter Fragestellungen erfolgt eine schnelle Orientierung und ermöglicht die strategische Ausrichtung auf Zukunft.“

— Dr. Lorenz Kiene, Geschäftsführer, Christian Lühmann
GmbH/Classic Oil

REAL ESTATE



„Mit Hilfe der Future Room Methode haben wir die DNA des Unternehmens beleuchtet sowie Stärken und Verbesserungspotenziale explizit gemacht. Die Reflexion führte insbesondere zur Neubetrachtung unseres Innovationsprozesses. Die Methode des FR ist eine wertvolle Beleuchtung und systemische Auseinandersetzung mit dem Unternehmen im Kontext von Markt und gesellschaftlichen Trends.“

— Mag. Sabine Müller, Geschäftsführerin IC Development

ENERGY



„Unser Umfeld gewinnt zunehmend an Komplexität. Mit den Methoden des Future Rooms gelingt es dennoch, mögliche Herausforderungen und Veränderungen in den Blick zu nehmen. Sie schaffen die Basis für eine Modellierung der Zukunft des Unternehmens.“

— Thomas Murche, Technischer Vorstand der WEMAG AG

BETRETEN SIE IHREN FUTURE ROOM

Unser Beratungsangebot wird individuell auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet. Die Methode ist unabhängig von der Industrie und der Größe des Unternehmens. Für Anfragen rund um die Methode oder Beratungsleistungen wenden Sie sich bitte an unsere Kollegen in Deutschland oder Österreich.

Ihr Kontakt in Deutschland



DANIEL ANTHES

+49 (0)69 26 48 48 9-25
d.anthes@zukunftsinstitut.de

Ihr Kontakt in Österreich



MARK MORRISON

+43 (0)1 9 43 40 30
m.morrison@zukunftsinstitut.de