

Strategic Foresight

Mit der multimedialen Methodik zur Szenarioentwicklung und Entscheidungsfindung zur Unternehmensentwicklung

Strategic Foresight

Mit der multimedialen Methodik zur Szenarioentwicklung und Entscheidungsfindung zur Unternehmensentwicklung

Strategic Foresight ist ein Tool, mit dem Unternehmen zukünftige Entwicklungen und Trends aktiv mitgestalten und managen können. Anders als herkömmliche Planungsinstrumente bietet es eine umfassendere Sicht auf die Zukunft. Es geht nicht nur um Prognosen, sondern darum, verschiedene Szenarien zu entwickeln und zu bewerten, um fundierte Entscheidungen zu ermöglichen.

Dabei werden Vergangenheit und Gegenwart mit einbezogen, um ein ganzheitliches Bild der Zukunft zu zeichnen. Unternehmen, die diese Methode beherrschen, können nicht nur schneller auf Veränderungen reagieren, sondern auch gezielt proaktiv agieren. Strategic Foresight ist daher entscheidend, um im dynamischen Umfeld erfolgreich zu bleiben. Strategic Foresight ist somit der Ansatz, der es Unternehmen und Organisationen ermöglicht, zukünftige Entwicklungen systematisch zu erkennen und strategisch darauf zu reagieren. Im Mittelpunkt steht die Identifikation von Trends, Unsicherheiten und disruptiven Treibern, die die Zukunft beeinflussen könnten. Anstatt die Zukunft vorherzusagen, hilft Strategic Foresight dabei, unterschiedliche Szenarien zu entwerfen, die als Grundlage für fundierte Entscheidungsfindung dienen. Dieser Prozess fördert nicht nur Innovation, sondern auch Resilienz gegenüber unvorhersehbaren Veränderungen, indem er langfristiges Denken in die strategische Planung integriert.

In diesem praxisorientierten Seminar lernen Sie die Grundlagen des Strategic Foresight kennen und können die Methode direkt in Ihrer Organisation zum Einsatz bringen.

Referentin



Dorothee Stadler

Sie leitet als Spezialistin die Themenbereiche Foresight, Research & Co-Creation und betreut seit mehr als 15 Jahren kundenzentrierte Innovations- und Zukunftsprojekte. Um die User konsequent in den Innovationsprozess einzubinden, entwickelt sie fortlaufend Co-Creation Methoden und Tools weiter und arbeitet an neuen Ansätzen wie den HYVE Innovation Labs. Sie studierte BWL an der LMU München und an der Saint Mary's University in Halifax, Kanada, mit Fokus auf Innovationsmanagement, Market Research, strategische Unternehmensführung & interkulturelle Kommunikation.

Themenschwerpunkte

- **Einführung und Grundlagen der Foresight-Methoden:** Hintergrundinformationen und wichtige Grundlagen zur Anwendung von Strategic Foresight
- **Trends und Treiber der Zukunft:** Methoden zur Identifikation und Analyse von Megatrends, Disruptionen und Weak Signals
- **Szenario-Entwicklung:** Konzeption und Durchführung von Zukunftsszenarien zur Vorbereitung auf verschiedene Zukunftsmöglichkeiten
- **Strategieableitung und -anpassung:** Strategische Implikationen aus den Szenarien und Ableitung konkreter Roadmaps
- **Futures Literacy:** Entwickeln von persönlichen Fähigkeiten, mit Unsicherheiten umzugehen und flexibel auf mögliche Zukunftsszenarien zu reagieren

Nutzen

- **Bessere Entscheidungsfindung:** Durch Szenarien und Trendanalysen gewinnen Sie Einblicke in potenzielle Risiken und Chancen, um Ihre strategischen Entscheidungen besser zu begründen.
- **Zukunftsdenken stärken:** Sie entwickeln die Fähigkeit, langfristige Trends und Unsicherheiten zu identifizieren und strategisch zu antizipieren.
- **Innovation fördern:** Foresight eröffnet neue Perspektiven für Geschäftsentwicklung und Marktanpassung.
- **Agilität und Anpassungsfähigkeit:** Sie lernen, sich verändernde Zukunftsfaktoren kontinuierlich zu überwachen und Strategien dementsprechend anzupassen.
- **Vertiefte Methodenkompetenz:** Sie erlangen ein tiefes Verständnis für fortgeschrittene Foresight-Tools, wie etwa Szenario-Technik und Trendradar.
- **Resilienz gegen Disruptionen:** Stärkung der Fähigkeit, auf Marktumbrüche und Krisen schneller und strategischer zu reagieren.

Arbeitsmethodik

Multi-Methoden-Workshop: Überblick über aktuelle Methoden und Werkzeuge im Bereich Foresight, guter Mix aus Impulsen und Gruppenarbeiten, Bedeutung von Immersion und Storytelling, Reflexion und Übertragung für das eigene Unternehmen.

Zielgruppe

Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung, Verwaltungsräte, Strategen, Innovationsmanager sowie erfahrene Persönlichkeiten, die Foresight als strategisches Instrument einsetzen wollen, um ihre Organisation auf die Zukunft vorzubereiten und nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Link

➔ zfu.ch/go/for

Strategic Foresight

Preis

CHF 1490.00

Inbegriffen sind: Seminarunterlagen online, Mittagessen, Kaffeepausen und Testat. Die Übernachtung ist nicht inbegriffen.

Wichtig: Das Seminar findet in kleiner Runde statt. Die Teilnehmerzahl ist limitiert.

Termine und Orte

Dauer: 1 Tag

09.05.2025

In Feusisberg
Hotel Panorama Resort

21.11.2025

In Feusisberg
Hotel Panorama Resort

8.30–17.00 Uhr

Attraktive Rabatte

Bei gleichzeitiger Anmeldung gelten folgende Rabatte:
Ab 2 Buchungen 10 %
Ab 4 Buchungen 15 %

Beratung und Kontakt

+41 44 722 85 85
info@zfu.ch

Firmeninterne Weiterbildung

Dieses Seminar ist auch als Inhouse-Veranstaltung buchbar. Wir begleiten Sie!



Melden Sie sich jetzt an!

zfu.ch/go/for