

Hintergrundinformation

Was ist Corporate Foresight?

Corporate Foresight ist Zukunftsforschung in Unternehmen. Dabei geht es um alle Zukunftsfragen, die Unternehmen sich stellen, insbesondere um die mittel- bis langfristig orientierte Strategie- und Innovationsarbeit. Ziel der Foresight-Arbeit ist es, Unternehmen in die Lage zu versetzen, frühzeitig strategische Weichen zu stellen und die Herausforderungen der Zukunft in Innovationen umzusetzen.

Corporate Foresight geht kontinuierlich und systematisch vor, ausgestattet mit einem anerkannten Methoden-Portfolio. Sie wirft einen Blick in die Zukunft von Wissenschaft und Technologie, von Märkten, Kunden und der Gesellschaft. Zentrale Aufgaben sind die Vorbereitung strategischer Entscheidungen, die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit sowie die Stärkung der Lern- und Innovationsfähigkeit des Unternehmens.

Mittelstand und Corporate Foresight

Viele mittelständische Unternehmen bewegen sich in turbulenten Märkten und Umfeldern. So nehmen 71% der in der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Untersuchung „Corporate Foresight im Mittelstand“ befragten Mittelständler starke Veränderungen in Markt und Umfeld wahr. Viele Mittelständler erhoffen sich von Corporate Foresight Unterstützung bei der Bewältigung und Gestaltung des Wandels. Zentrale Ergebnisse der Studie waren:

- 86% der befragten Mittelständler wollen mit Corporate Foresight ihre strategische Planung unterstützen.
- 69% wollen mit Hilfe von Corporate Foresight Innovationsfelder identifizieren.
- 65% wollen ihre Produkte verbessern und 59% ihre Geschäftsmodelle weiter entwickeln.
- 50% wollen ihre Investitionsentscheidungen verbessern.

Pressekontakt:

Z_punkt GmbH
Silke Loh
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

Tel.: 0221/355 534-21
loh@z-punkt.de
www.z-punkt.de

Wem und wie hilft Corporate Foresight?

Corporate Foresight ist besonders für Unternehmen von Bedeutung, deren Märkte sich ständig verändern und ein hohes Maß an Komplexität aufweisen. Dies gilt unter den Bedingungen zunehmender Globalisierung, technischen Fortschritts und sich verändernder Kundenbedürfnisse für viele Märkte. Der Bedarf an langfristiger Vorausschau unterscheidet sich je nach Branche, Innovationsintensität und Planungszyklen der Unternehmen.

Corporate Foresight kann Dynamik, Komplexität und Turbulenz nicht vermindern. Aber sie bietet ein Instrumentarium, um diese Bedingungen in die eigene Strategie zu integrieren. Die Methoden helfen dabei, Produktideen für die Märkte von morgen zu entwickeln und neue Geschäftsfelder zu identifizieren, die sich aus dem Umfeldwandel ergeben. Ebenso unterstützen sie bei der Einschätzung, wie sich bestehende Märkte in Zukunft entwickeln werden.

Weitere Informationen:

www.zukunft-im-mittelstand.de

www.z-punkt.de

Pressekontakt:

Z_punkt GmbH
Silke Loh
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

Tel.: 0221/355 534-21
loh@z-punkt.de
www.z-punkt.de