

Megatrends der 2020er Jahre

Ist Ihre Unternehmenskultur bereit?

Wie steht es um die eigene Unternehmenskultur? Welchen Kurs schlagen wir ein? Und welche Rolle spielen dabei die zukünftigen Megatrends? Der Beitrag geht diesen Fragen auf den Grund.

Von Hans R. Hässig und Roland F. Stoff

Der aktuelle Zeitgeist wird nach wie vor von Schlagwörtern wie «Agility», «Employability», «Diversity und Inklusion», «New Work», «Leadership», «Brand Performance» und dergleichen in Atem gehalten. Gleichzeitig stellen wir fest, wie sich Unternehmen von ihrem Sinn und Zweck und ihren Kernaufgaben entfernen. Dies ist in vielen Unternehmenskulturen bereits sichtbar, weil diese ohne Identität keine Orientierung mehr vermitteln. Ein kurzer Identitäts-Check, der auf sieben Fragen basiert, zeigt auf, wie die eigene Unternehmenskultur verstanden wird. Ihre Antworten weisen darauf hin, was die Organisation, ungeachtet des Zeitgeists, wirklich braucht.

Anzeichen, dass sich der Zeitgeist ändert, sind bereits erkennbar. Mischkonzerne verkleinern sich, atypische Geschäftsfelder werden verkauft. Politiker der nächsten Generation wollen «too big to fail»-Organisationen zerschlagen. Klima, Gesundheit, Ernährung und das Zusam-

menfinden über gemeinsame Bedürfnisse findet mehr in der realen und immer weniger in der virtuellen Welt statt.

Ein Megatrend ...

- ist von langer Dauer
- betrifft viele Lebensbereiche
- ist ein weltweites Phänomen
- hat eine komplexe Entwicklung

Wir waren deshalb erstaunt unsere Beobachtungen bestätigt zu finden. Das deutsche Zukunftsforschungsinstitut GmbH in Frankfurt hat aktuell die fünf wichtigsten Megatrends für Unternehmen in den 2020er Jahren geortet.

1. Individualisierung

Der Megatrend Individualisierung ist noch sehr stark egoistisch geprägt. Individualisierung wandelt sich und drückt sich in einer **neuen Wir-Kultur** aus, über gleichgesinnte Gemeinschaften, Kollaborationen und Kooperationen, statt des

narzisstischen Ichs. Für Unternehmen hat dies vor allem Einfluss auf die Art und Weise, wie im Team zusammengearbeitet wird und wie Organisationen geführt werden («gleich im Geist»).

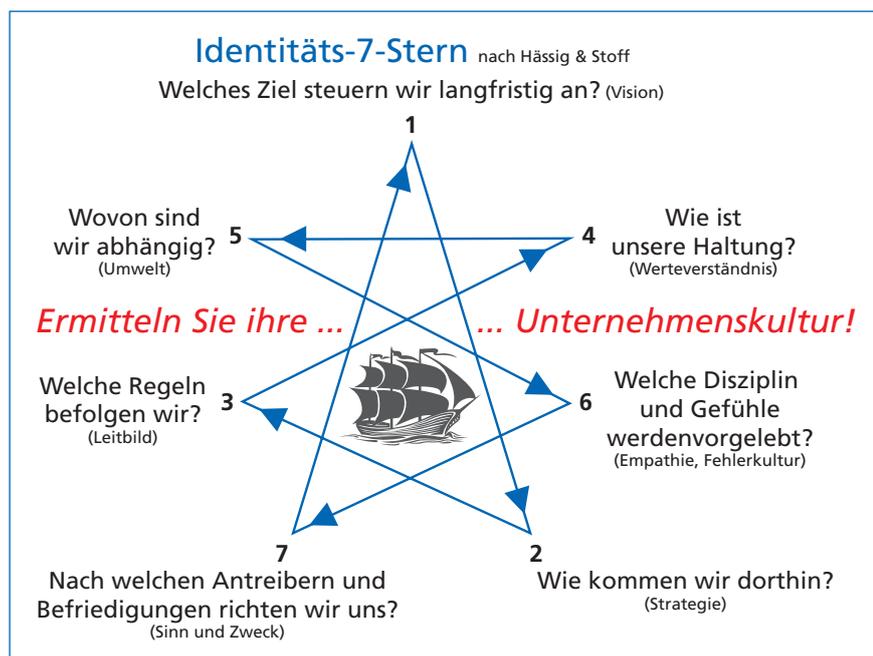
Unternehmenskultur-Controlling® (UKC) ist überzeugt:

Für die Unternehmenskultur wird die eigene Identität noch wichtiger, weil Mitarbeitende und Kunden sich über ein Kollektiv orientieren und Kooperationen nur über gleiche Ausrichtungen in der Haltung Glaubwürdigkeit finden.

2. Silver Society

Die älter werdende Gesellschaft verfügt über einen unglaublichen Erfahrungsschatz und die Gelassenheit, Herausforderungen anzunehmen. Dies wird unterschätzt, weil sich die Aufmerksamkeit noch zu stark auf neue Technologien konzentriert. Menschen in der zweiten Lebenshälfte haben eine andere Sicht auf Leistung, Wachstum und Innovation als die Jüngeren. Zudem schätzen sie Vorgänge in Unternehmen, u.a. was wichtig und richtig ist, anders ein. Deshalb wird Routine und Erfahrung als Vitalisierung erkannt und geschätzt, um die **alleinige Konzentration auf neue Technologien aufzuweichen**. Eine Umkodierung der Wirtschaft beginnt und führt zu mehr Wirkung statt Leistung und zu mehr Gelassenheit durch Erfahrung statt «hörige digitale Agilität».

UKC geht davon aus: Unternehmenskulturen werden vermehrt zum Orientierungsanker über Sinn und Zweck des Handelns, weil Unternehmer sich stärker auf Wichtiges und Richtiges (Ethik, Wirkung und langfristige Wirtschaftlichkeit) konzentrieren. Es ist die Silver Society, die im Unternehmen zur Vitalisierung beitragen wird.



3. Konnektivität

Wir werden in Netzwerken leben. Dies beeinflusst uns sozial, in unserer Haltung und in unserem Denken. Das Zusammenspiel zwischen Menschen und Technologie sowie der Umgang mit den neuen Möglichkeiten wird sich in den 2020er Jahren richtungsweisend entwickeln, wenn der gegenwärtige technologische Hype umfassender begriffen wird. Erst wenn **Technologien gezielt und effizient** eingesetzt werden, ergeben sich enorme Potenziale zur **Effizienzsteigerung** und für neue Geschäftsmodelle.

UKC folgert: Unternehmenskulturen entstehen über menschliche Beziehungen. Wenn Effizienzsteigerungen nicht nur zu mehr Gewinn führen, sondern auch zu Gunsten von Beziehungsentwicklungen genutzt werden, dienen Technologien dem Menschen und nicht allein dem Selbstzweck.

4. Neo-Ökologie

Der Megatrend Neo-Ökologie reicht in jeden Bereich unseres Alltags hinein, z.B. Energiewende, Plastikverordnung, Biomärkte etc. Ob persönliche Kaufentscheidungen, gesellschaftliche Werte oder Unternehmensstrategie – selbst wenn nicht immer auf den ersten Blick erkennbar, entwickelt sich dieser Trend nicht zuletzt aufgrund technologischer Innovationen mehr und mehr zu einem der wirkmächtigsten Treiber unserer Zeit. Er sorgt nicht nur für eine Neuausrichtung der Werte der globalen Gesellschaft, der Kultur und der Politik, sondern verändert unternehmerisches Denken und Handeln in seinen elementaren Grundfesten.

UKC vermutet: Unternehmenskulturen müssen Voraussetzungen schaffen, damit Menschen ihren Lebensinhalt und Lebenssinn in der Verschmelzung von Arbeit, privaten Aktivitäten und Ressourcenbewusstsein verwirklicht sehen. Somit wird der Zugang zur Identität einer Firma über das Produkt, die Haltung und deren Glaubwürdigkeit immer bedeutsamer.

5. Wissenskultur

In unserer komplexen Welt ist Wissen fluide. Deshalb rücken vor allem implizite

Fähigkeiten in den Fokus, die uns befähigen, auf Veränderungen und Überraschungen zu reagieren. Ganzheitliches, systemisches Denken, Kontextbildung und Beobachtung zweiter Ordnung werden ebenso zu Kernkompetenzen wie zu tiefst (zwischen-)menschliche Qualitäten. Gerade für Führungskräfte sind sie enorm wichtig, um mit der Organisation und den Mitarbeitenden zu kommunizieren.

UKC ist der Ansicht: Für die Unternehmenskultur bedeutet dies, dass vor allem Führungskräfte mit der Organisation und den Mitarbeitenden mithilfe der genannten Fähigkeiten kommunizieren können. Im Besonderen wird der Umgang mit den Werten «Anstand», «Angst», «Konflikte», «Scham» und «Mut» als tragende Charaktereigenschaft an Wichtigkeit gewinnen.

Wer die fünf Megatrends der 2020er Jahre versucht für seine Organisation aufzuschlüsseln, wird vermutlich folgende Feststellungen machen: Aus der Zeit der Übertreibungen, der verschleierte Glaubwürdigkeit und dem Bewirtschaften von «Fake News» entsteht nun ein Bewusstsein für Echtheit. Der Status des «Followers» entwickelt sich langsam zum mitdenkenden, eigenständigen Mitglied oder Chef einer Gruppe, in der er seine Bedürfnisse und seine Werterhaltung weiterentwickeln will. Schnelllebigkeit, Oberflächlichkeit, Unterhaltung und Kommerz werden bezüglich ihrer Sinnhaftigkeit und Wirksamkeit hinterfragt, um sich neu zu orientieren und sich selbst besser wiederfinden zu können. Diese Entwicklungen werden neue Grundausrichtungen bewirken. Besonders für Organisationen können diese Kulturprozesse am Arbeitsplatz von wirtschaftlichem und sozialem Nutzen sein. Es werden sich nämlich, ungeachtet der Branche, der Betriebsgrösse, des Markts und des Umfelds dafür wieder drei altbewährte Grundwerte aufdrängen. Es sind dies:

- Die Kompetenzen (Fach- und Führungskompetenzen)
- Die Selbstverantwortung (Selbstführung und Ökologiebewusstsein)
- Die Verbindlichkeit (leben und auch einfordern)

Wie eingangs ausgeführt, hat der Identitäts-Check das Zusammenspiel der sie-



Unternehmenskultur verstehen – die Basis für langfristigen Erfolg

Kultur ist Chefsache und die einzige Führungsaufgabe, die nicht delegiert werden kann. Ein klares Profil und Authentizität im Ausdruck nach Innen und Aussen repräsentieren den wirksamen Markenwert einer Unternehmung und verringern zudem nachweislich Kraft-, Energie- und Kontrollaufwand.

Verlag: Cosmos Verlag AG, 2015
ISBN: 978-3-85621-232-2
Seiten: 230 Seiten, gebunden

ben wichtigsten Faktoren für das Führen einer Unternehmung aufgezeigt. Die Megatrends werden auf jede Organisation unterschiedlich wirken. Auf jeden Fall wird die Grundlage jeder Veränderung und Weiterentwicklung der Firma der zukünftige Umgang mit den ethischen Grundwerten Kompetenzen, Selbstverantwortung und Verbindlichkeit sein.

Die Unternehmenskultur lässt sich wie ein Schiff steuern. Die Megatrends der 2020er Jahre, in welcher Ausprägung auch immer, werden wie Winde wirken. Ob diese ihr «Schiff» vorwärts tragen oder dagegen ankämpfen, wird davon abhängig sein, wie gut Sie Ihre Unternehmenskultur kennen, um auf jeden Fall vorbereitet zu sein.



Hans R. Hässig hat langjährige Erfahrung als Führungskraft auf Geschäftsebene in KMU und arbeitete in Industriebetrieben im In- und Ausland auf Konzernebene. Gemeinsam mit Roland F. Stoff betreibt er die Firma Unternehmenskultur-Controlling, die sich darauf spezialisiert hat, Unternehmenskulturen sichtbar zu machen und zielorientiert zu steuern.
www.unternehmenskultur-controlling.ch



Roland F. Stoff hat langjährige Erfahrung als Führungskraft auf Geschäftsebene in KMU, in der Industrie, der öffentlichen Verwaltung und im Gesundheitswesen. Gemeinsam mit Hans R. Hässig betreibt er die Firma Unternehmenskultur-Controlling, die sich darauf spezialisiert hat, Unternehmenskulturen sichtbar zu machen und zielorientiert zu steuern.
www.unternehmenskultur-controlling.ch