

Foresight

oder:

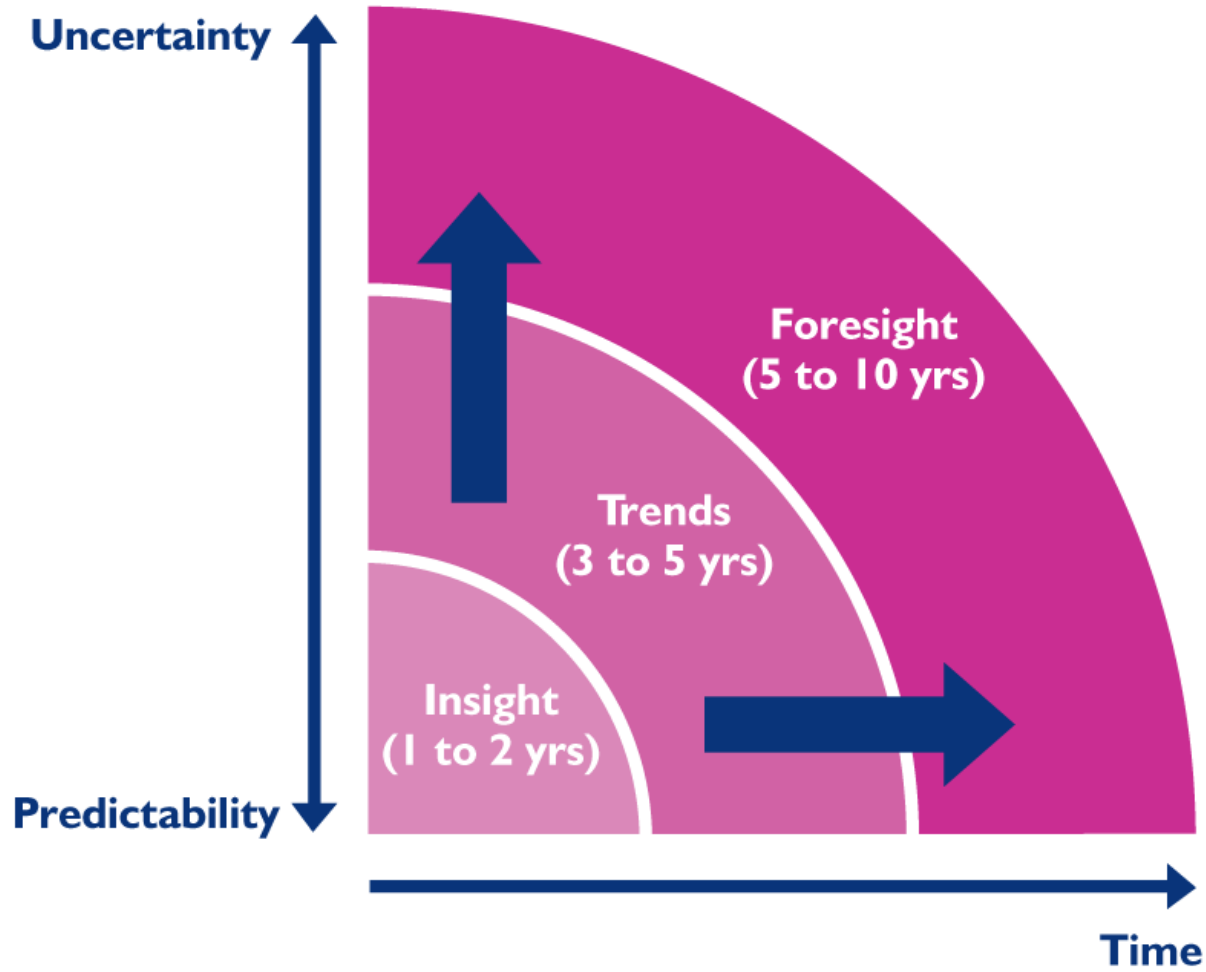
*„Trendorientierte Kompetenzanalyse und
– entwicklung bzw.
Kompetenzorientierte Trendanalyse“*

verwendete Definition von Foresight

„Foresight ist ein Prozess der Vorschau, mit dem Ziel, systematisch die mittel-bis langfristigen Perspektiven neuer Technologien, Trends, Märkte und gesellschaftlicher Bedürfnisse zu analysieren, deren Potenzial zu erkennen sowie die Voraussetzungen für ihre Realisierung abzuschätzen.“ (Zweck, Krück, Braun (2001)).

Foresight identifiziert neue, aufstrebende, langfristig relevante Entwicklungen, Themen und Technologien, für die es noch keine existierenden Daten gibt (Rohrbeck, 2010), mit der Zielsetzung, diese Ergebnisse in konkrete Handlungsstränge für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen zu überführen.

Vorausschau Zeiträume



Quelle: Philips

Ziele

konkrete Anwendbarkeit

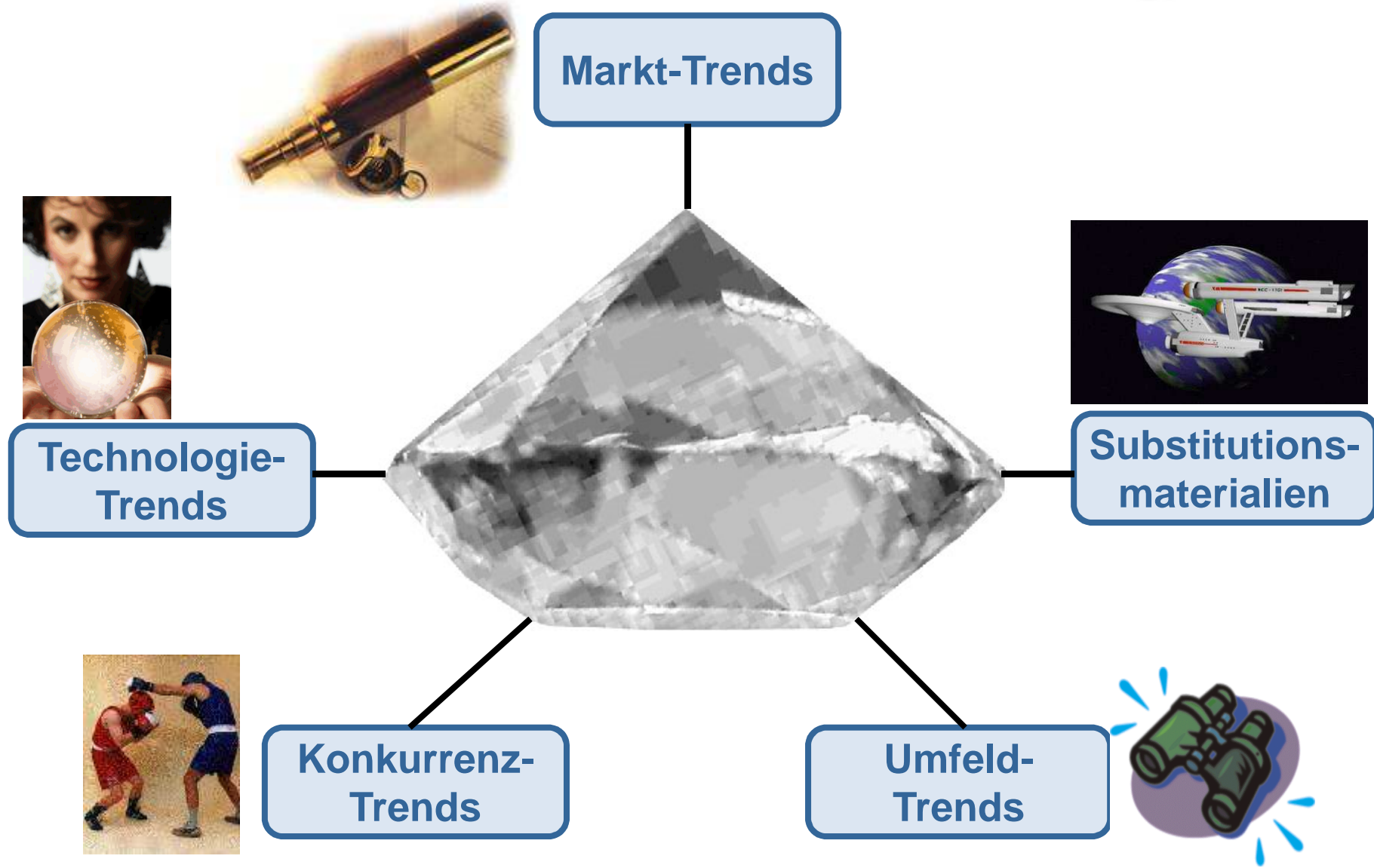
strukturierte Handlungsempfehlungen

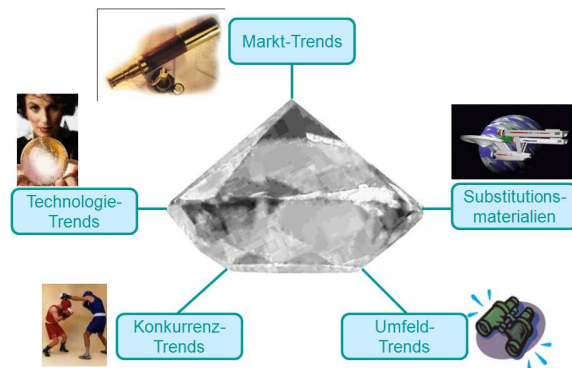
konkrete Handlungsstrategien

Wettbewerbsfähigkeit erhalten und erhöhen

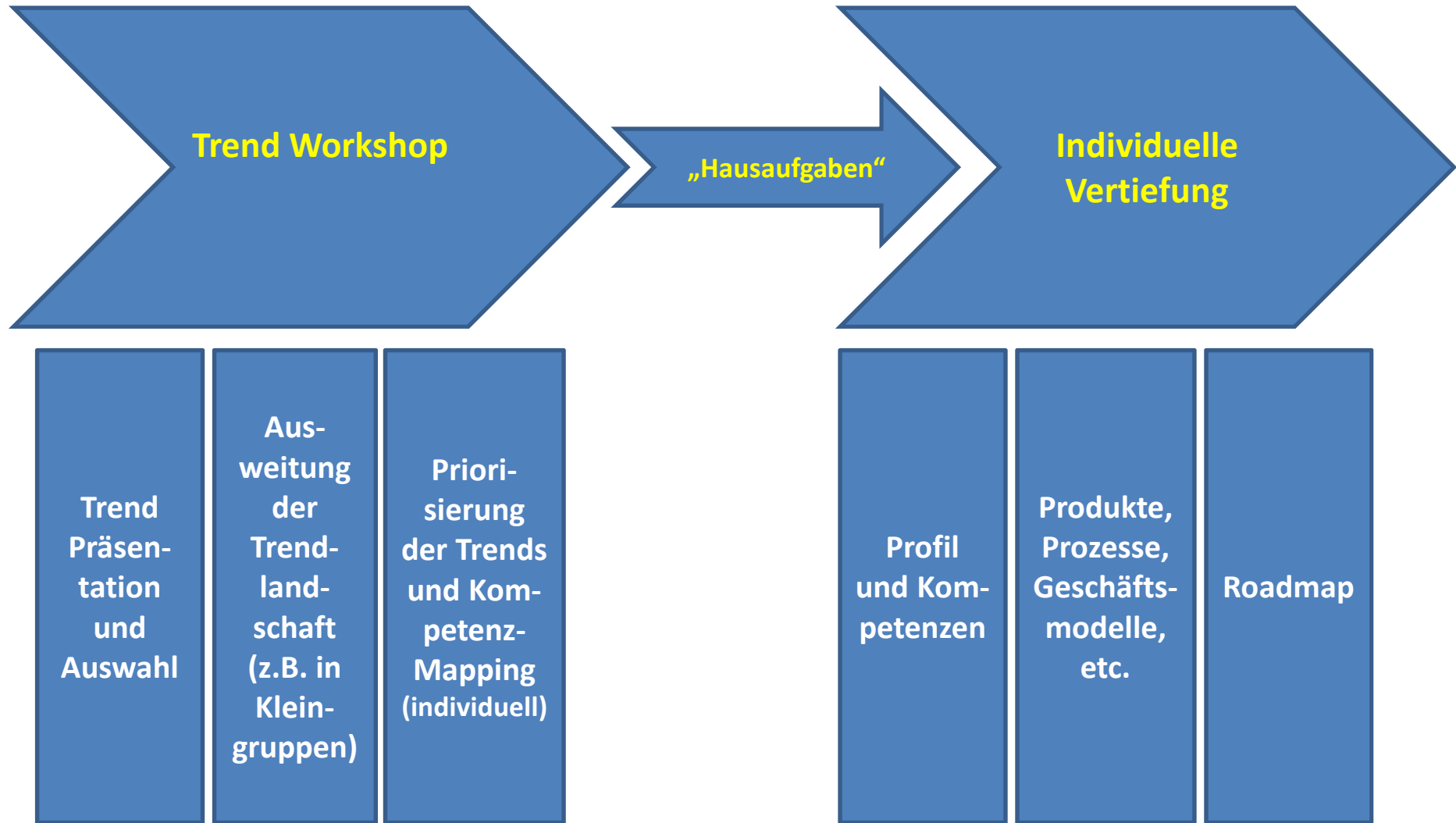
wirtschaftliche Ergebnisse erhalten und verbessern

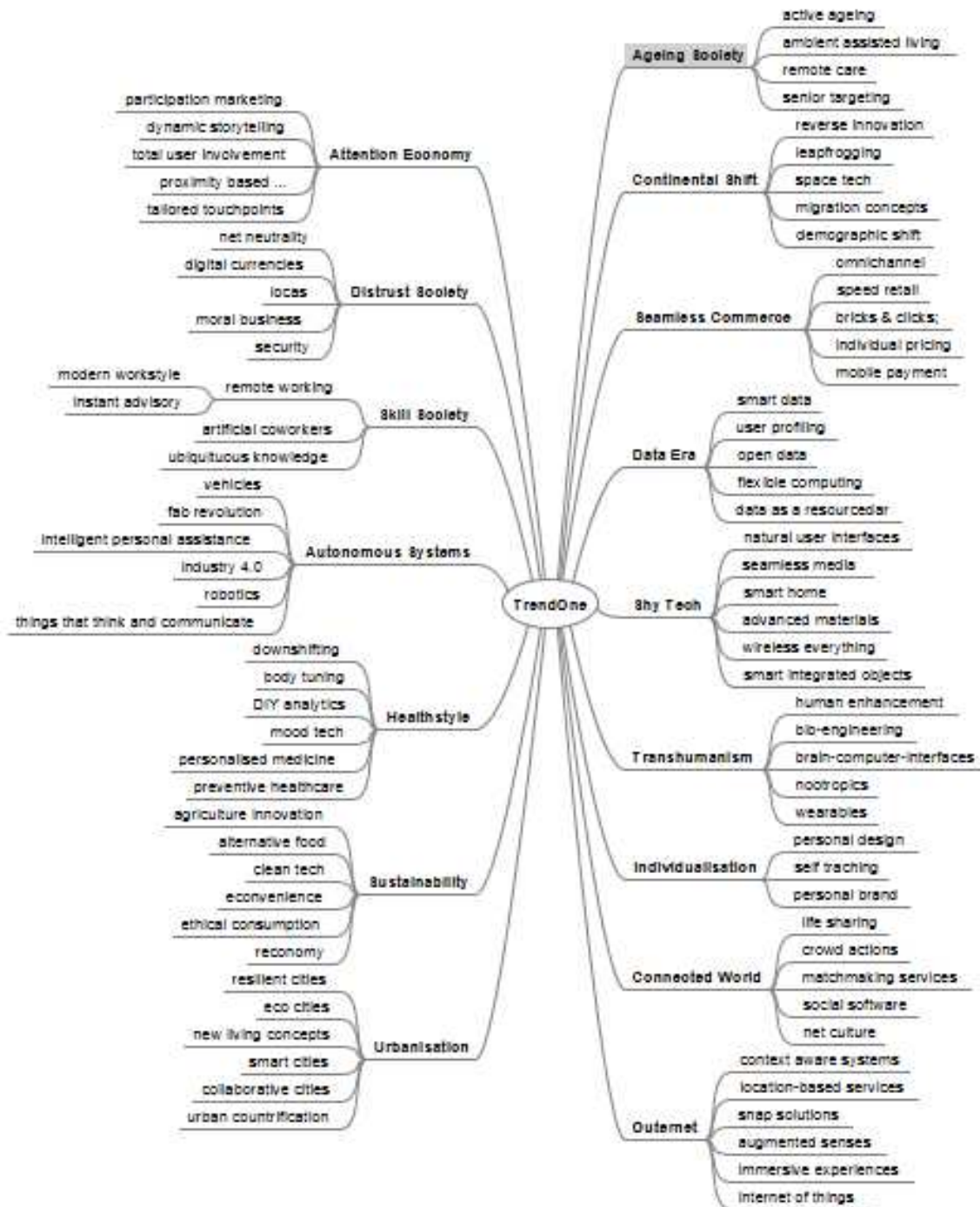
ratio's Zukunfts-Diamant

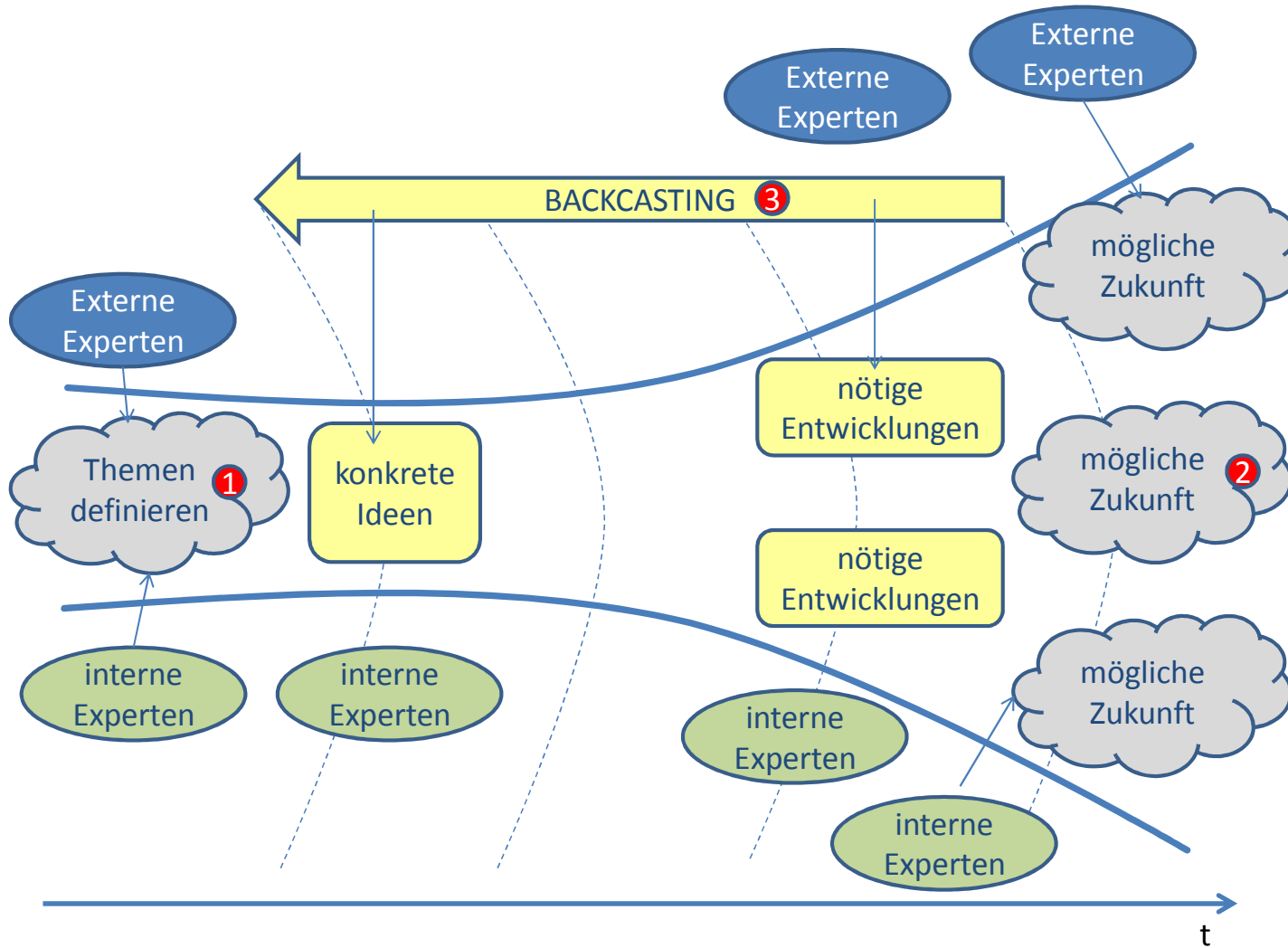


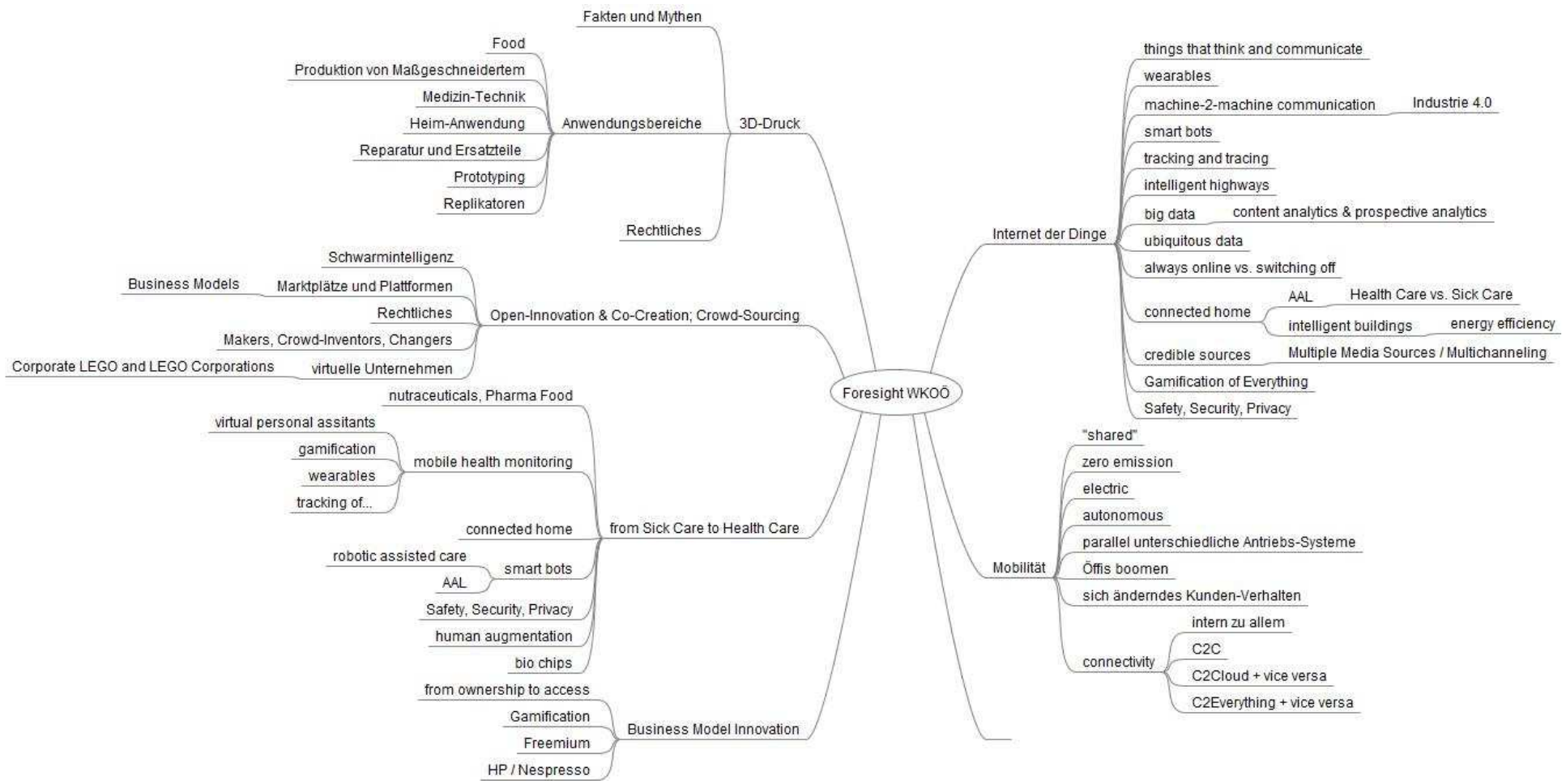


Ablauf









ausgewählte Trends aus futureagenda (high impacters)



Auswirkungen allgemein

auf Kompetenzen

Ideen

Auswirkungen allgemein

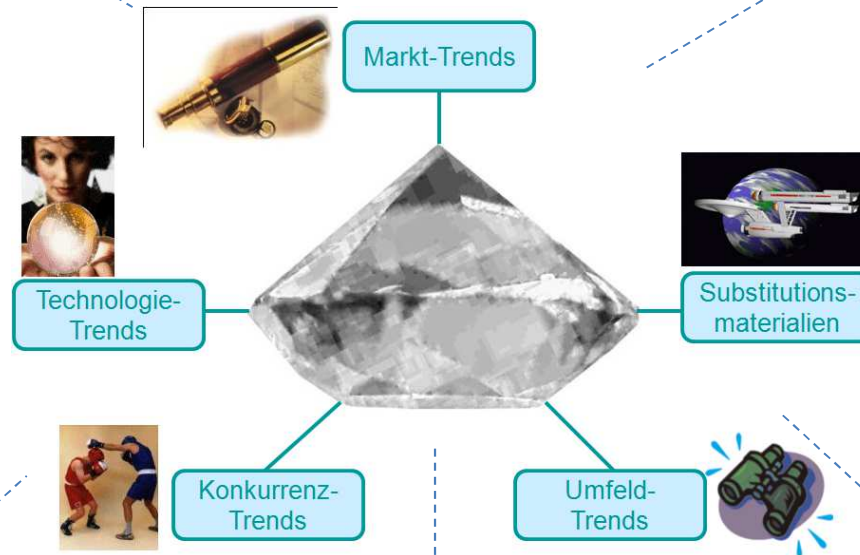
auf Kompetenzen

Ideen

Auswirkungen allgemein

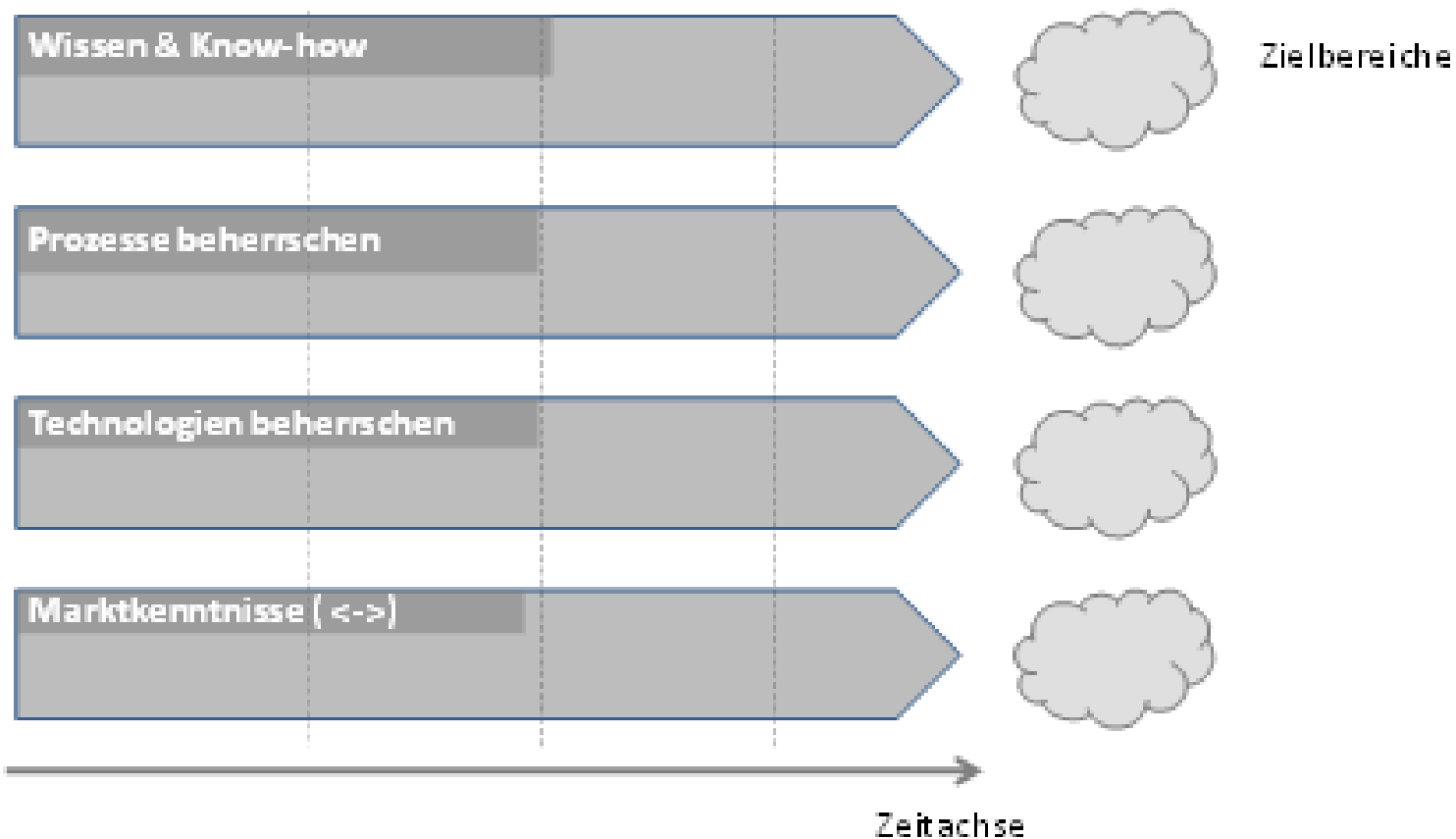
auf Kompetenzen

Ideen



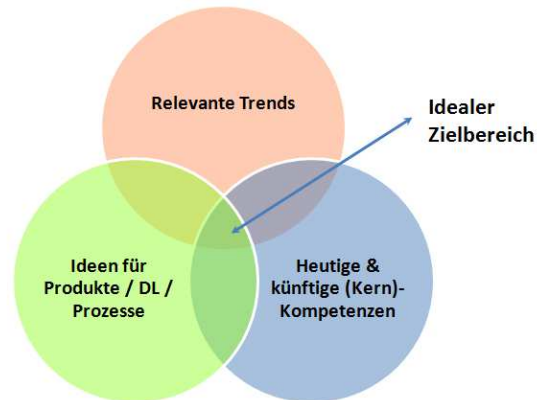
Anmerkung: kann sowohl in Papier & Bleistift Version als auch online via collaboration cloud durchgeführt werden

Workshop – ROADMAP



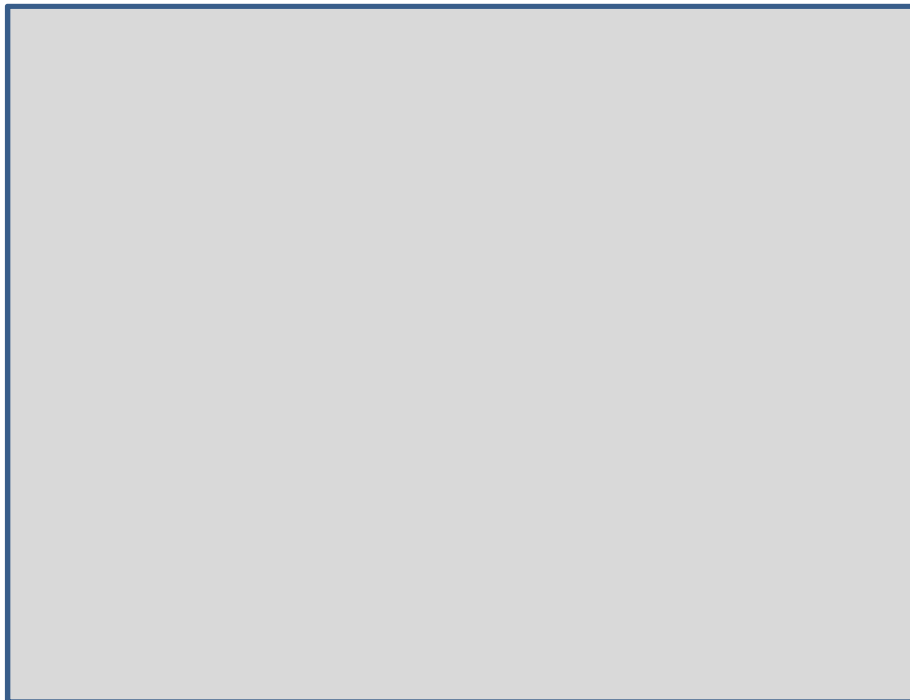
**Was kann Dich aufhalten,
dies zu erreichen?
= Definition der Hürden.**

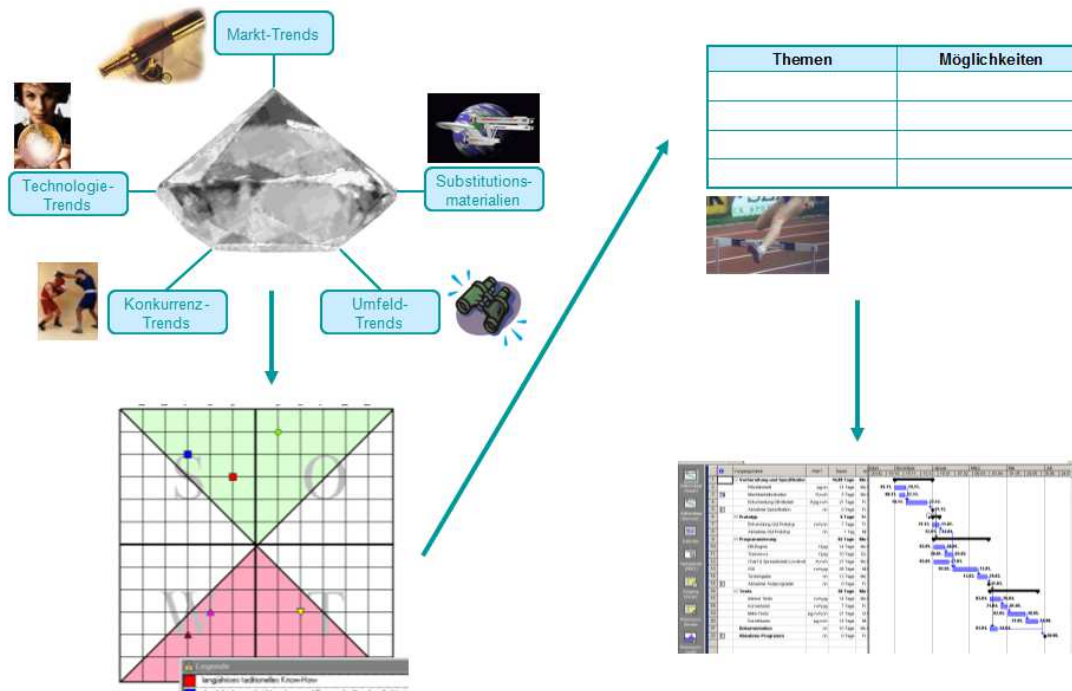
**Ideenfindung,
wie diese Hürden
überwunden werden können.**



**Wer oder was kann Dich dabei,
unterstützen, dies zu erreichen?**

**Ideenfindung,
wie diese Unterstützer
eingebunden werden können.**





Aufgrund der Analyse und Auswahl der wichtigsten Trends sowie der Beschreibung deren Auswirkungen allgemein, auf die heutigen und künftigen Kompetenzen des Unternehmens sowie einer ersten Runde der Ideengenerierung werden aus den wichtigsten ausgewählten Trends die künftigen Stärken Schwächen Chancen und Risiken des Unternehmens analysiert.

Daraus ergeben sich Themen („issues“), die das Unternehmen betreffen. Zu diesen Themen werden Möglichkeiten („options“) erarbeitet. Diese Themen und Möglichkeiten werden schließlich in einem Projektplan oder einer Roadmap abgebildet.



Mag. Michael DELL, CMC; * 31.07.1966

CEO ratio strategy & innovation gmbh



University of Economics, Vienna (master degree)

University of Music and Arts, violin class, Vienna (no degree)

EU-BUNT Consultant (Business Development Using New Technologies)

International Certified Management Consultant (CMC)

Member of the ISPIM Advisory Board (International Society for Professional Innovation Management),
(www.ispim.org)

President Austrian Experts Group Innovation, Federal Chamber of Commerce (www.innovation-experts.at)

Board Member of the Austrian Center of Competency in TRIZ (www.trizzentrum.at)

2 ys. Assistant to the Sales and Marketing Manager of a Austrian Newspaper, Vienna

2 ys. Sales & Marketing Manager, Hard- & Software, Graz - CEE

since 1991 at ratio:

- strategic analysis and planning
- new product development
- innovation management
- innovation marketing
- technology foresight

Mobile: +43 660 7284640

Mail: md@ratio.at

FB: Michael Dell-Austria

IN, XING: Michael Dell

Twitter: chiefdisruptor

University Lecturer (DUK Krems, WU Vienna, TU Vienna, Uni Ulm, LUT Finland, Oxford University, SMU Singapore, Treviso Technologia, San Marino Technology Board...)

Author of various scientific papers and entries in anthologies