

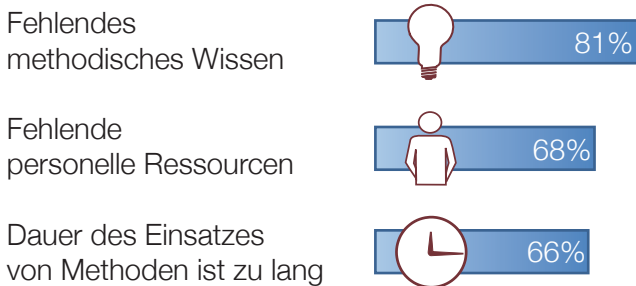
Methodisches Wissen in Unternehmen als Schlüsselfaktor

Wie kann der Einsatz von Zukunftsforschung in Unternehmen nachhaltiger gestaltet werden?

In Unternehmen besteht der Wunsch, die Entwicklungen von Morgen erkennen zu können, um **auf die kommenden Herausforderungen reagieren** zu können. Dazu hat die Zukunftsforschung verschiedene Methoden, die bei Strategie- und Innovationsprozessen eingesetzt werden. Doch wie steht es um das **methodische Wissen in den Unternehmen** selbst? Für eine Studie am **Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung** haben je nach Themenbereich bis zu 58 ausgewählte Experten in einer **Delphi-Studie zum Thema „Methoden der Zukunftsforschung“** ihre Einschätzungen abgegeben. Die Studie deckt dabei Wissenslücken und Hürden im Unternehmen auf. Sie gibt Perspektiven, wie **Wissenstransfer** gelingen kann. Und wie der Einsatz von Zukunftsforschung in Unternehmen nachhaltiger wird.

Hürden in Unternehmen

„Welche Hürden sehen Sie beim Einsatz von Methoden in Unternehmen?“



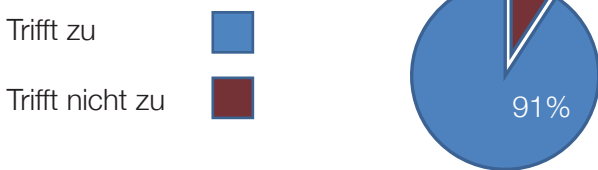
Wissenstransfer in die Unternehmen

„Wie gelangt das Wissen in die Unternehmen?“

externe Berater Veröffentlichungen
Kongresse **Weiterbildung Absolventen**
der Hochschulen Internet
Unternehmensnetzwerke Adaption von
Best-Practice-Beispiele **Selbststudium**




Wissen als Schlüsselfaktor

„Das Wissen über die Methoden und ihre Einsatzmöglichkeiten ist zu gering!“



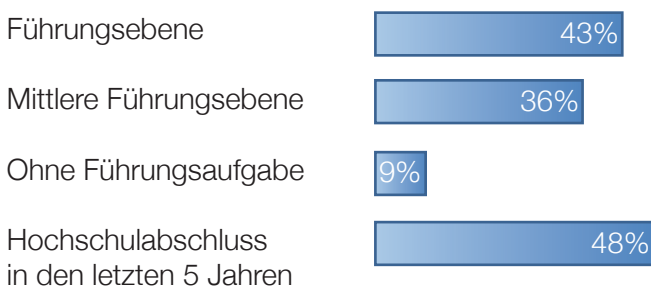
Methodisches Wissen: Die Top 3 Wissenslücken

„Welches methodische Wissen fehlt in Unternehmen?“

- 1 Möglicher Erkenntnisgewinn 
- 2 Theoretischer Hintergrund der Methode 
- 3 Nötige Schritte 

Wer hat das meiste Methodenwissen?

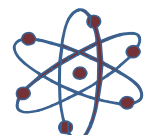
„Wie schätzen Sie das Vorhandensein von großem oder eher großem methodischem Wissen auf verschiedenen Hierarchieebenen ein?“



Neue Wege zur Bekanntmachung

„Wie können Methoden in Unternehmen bekannt gemacht werden?“

Durch Verankerung von Zukunftsforschung in allen Studiengängen 

Durch Kollaboration von Unternehmen und Forschungseinrichtungen 

Über 90% der befragten Experten gehen davon aus, dass das **Wissen über Methoden der Zukunftsforschung und ihre Einsatzmöglichkeiten zu gering** ist. Dies stellt eine große Hürde zum nachhaltigen Einsatz dieser Methoden dar. Denn **zukunftsrelevantes Wissen ist eine wichtige Ressource** zur Bestimmung von Handlungsoptionen, zur Entwicklung von Strategien und für Innovationsprozesse. Die Zukunftsforschung will über die Zukunft nachdenken und dabei **Orientierungswissen** bieten, mit denen Entscheidungen legitimiert werden können.

Neue Impulse für die Bekanntmachung und **Wissenstransfer** sollen die Diskussion und den praktischen Einsatz von Zukunftsforschung in Unternehmen anregen.

Wissen oder nicht wissen: Absolventen von Hochschulen als Wissensträger

- Neben den knappen personellen Ressourcen und den angespannten zeitlichen Ressourcen ist für die befragten Experten das fehlende Wissen die größte Hürde beim Einsatz von Methoden der Zukunftsforschung in Unternehmen. Dieser These stimmen 91% der Experten zu. Fehlende Kenntnisse sehen die Experten vor allem beim potenziell möglichen Erkenntnisgewinn, dem theoretischen Hintergrund sowie den einzelnen Schritten der Methoden.
- Die Experten attestieren ein deutliches Wissensgefälle: Die Spitzenreiter beim Wissen mit 48% sind Absolventen von Hochschulen, die ihren Abschluss innerhalb der letzten 5 Jahre absolviert haben. Auch die Führungsebene schneidet im Vergleich gut ab: 43% der Befragten bescheinigen ihr ein großes Wissen. Doch schon Mitarbeiter des mittleren Managements schneiden bei der Einschätzung schlechter ab. Nur 9% der Befragten sind der Ansicht, dass Mitarbeiter ohne Führungsposition ein großes oder eher großes Wissen haben. Doch genau dieses Wissen wird gebraucht, wenn eine gemeinsame Strategie im Unternehmen umgesetzt und von von allen Mitarbeitern mitgetragen werden soll.

Wissenslücken schließen! Doch wie kann Wissenstransfer gelingen?

- Wissen gelangt über viele Wege ins Unternehmen. Über Experten, den Zusammenschluss mit Partnern oder auch über Bildungsangebote und Veröffentlichungen. Auch Selbststudium und die Umsetzung von Best-Practice Beispielen im eigenen Unternehmen sind wichtige Bausteine. Dies zeigt, dass die Ansatzpunkte für einen gelungenen Wissenstransfer vielfältig sind.
- Ansatzpunkte, um die Wissenslücken zu füllen, sind die Verankerung von Zukunftsforschung in der deutschen Studienlandschaft und die Kollaboration von Unternehmen und Forschungseinrichtungen. Dabei könnten Unternehmen profitieren, wenn Methoden der Zukunftsforschung konsequent in allen Studiengängen verankert wären. Aber auch die Zusammenarbeit mit Forschern und damit der Austausch zwischen Forschung und Wirtschaft bietet die Chance, Wissen zu transferieren.

Diese Studie wurde durchgeführt am:



Erfahren Sie mehr über die Studie:
www.delphibefragung.de

Sie sind an weiteren Ergebnissen der Studie interessiert?
Gerne stelle ich Ihnen diese auf Anfrage zur Verfügung.

Nicole Ambacher
c/o Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung
Breslauer Straße 48 | 76139 Karlsruhe
Nicole.Ambacher@web.de