



BitZip#23

So viel Wandel war noch nie

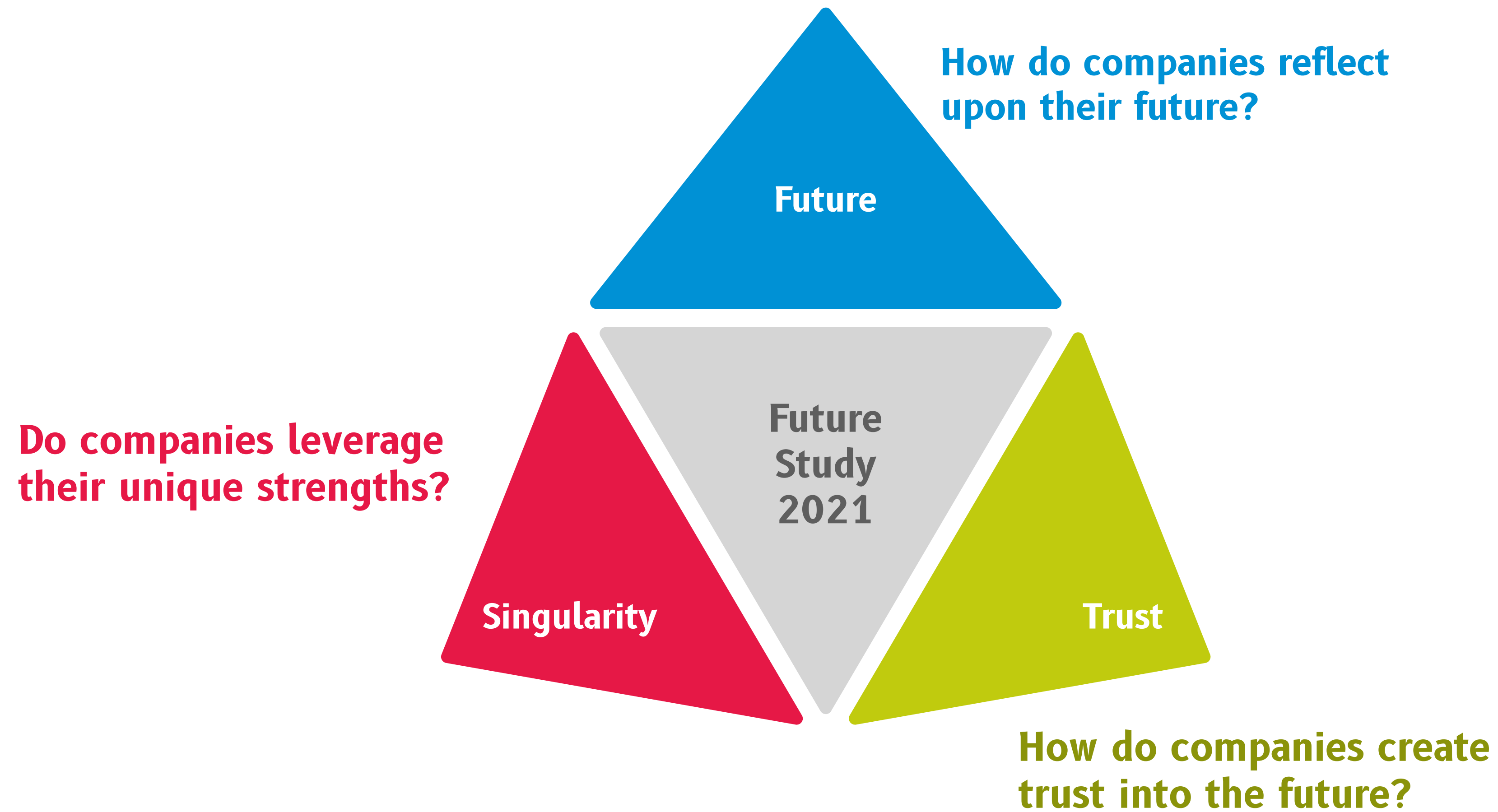
Unternehmen stellen sich auf eine
dynamische Zukunft ein

richtwert GmbH
Grafenberger Allee 128
40237 Düsseldorf
www.richtwert.eu





Drei Aspekte der Studie





Studienprofil

Mit einem geographischen Schwerpunkt in Deutschland (72% der Teilnehmer) haben wir Persönlichkeiten unterschiedlichster Branchen befragt. Davon ca. 70% Vorstände, Geschäftsführer, Inhaber, Manager, Top-Führungskräfte und Aufsichtsräte.

Angesichts einiger, sehr selbstkritischer Betrachtungen der Studienteilnehmer ist dieser Rollenschwerpunkt mehr als bemerkenswert.

Weitere Studienteilnehmer kamen vor allem aus Frankreich, aber auch Belgien, Niederlande, Schweiz, Österreich, Italien, Spanien, Estland, Irland, Schweden, UK, USA, Mauritius, Neuseeland und VAE.

Die Ergebnisse stellen eine qualifizierte Stichprobe mit hoher Aussagekraft für die aktuelle Dynamik der Wirtschaft dar.

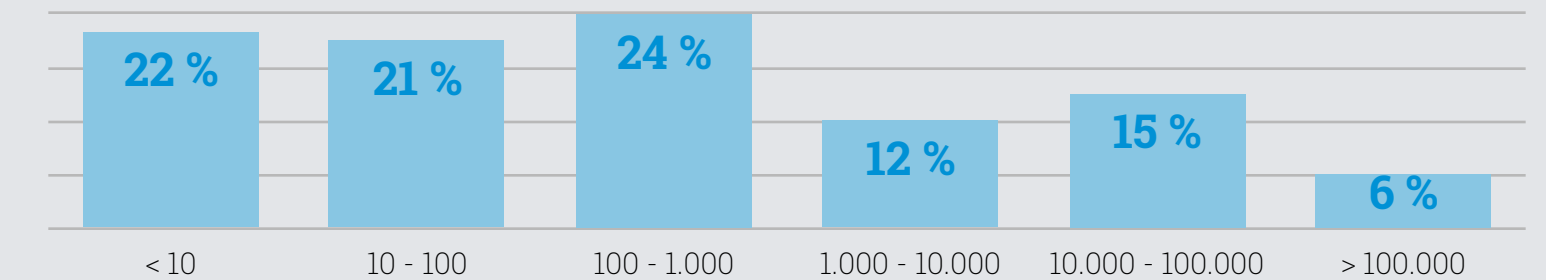
Herausgeber & Copyright richtwert GmbH, Prof. Tim Bruysten

Untersuchungszeitraum Q1 2021

Grundgesamtheiten

- ca. 70% Vorstände, Aufsichtsräte, Geschäftsführer, Abteilungsleiter und strategische Entscheider
- ca. 30% Mitarbeiter (z.B.: Experten für Innovation, Führung, Transformation und Business Development)

Unternehmensgrößen (Anzahl Mitarbeiter)



Branchen

Beratung, IT, Medien, Banken & Versicherungen, Automotive, Bildung, Industrie & Produktion, Groß- & Einzelhandel, Maschinenbau, Gesundheit & Pharma, Verkehr, Tourismus Telekommunikation, Konsumgüter, Baugewerbe, Hotelgewerbe, Logistik, Anlagenbau, Bekleidung

Teilnehmergenerierung

Stichproben aus Datenbank, persönliche Einladung via Email, Streuung via Social Media

Gesamtstichprobe

299 qualifizierte Fragebögen
21 Hintergrundgespräche / Interviews

Methode

Online Umfrage, Interviews

Durchführung

richtwert GmbH, Prof. Tim Bruysten

Studienbeirat

- Dr. Dominique Bourqui, Chief Academic Officer Business School Lausanne
- Gerd Bovensiepen, Senior Partner und Industry Leader Retail & Consumer Germany & EMEA bei PwC -retired-, Aufsichtsrat

Studienpartner

Markus Mayr PR, Patrick Mathieu Singularité, freshcells GmbH, Akademie der dt. Medien gGmbH, IPPAG, Prominate



Studienteam



PATRICK MATHIEU
Singularity Methodology



PROF. TIM BRUYSTEN
Future Strategy



MARKUS MAYR
Public Relations



Christian Sögtrop
Corporate Culture



Paul Frowijn
Business Development



Daria Peter
Research Assistant

Beirat



Dominique Bourqui, Ph.D
Chief Academic Officer (CAO),
Business School Lausanne



Gerd Bovensiepen, WP, StB
PwC Senior Partner und Industry
Leader Retail & Consumer Germany &
EMEA -retired-; Aufsichtsrat



Einige unserer Referenzen



**Ariane and Benjamin
de Rothschild**



(Brand and Family)

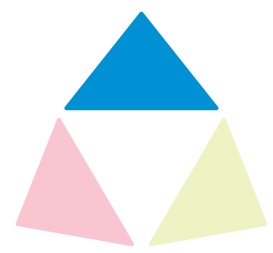


(Brand and Family)



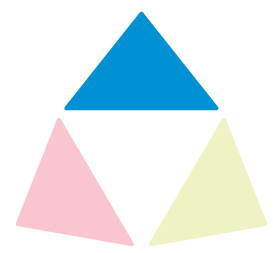
More Project Examples (Singularity, Transformation, Culture, Change):

Orange, Verlagsgruppe Handelsblatt, PwC, KPMG, Lufthansa, Georgsmarienhütte, Rheinmetall, AIDA, AOK, Douglas, CNES, GREY, AXA, zinc group, LG, Union Investment, Fraunhofer, Novofleet, MAIF, Marie du Toulouse, Biotronik, RICOH, Vaillant, OASE, DEHN, ThyssenKrupp, Rheinische Post, EON, RWE, Roland Berger, BALLUF, Accor, Commerzbank, HP, Deutsche Bank, Mitsubishi, L'Oréal, LCP, MAAF, Mercer, MONIN, Monte Carlo, Nivea, RATP, SNCF, Société Generale, accenture strategy ... and many more

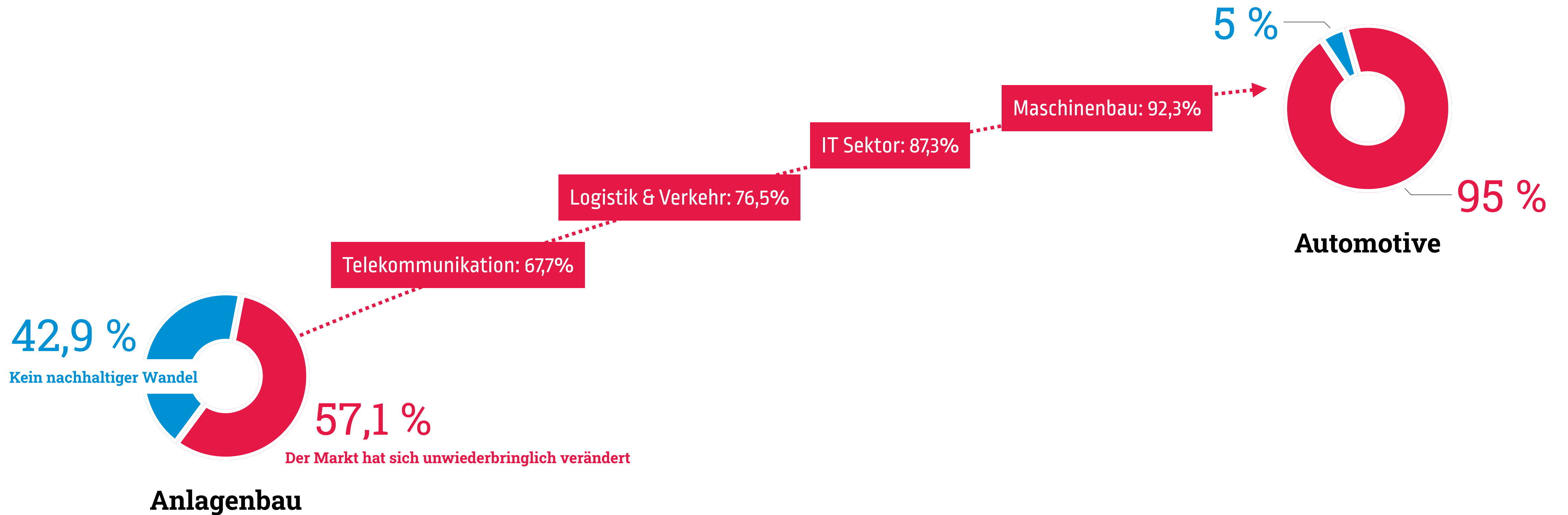


Eine klares Signal: Der Markt hat sich unwiederbringlich verändert!



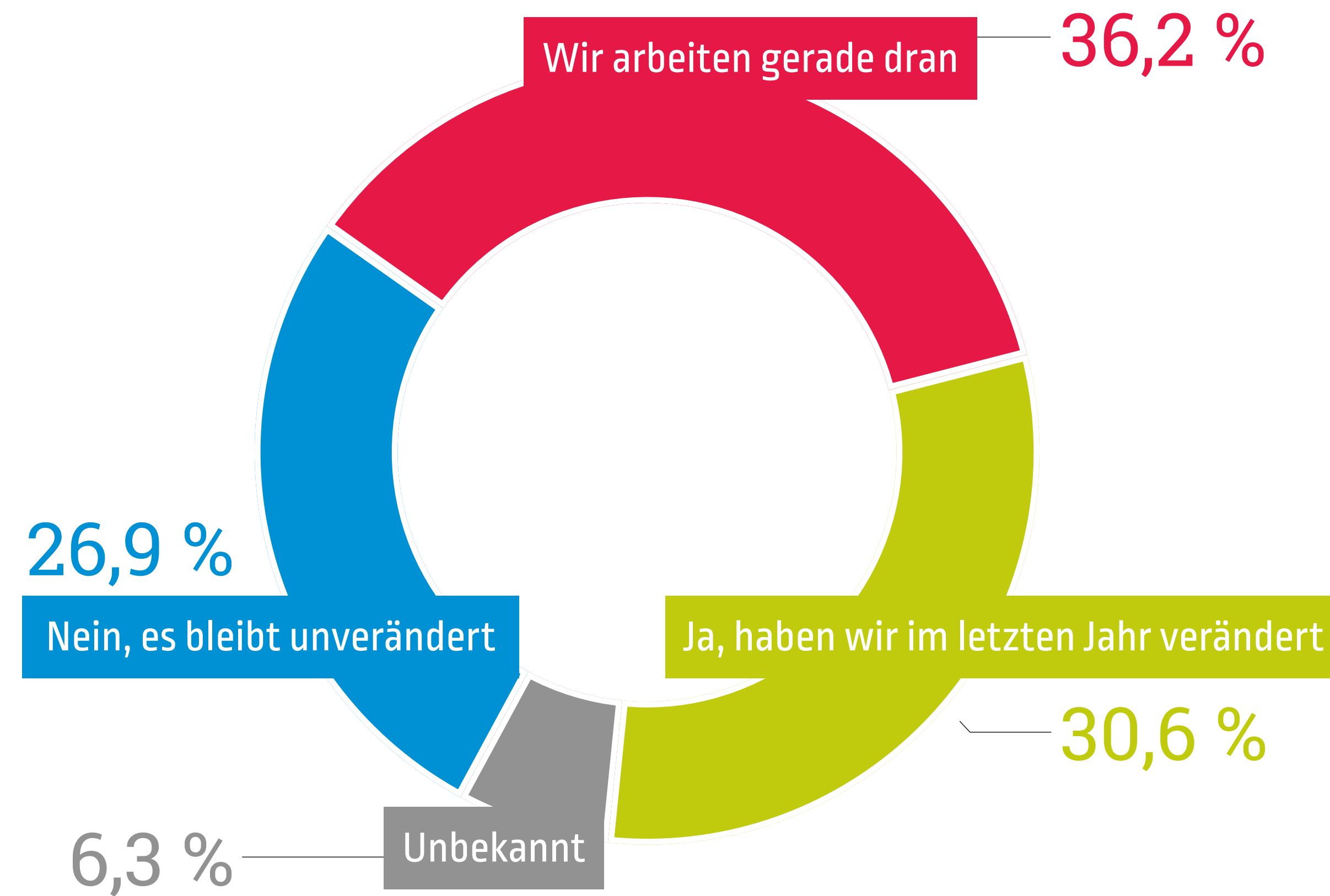


Die Veränderung betrifft alle Branchen

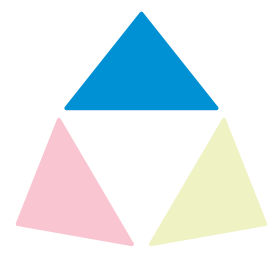




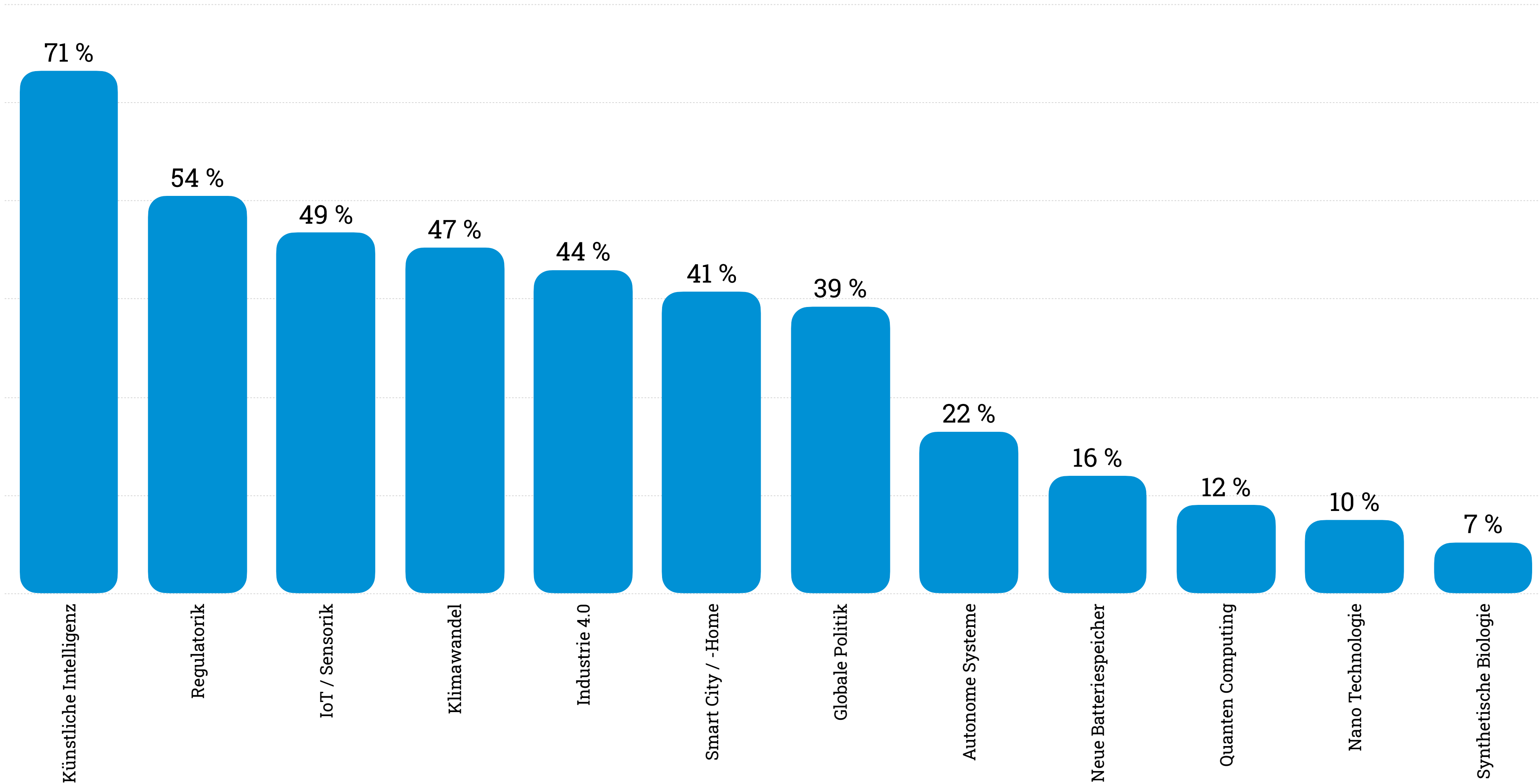
Business Modelle sind im Wandel



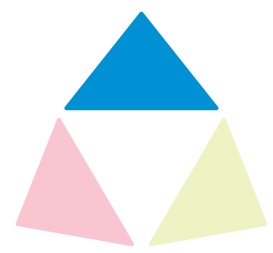
Basierend auf Einzelauswahl: „Verändert sich momentan Ihr Business Modell“.



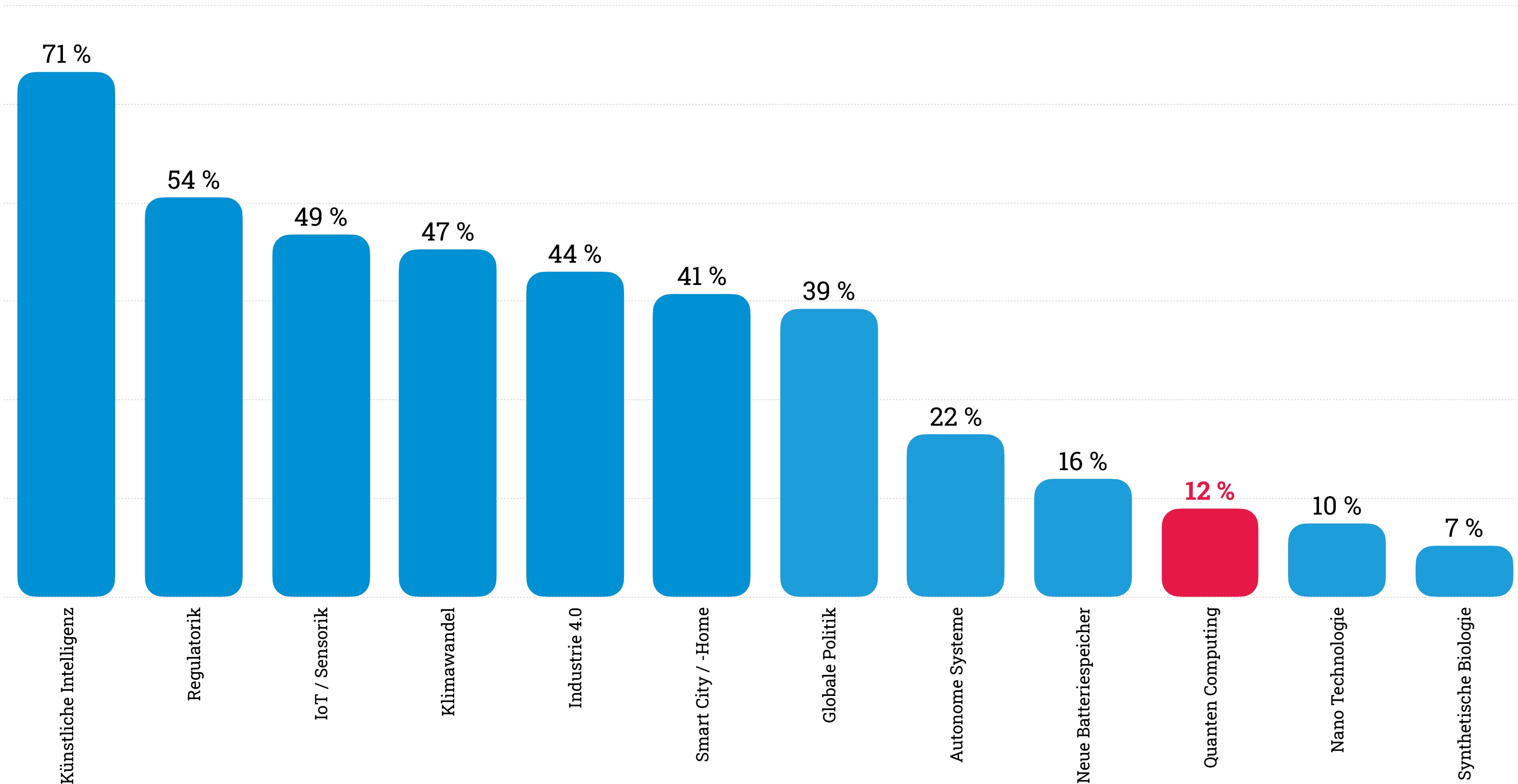
Mit diesen Disruptionen rechnen die Teilnehmer



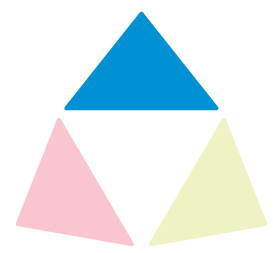
Basierend auf Mehrfachauswahl: "Welche Disruptionen sind für Ihr Unternehmen relevant?"



Quantum Computing unterschätzt?

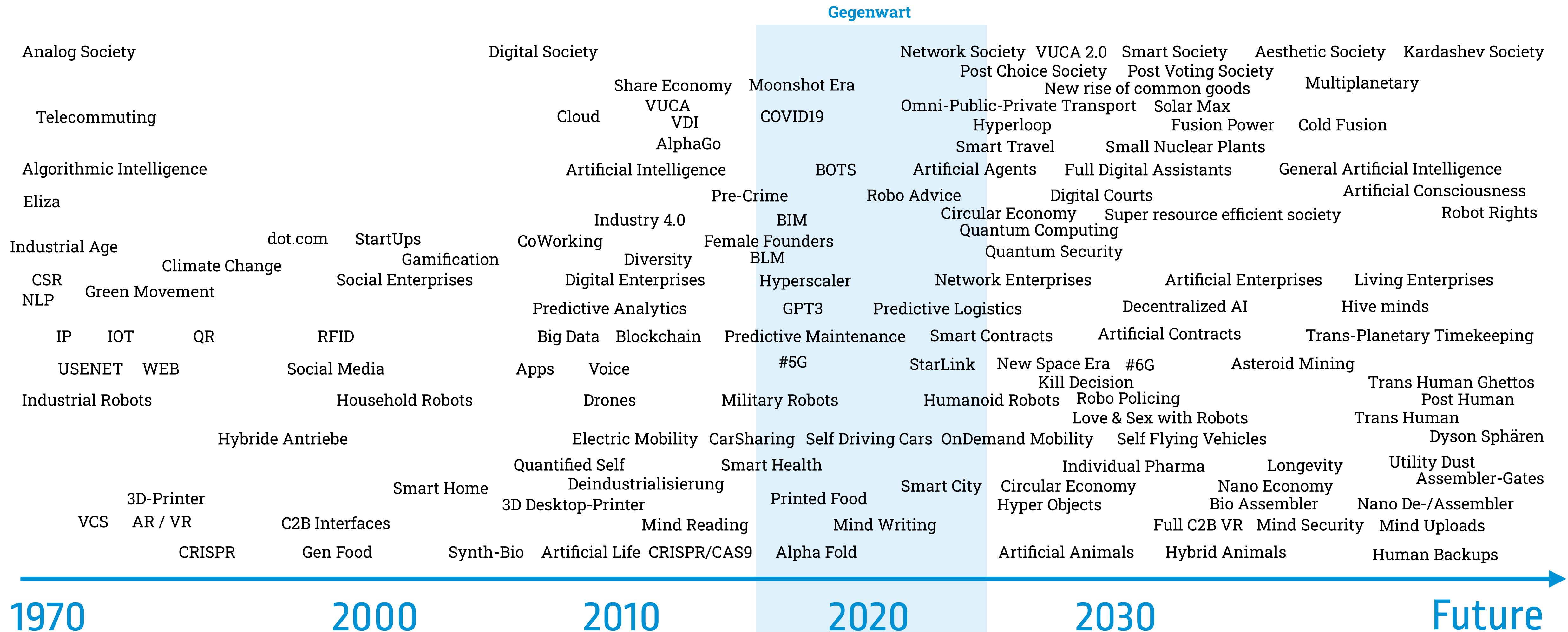


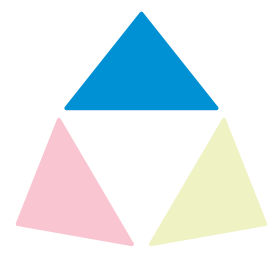
Basierend auf Mehrfachauswahl: "Welche Disruptionen sind für Ihr Unternehmen relevant?"



DISRUPTION MAP

(EXCERPT)





DISRUPTION MAP (EXCERPT)

Analog Society
Telecommuting

Digital Society
Cloud
VDI
AlphaGo

Network Society

Aesthetic Society
K...hev Society
...hären

Marktgesellschaft
(Competitive Organisations)

Netzwerkgesellschaft
(Multi-Org-Networks)

VCS
AR / VR

C2B Interfaces
Gen Food

Smart Home

Quantified Self
Smart Home
Pre-Crime
Mind Reading
Synth-Bio
Artificial Life
CRISPR/CAS9

Mind Writing
Alpha Fold

Love & Sex with Robots

Individual Pharma
Longevity
Artificial Animals
Hybrid Animals

Bio Assembler
Mind Security
Dust
Assembler

1970

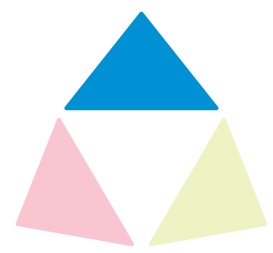
2000

2010

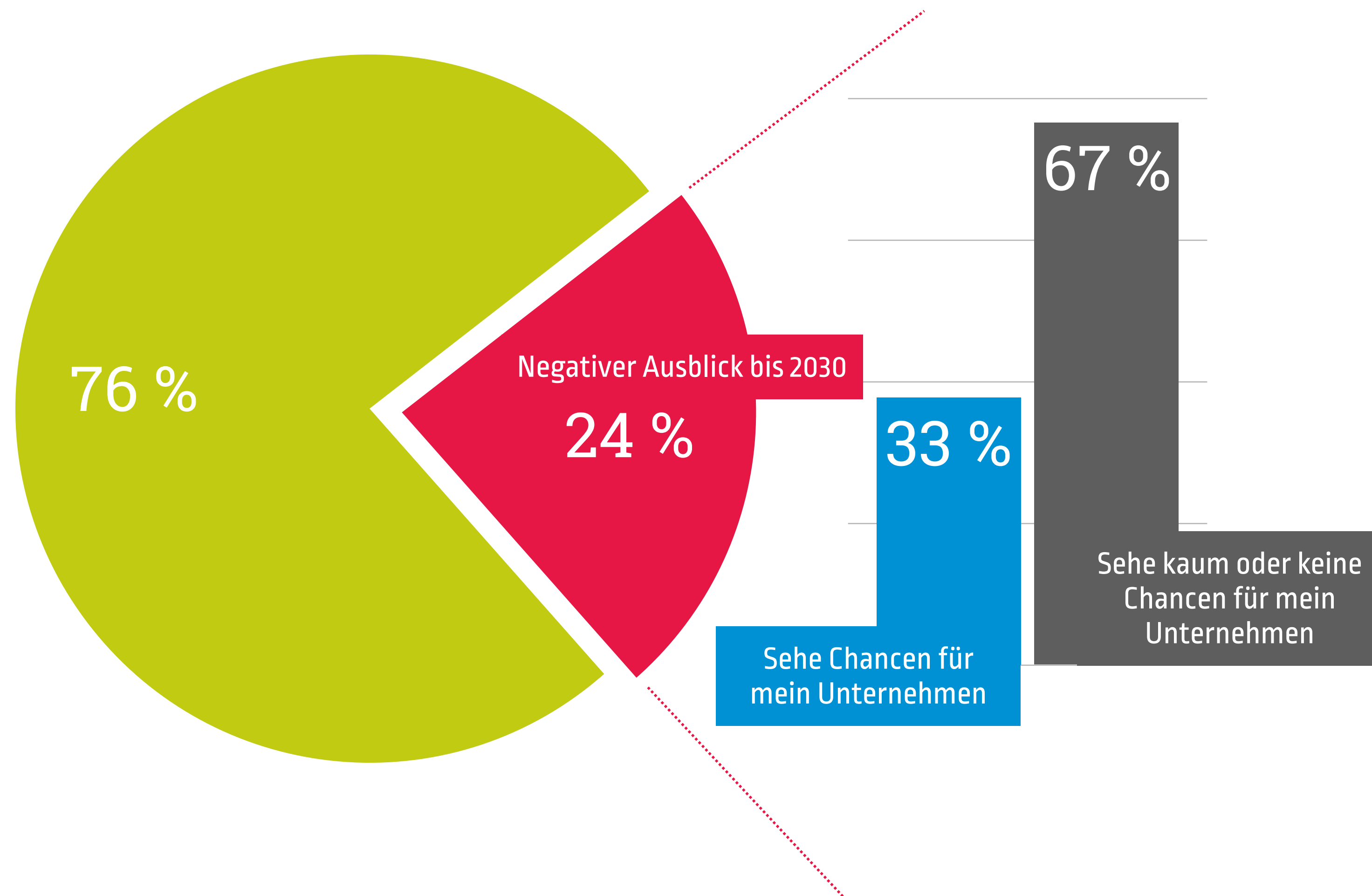
2020

2030

Future

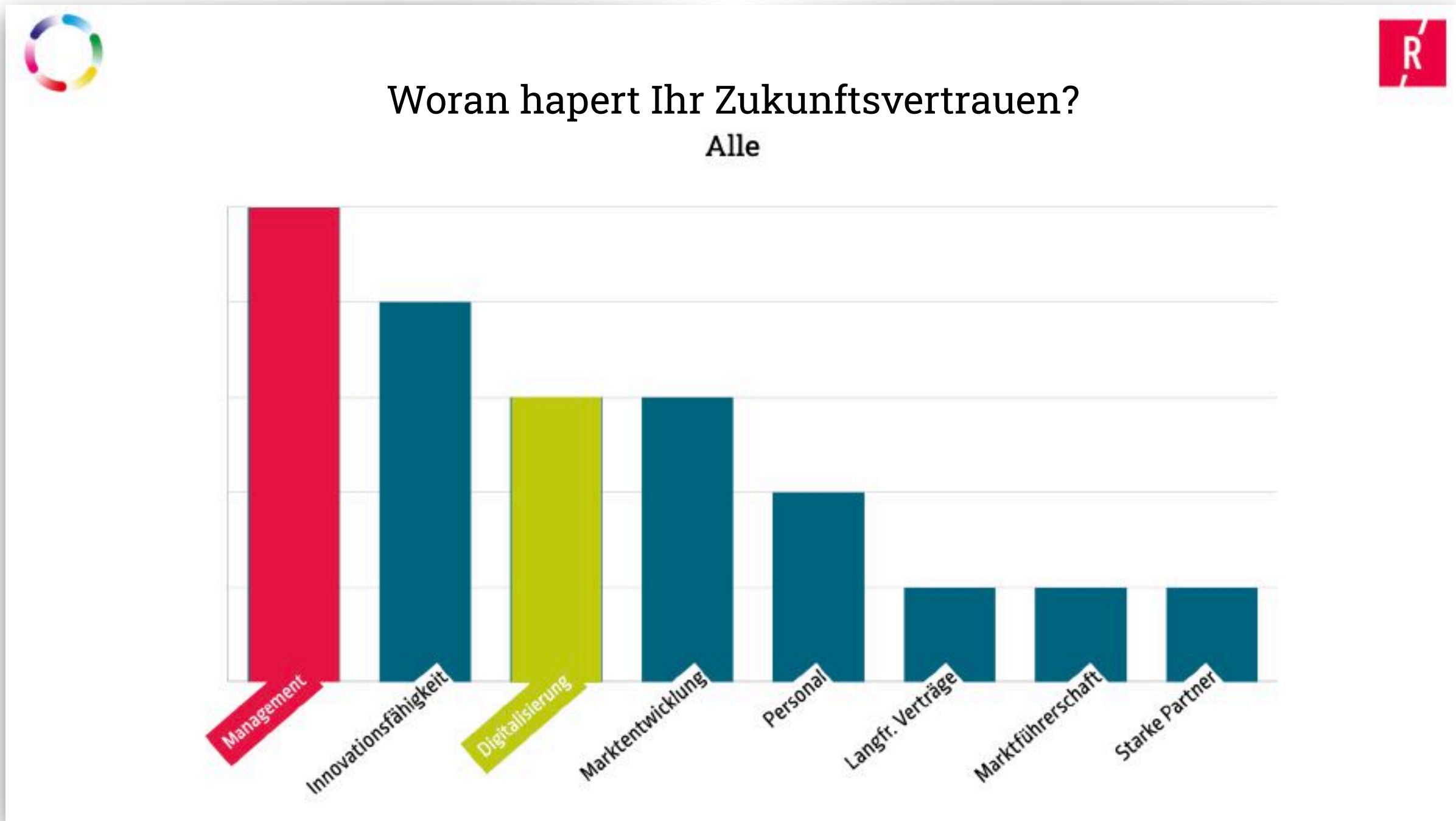


76% der Unternehmen blicken positiv auf das neue Jahrzehnt





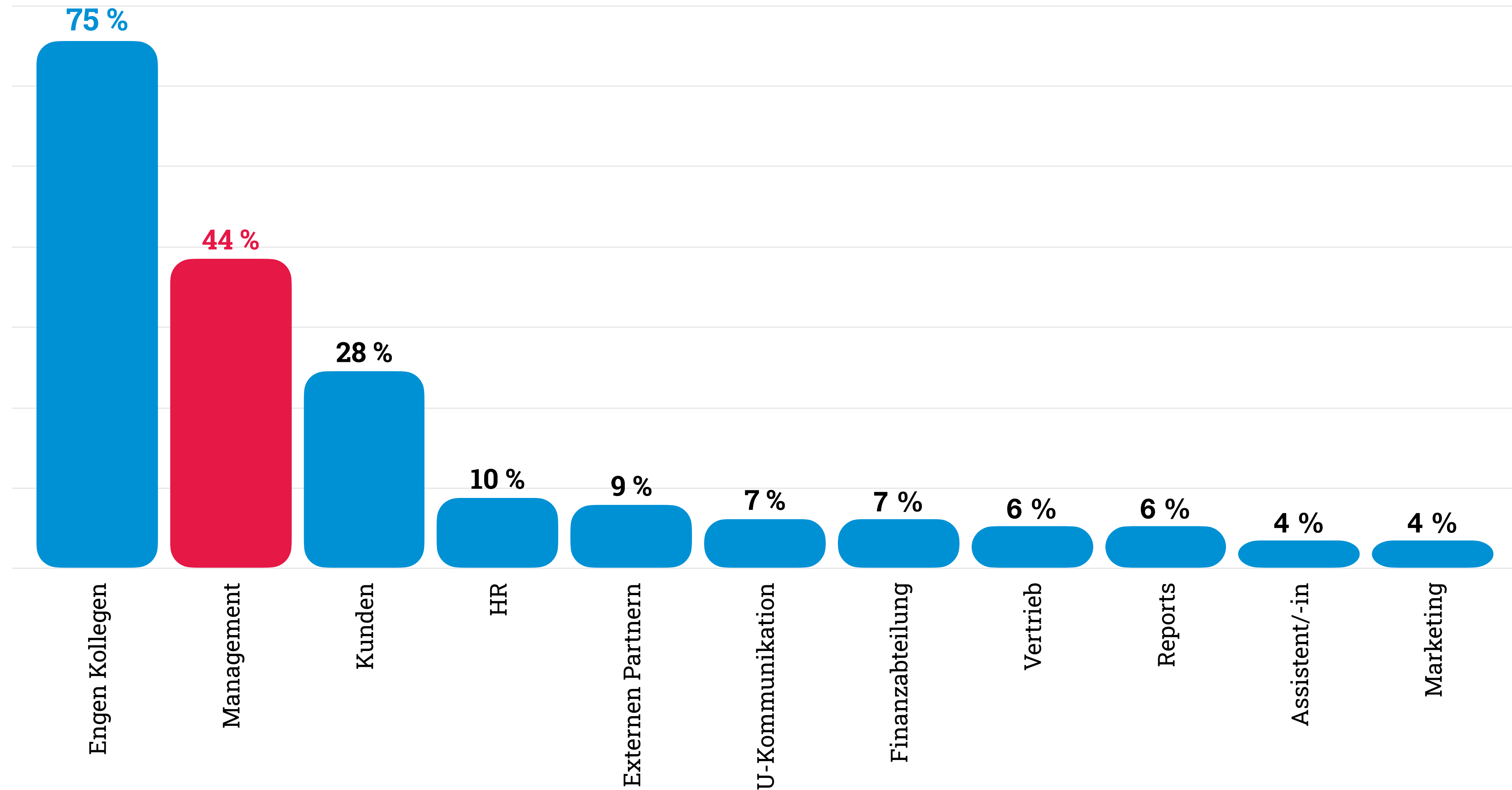
Gegenüberstellung Zukunftsvertrauen





Vertrauen ist die große Herausforderung der Zukunft

Ich vertraue im Unternehmen am meisten...



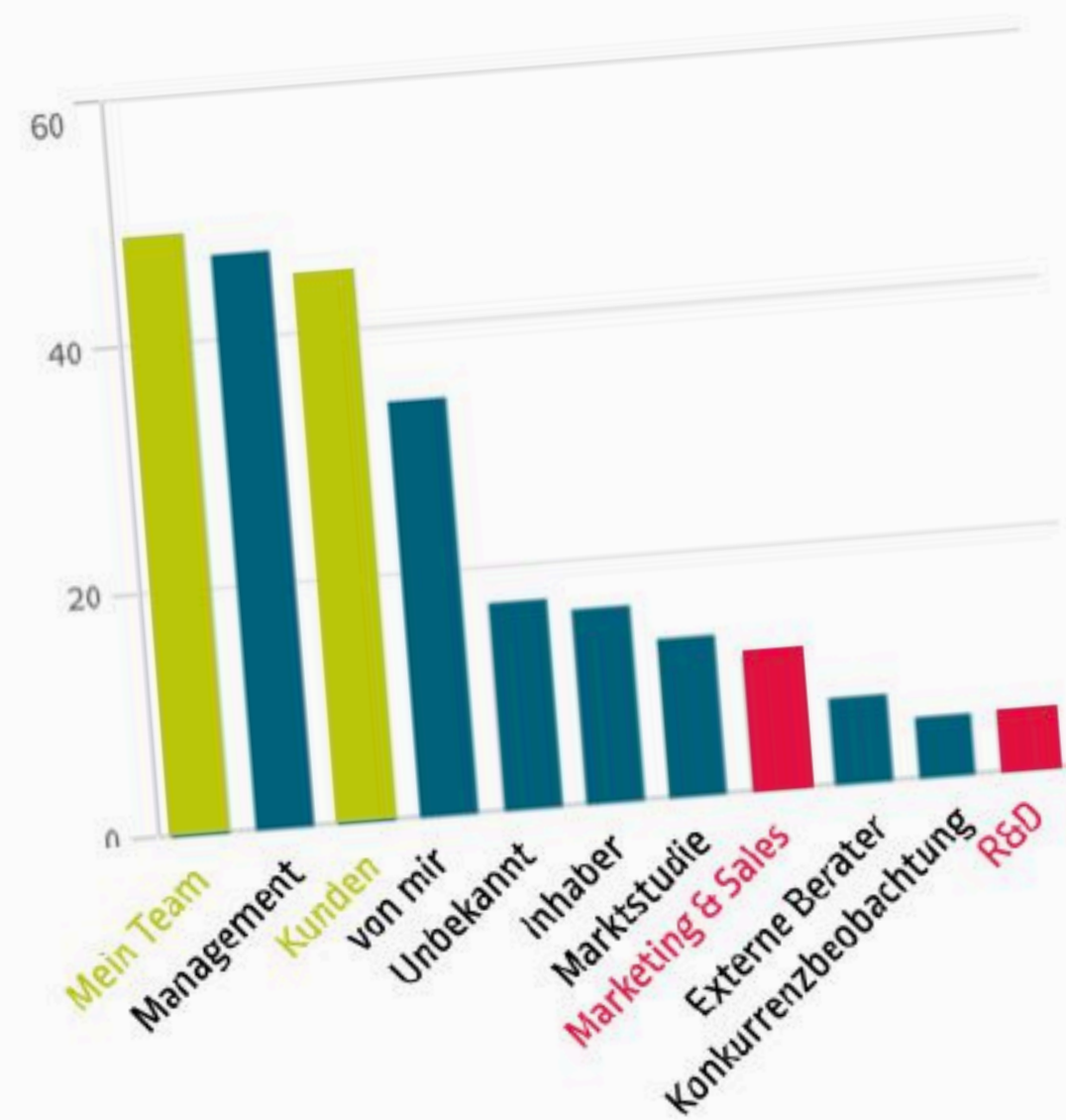


Vertrauen ist die große Herausforderung der Zukunft

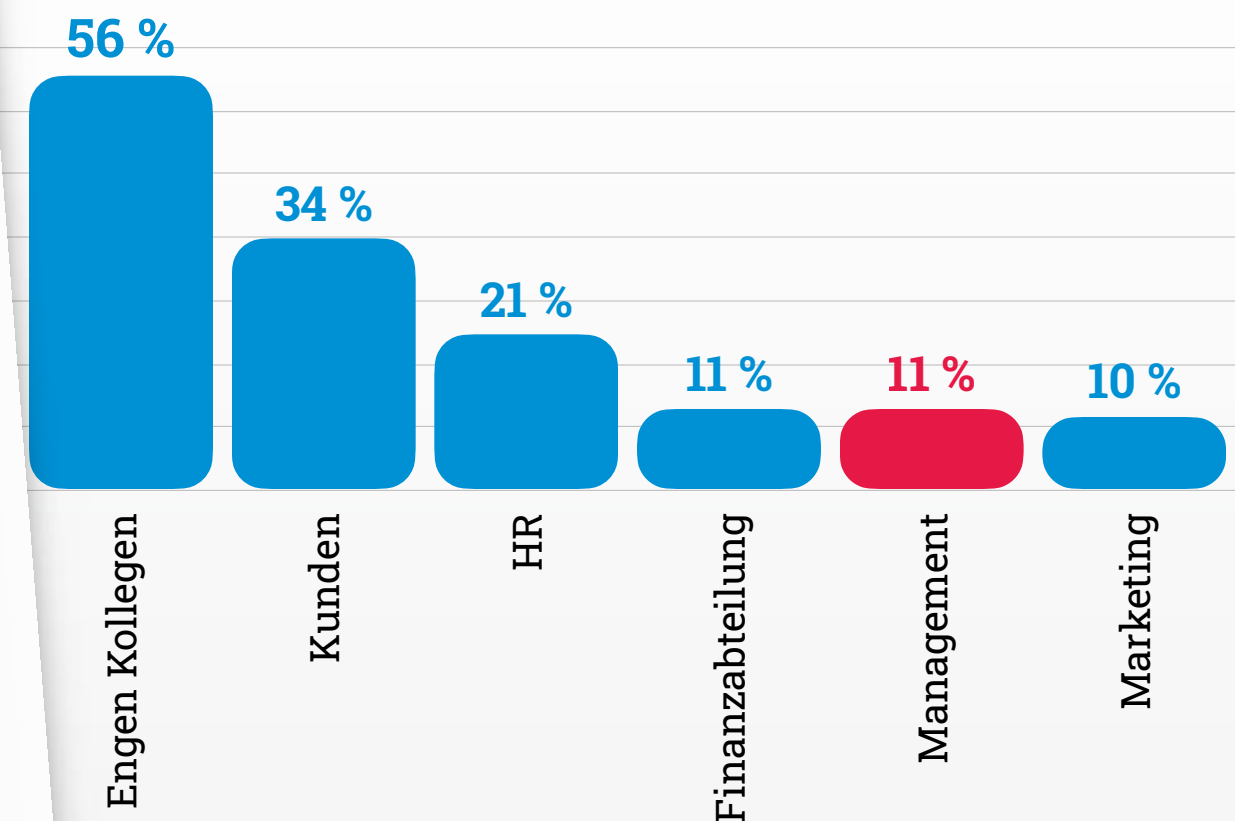
Ich vertraue im Unternehmen am meisten...

75 %

Wo kommen in Ihrem Unternehmen neue Ideen her?
Fokus auf einige Stakeholder



Pessimistische Unternehmen



7 %

7 %

6 %

6 %

4 %

4 %

U-Kommunikation

Finanzabteilung

Vertrieb

Reports

Assistent/-in

Marketing



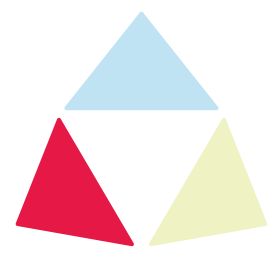
Kunde:in

Ich vertraue einem Unternehmen, wenn seine Aussagen und Handlungen mit meinem Bauchgefühl übereinstimmen.

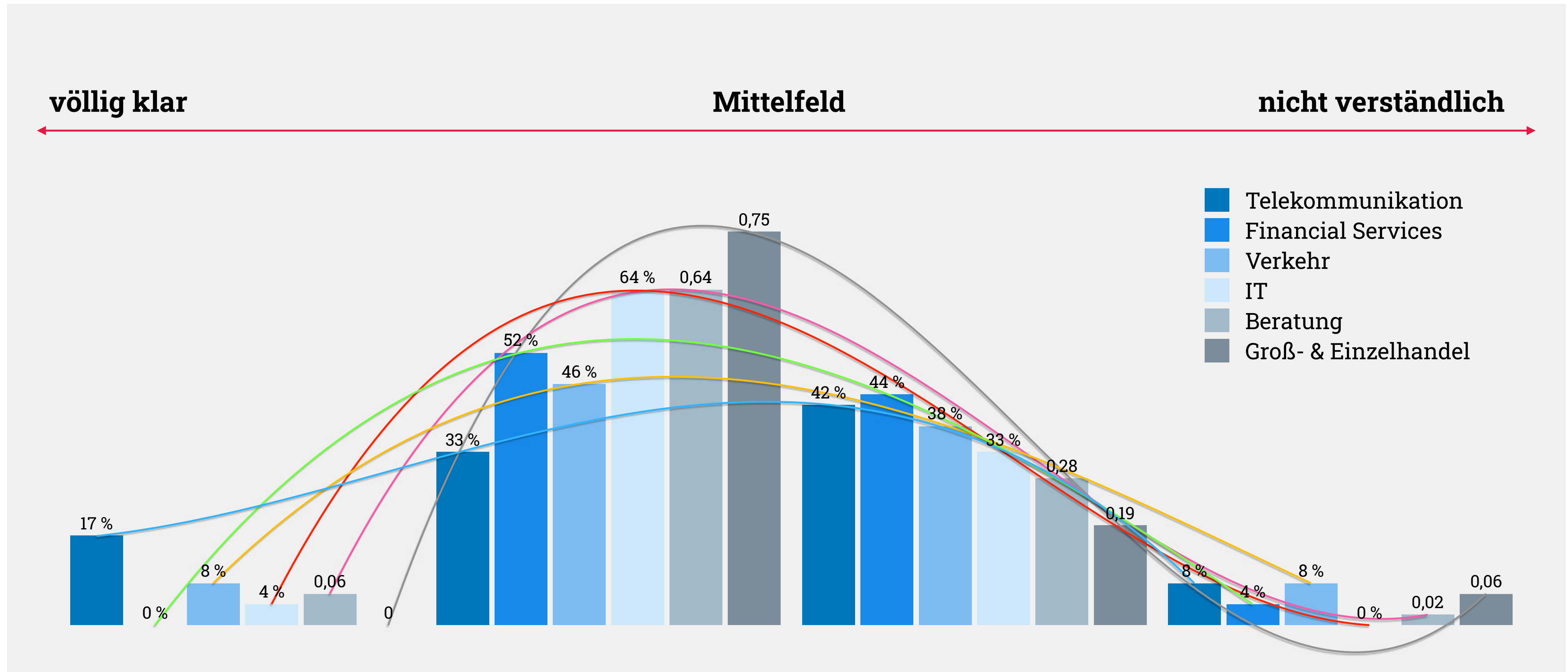


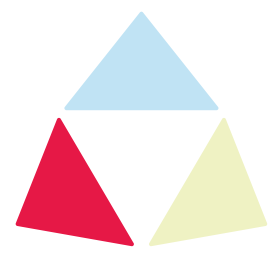
Merke!

Erwartungserfüllung schafft Vertrauensbasis
Übertreffung schafft Conversion, senkt Churn Rate usw.
Erfahrung im Alltag schafft belastbare Loyalität



Die Verständlichkeit der Einzigartigkeit ist „im Mittelfeld“

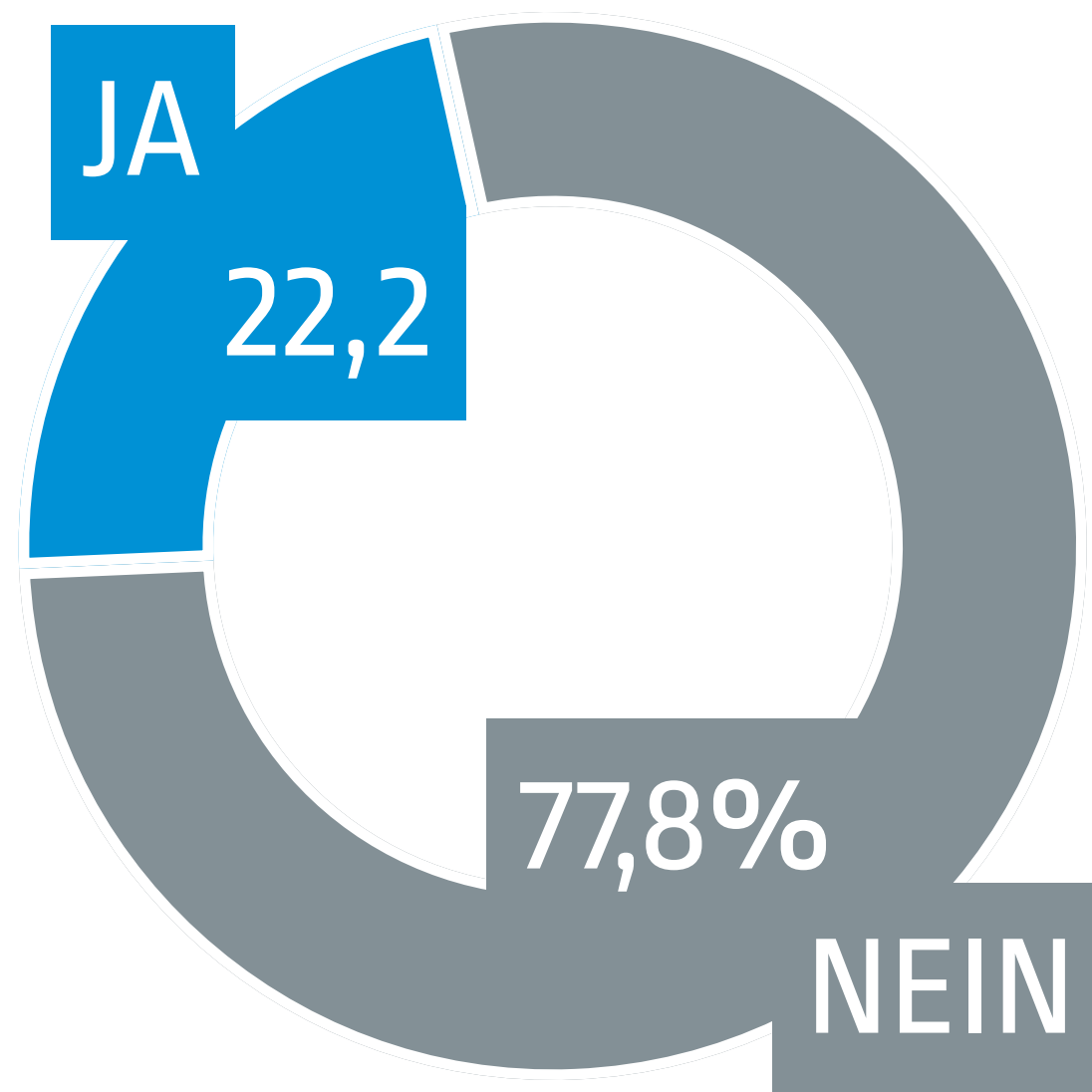




Welche Rolle spielt das Verständnis über die Einzigartigkeit des Unternehmens beim Zukunftsvertrauen?

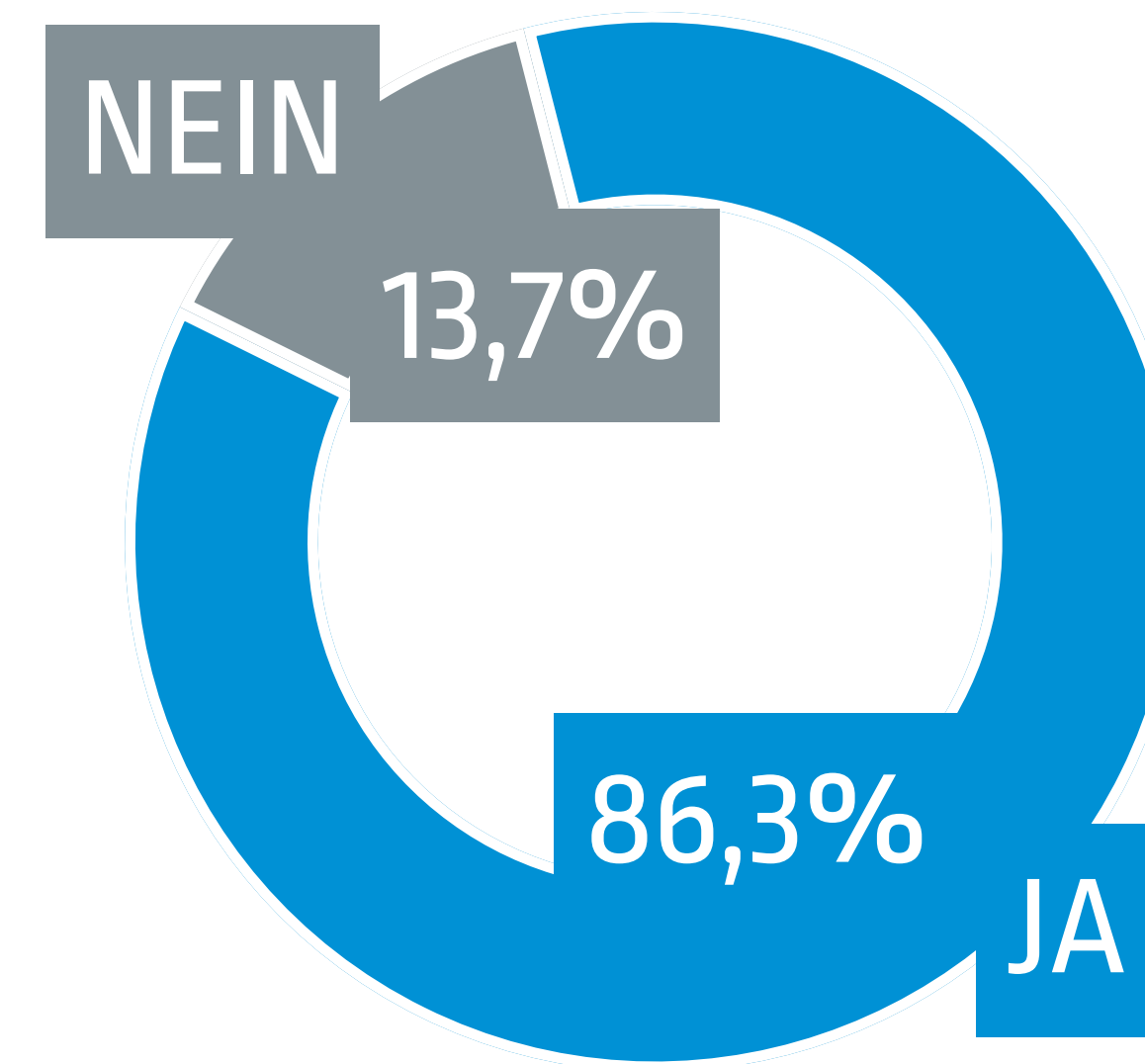
Pessimistische Unternehmen

Wissen Sie, was Sie einzigartig macht?



Optimistische Unternehmen

Wissen Sie, was Sie einzigartig macht?





Ist Ihre Zukunftsvision glaubwürdig? Gewichteter Gesamtindex

	Alle	Medien	IT	Telkos
Mitarbeiter	39%	37,7%	37%	39%
	↓	↓	↓	↓
Kunde	25%	28%	28%	22%



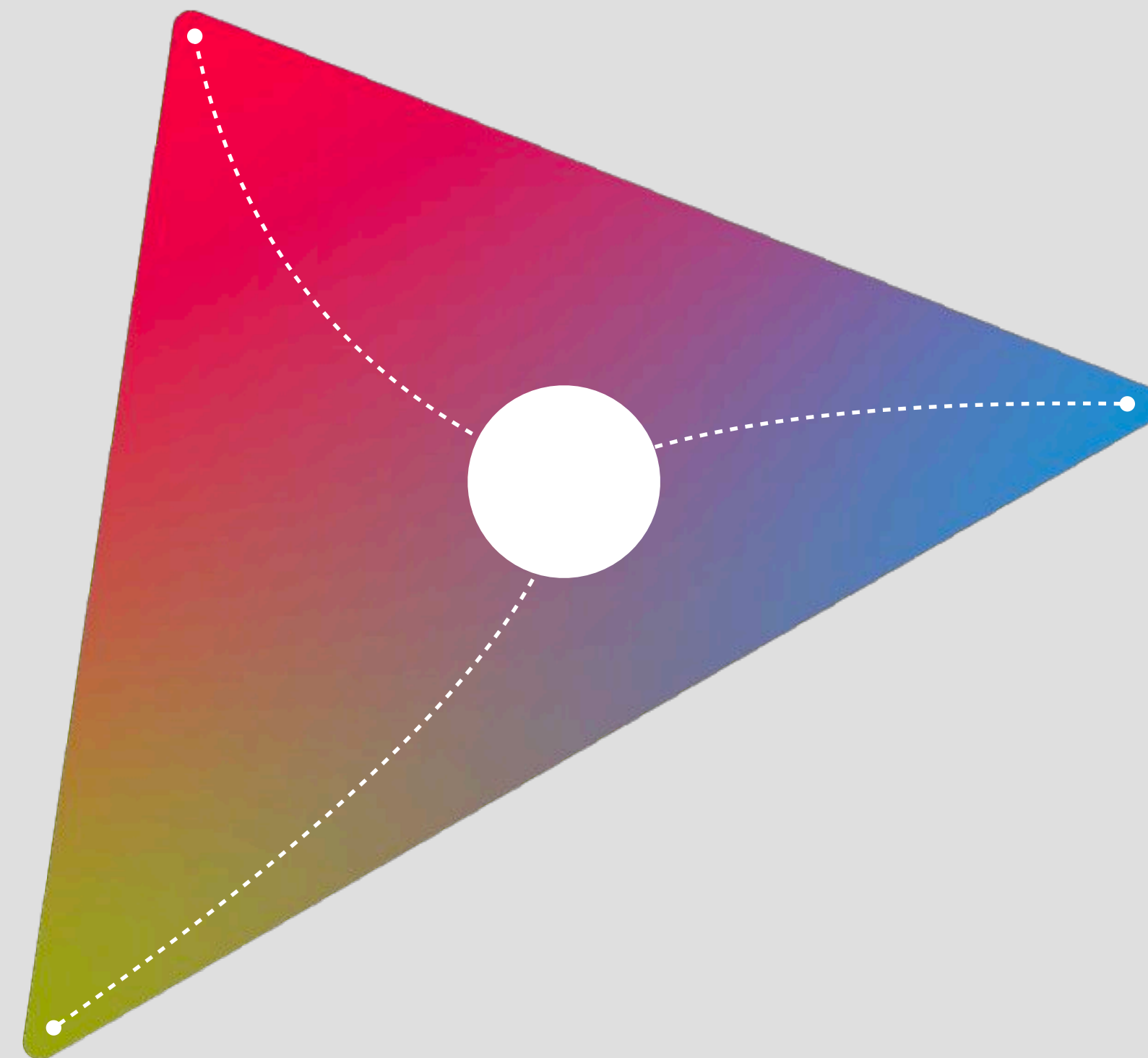
Nicht verwunderlich – aber auch nicht notwendig ist der Abbruch des Zukunftsvertrauens von Mitarbeitern zu Kunden



Die Idee des balancierten Wachstums

Innovation & Veränderung

Adaption



Neubestimmung

Umbestimmung, Wirkungsveränderung

Ursprung

Ausgangspunkt, Unveränderliches



Die Idee des balancierten Wachstums

Innovation & Veränderung

Adaption

Klare und weitsichtige Szenarien

Neubestimmung

Umbestimmung, Wirkungsveränderung

Wiederverwendung und
Umfunktionierung

1

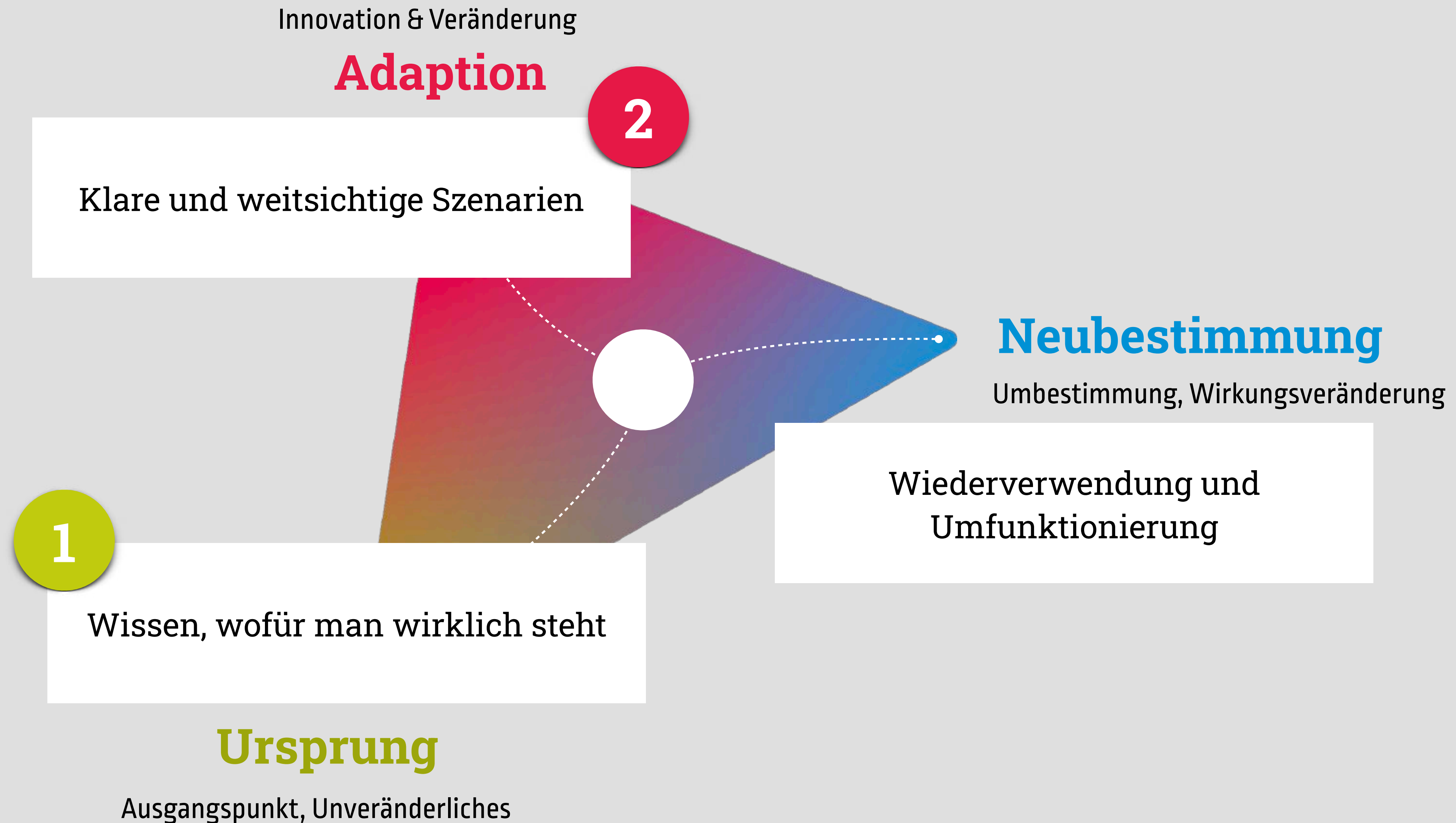
Wissen, wofür man wirklich steht

Ursprung

Ausgangspunkt, Unveränderliches

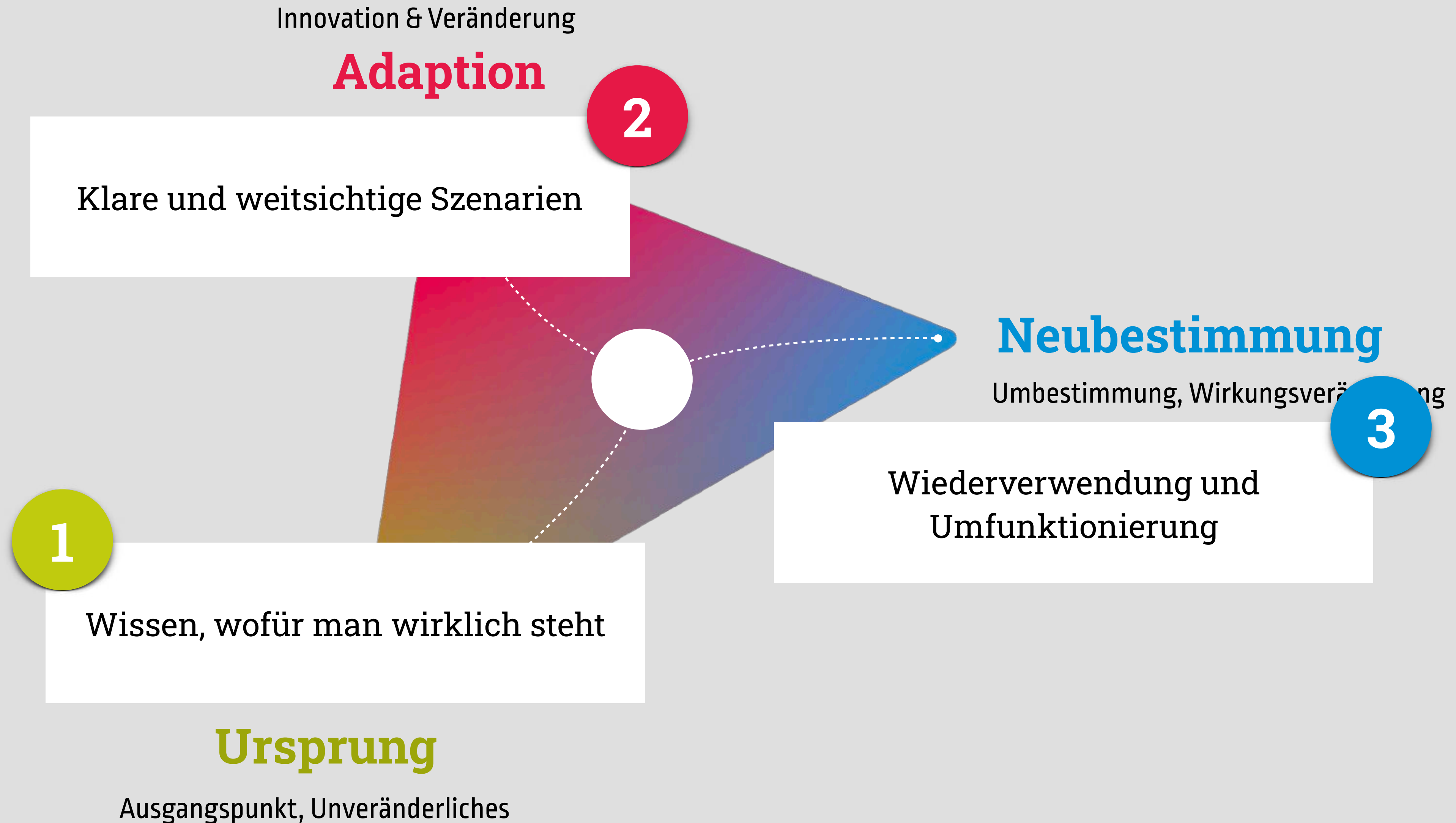


Die Idee des balancierten Wachstums



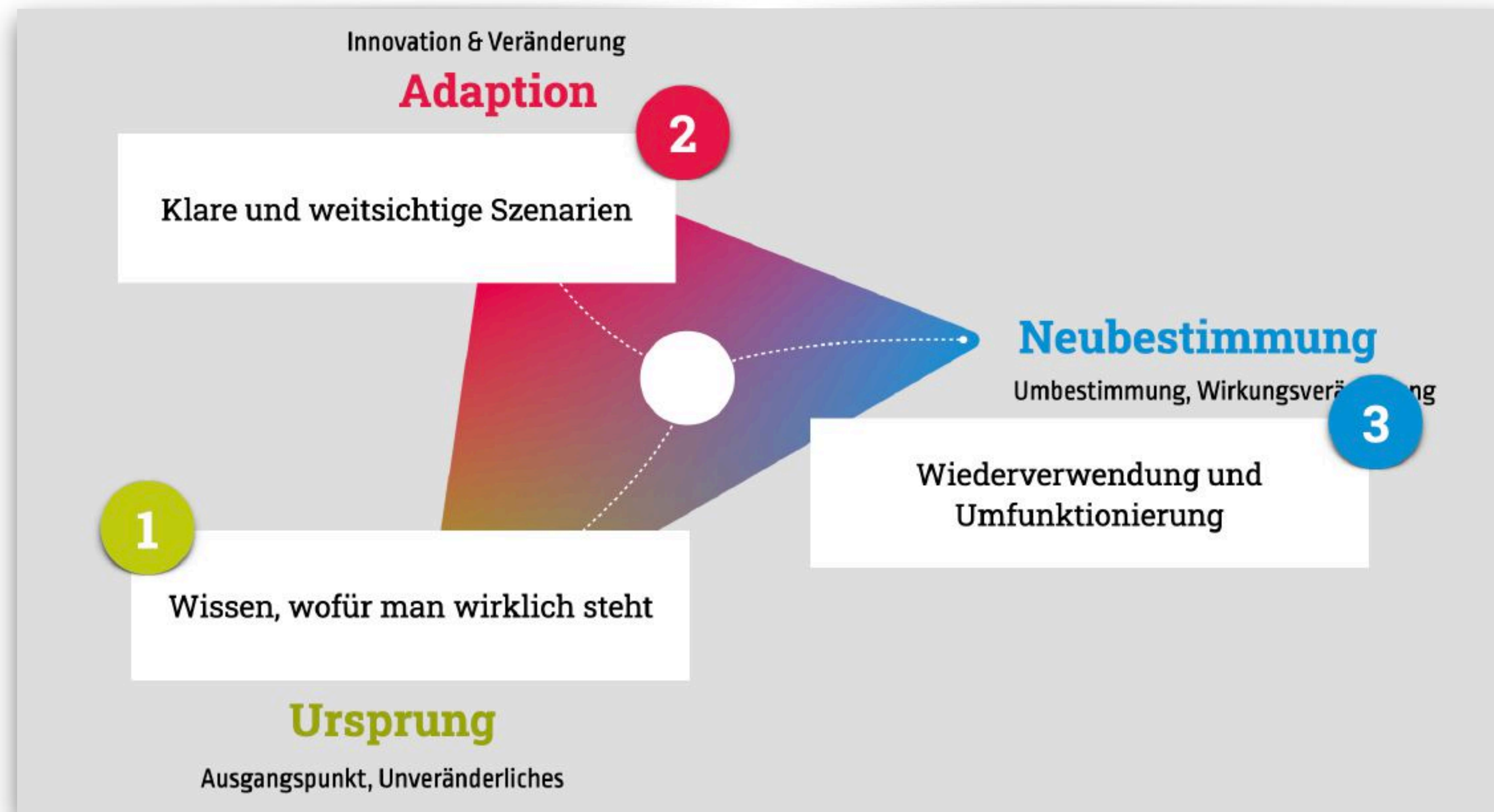


Die Idee des balancierten Wachstums





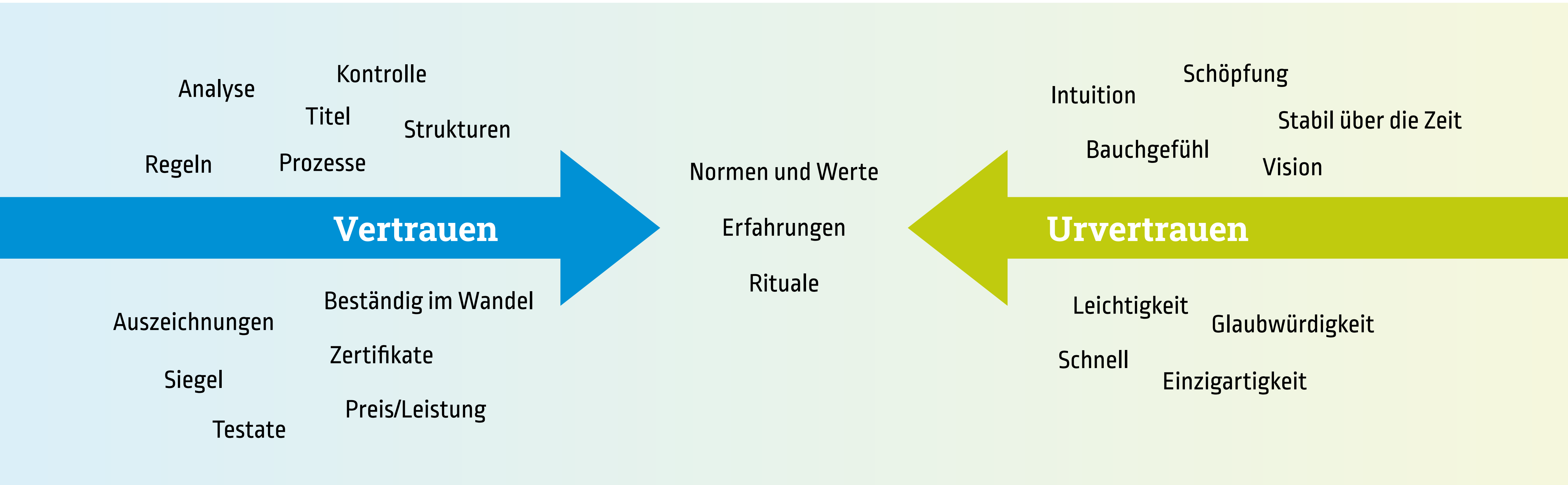
Die Idee des balancierten Wachstums



Diese Balance schafft Vertrauen...



Anatomie des Vertrauens



Basierend auf der Vergangenheit...

... eine konkrete Idee der gemeinsamen Zukunft



Anatomie des Vertrauens



Ist Urvertrauen verletzt, kann Vertrauen nicht mehr hergestellt werden

Urvertrauen kann eine Beziehung retten, auch wenn Vertrauen beschädigt wurde

Beständig Vertrauen aufzubauen, ist selbstverständlich wichtig, aber anstrengender...



Die Basis des tiefen, intuitiven Vertrauens (Urvertrauen)

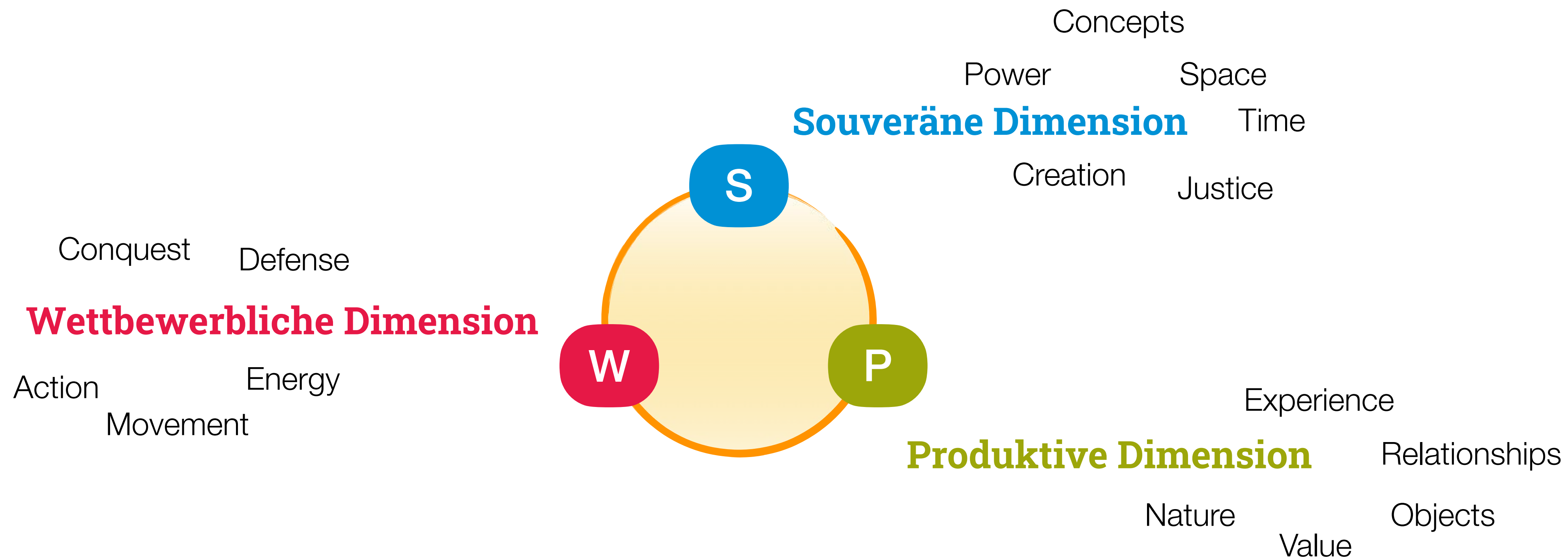
Semantische, psychologische, soziologische, kommunikative Einordnung

Ein einfacher Zugang, zu einem wirkmächtigen ersten Schritt



Die Basis des tiefen, intuitiven Vertrauens (Urvertrauen)

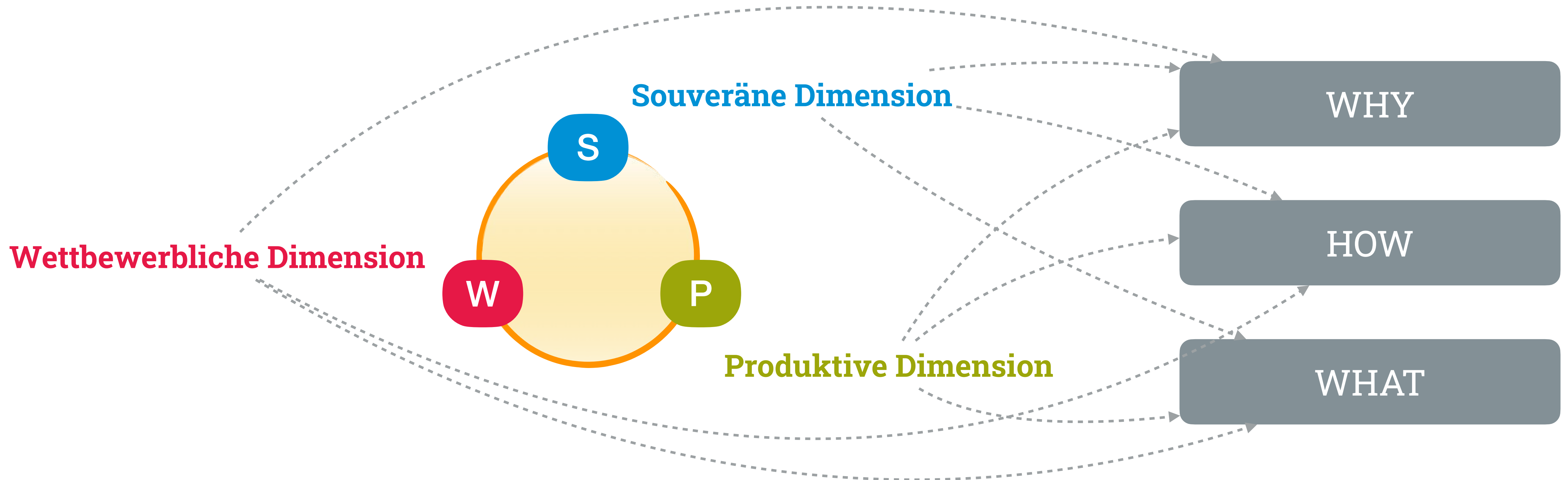
Semantische, psychologische, soziologische, kommunikative Einordnung





Die Basis des tiefen, intuitiven Vertrauens (Urvertrauen)

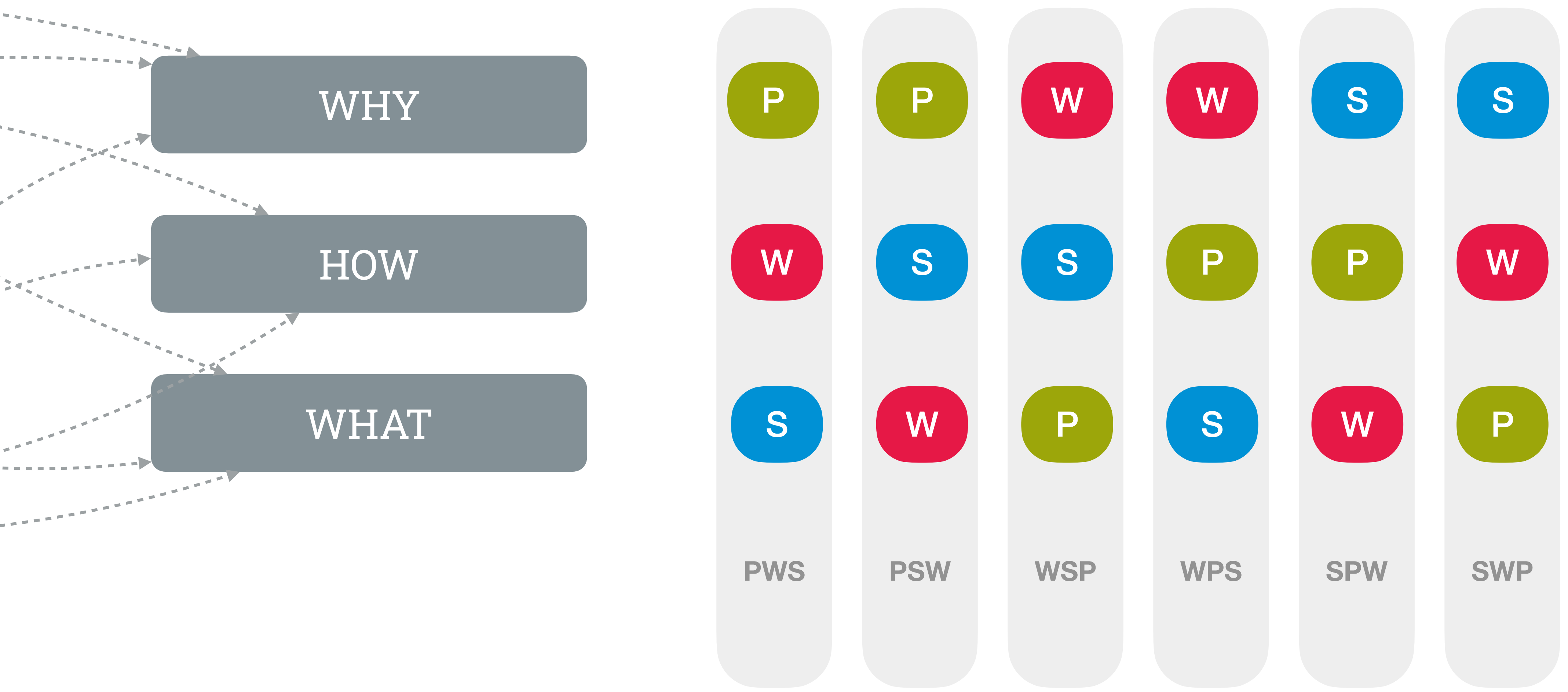
Semantische, psychologische, soziologische, kommunikative Einordnung





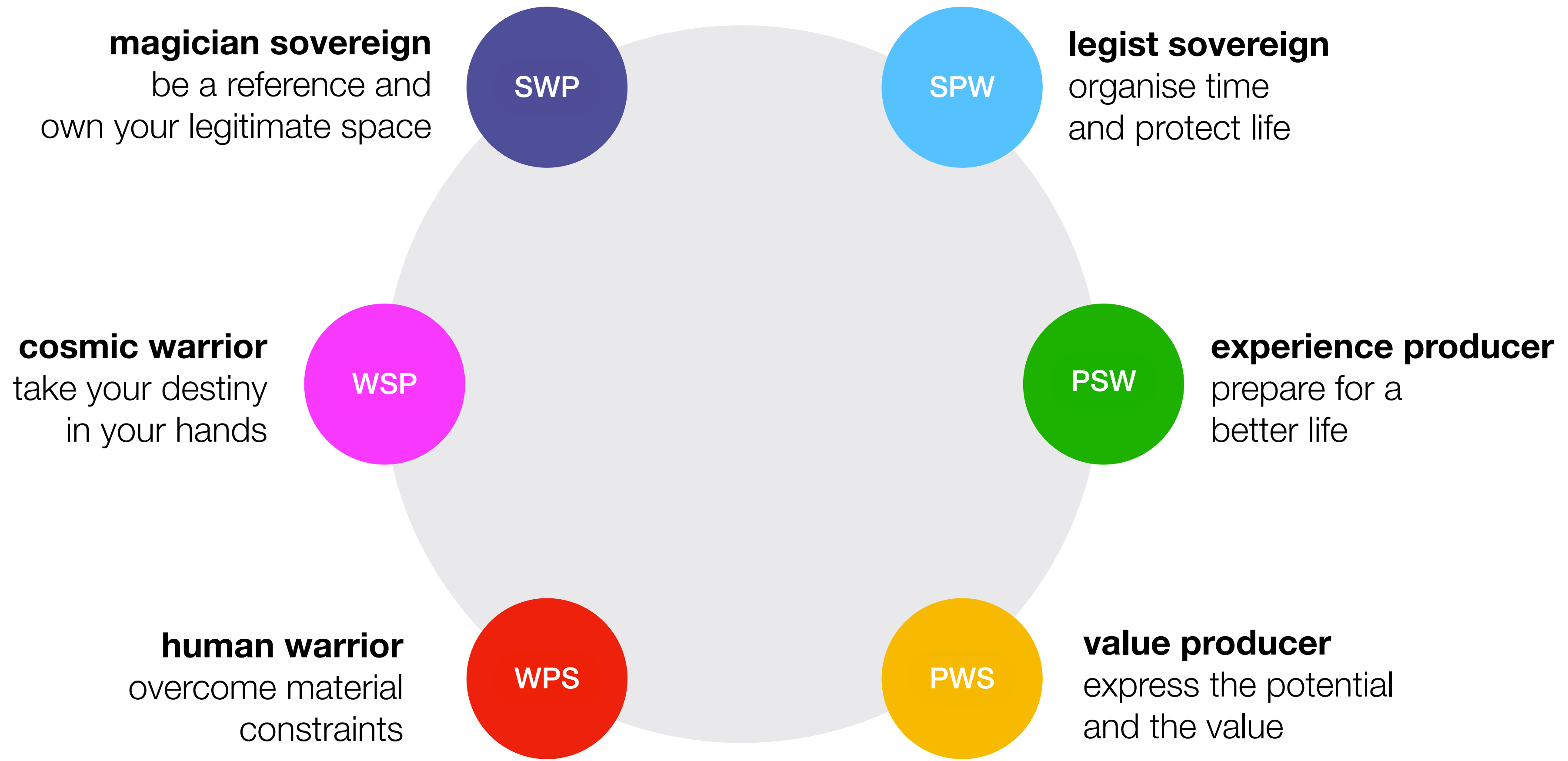
Die Basis des tiefen, intuitiven Vertrauens (Urvertrauen)

Semantische, psychologische, soziologische, kommunikative Einordnung



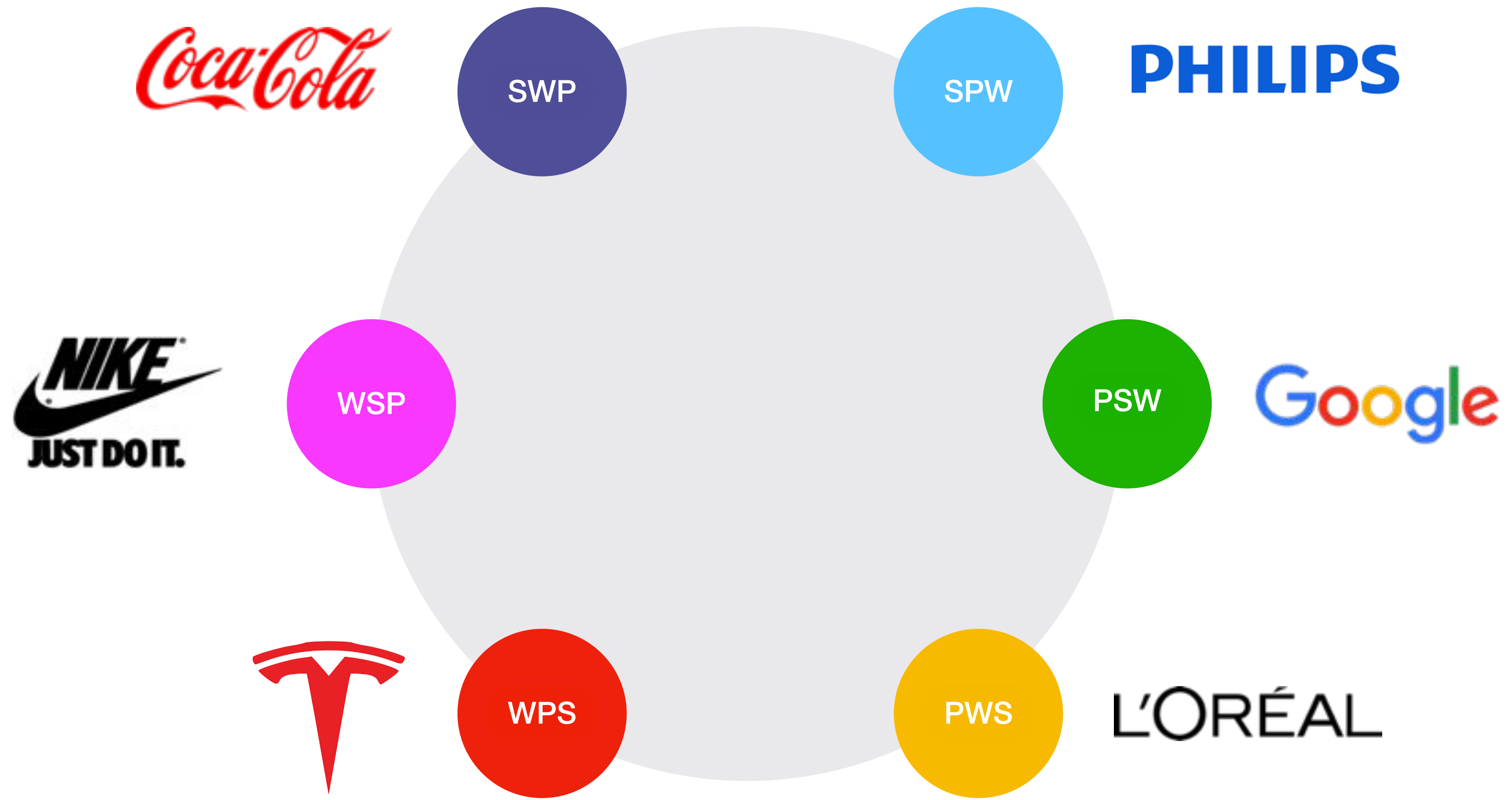


6 unterschiedliche Typen





6 unterschiedliche Typen





W

Beschleunigung des Übergangs zu nachhaltiger Energie

Der ultimative Fokus auf das Fahren

Kompromisslos auf Sicherheit ausgelegt

P

Freude am Fahren

Verbrauch senken und Reichweite erhöhen mit EfficientDynamics

Erstklassige individuelle Mobilität

P

mehr Leistung, Beschleunigung und Fahrspaß

das beste Auto zum Fahren (...) das beste Auto zum Gefahren werden

Das Model Y bietet maximale Vielseitigkeit

S

durch die von Erfindern, Pionieren und Konstrukteuren geprägt

das Prinzip nachhaltiger Mobilität

Intelligenz, die uns bewegt

S

eine emissionsfreie Zukunft

Überall hin

Solarstrom für alles

W

Wir verändern Mobilität

Kurze Wege, agile Talente, schnelle Entwicklung

Venturing into new tech



Mercedes-Benz



SWP

SPW

WSP

PSW

WPS

PWS

... ein jeweils ganz unterschiedliches Grund-Bauchgefühl...



Vision



Mercedes-Benz

True Needs



Disruption



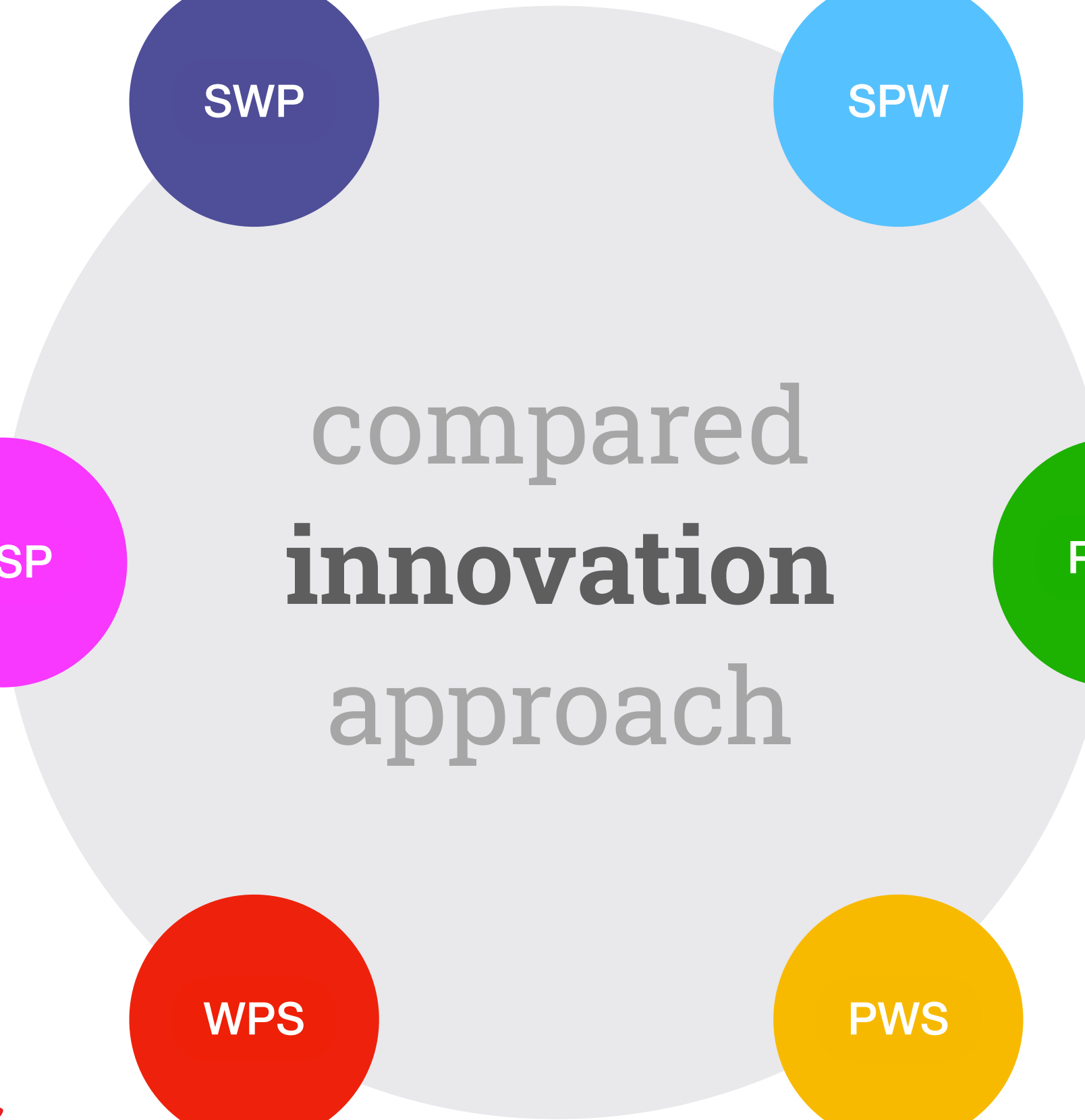
Better life



Improvement



Opportunity



compared
innovation
approach



Ah! Da war doch noch was!

Evaluation der gemeinsamen "deutschen Innovationskultur"

Antworten Sie bitte einfach und schnell aus dem Bauch heraus...

Wir fühlen uns verantwortlich für den gemeinsamen Innovationserfolg

Immer Manchmal Niemals Gegenteil

Wir vertrauen auf Fachwissen und Erfahrung

Immer Manchmal Niemals Gegenteil

Wir handeln und innovieren aufgrund einer Pflicht gegenüber anderen

Immer Manchmal Niemals Gegenteil

Wir teilen bewährte Praktiken und sind solidarisch

Immer Manchmal Niemals Gegenteil

Unsere Innovationen generieren Dynamik

Immer Manchmal Niemals Gegenteil

Wir innovieren und transformieren auf natürliche Art und Weise über die Zeit

Immer Manchmal Niemals Gegenteil

[VOTING ABGEBEN](#)



Und... Action!

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP EXPLOITATION: IDEEN!! WAS KÖNNEN WIR MACHEN, UM 150% ZU ERREICHEN?

The initial challenge Wir fühlen uns verantwortlich für den gemeinsamen Fortschritt	
Our conditions of success Wir vertrauen auf Fachwissen und Erfahrung	
Our natural know how Wir handeln aufgrund einer Pflicht gegenüber anderen	
The daily experience Wir teilen bewährte Praktiken und sind solidarisch	
Our Impact and added value Wir generieren Dynamik	
Our transcendence Wir verändern uns auf natürliche Art und Weise über die Zeit	

https://miro.com/app/board/o9J_IGA-ibk=/



Fazit und Analyse der Übung

Auf Wiedersehen :-)



Prof. Tim Bruysten / richtwert GmbH

thinktank for an accelerated future

Grafenberger Allee 128

40237 Düsseldorf

bruysten@richtwert.eu

www.richtwert.eu

Christian Sögtrop

Corporate Culture

soegtrop@richtwert.eu

Patrick Mathieu Singularité

the science of transformation

209 rue de l'Université

75007 Paris – France

patrick.mathieu@patrickmathieu.net

www.patrickmathieu.net

Markus Mayr / MAYR PR

PR Consulting

Brüderstr. 17

20355 Hamburg

markus@mayr-pr.de

www.mayr-pr.de

