

# Nichts ist vergänglicher als die Zukunft

Kurzfassung des Festvortrags von Dr. Holger Rust, Hamburg

Tausende von Büchern liegen in den Regalen der Wirtschaftsbuchhandlungen, die Managern das Managen beibringen und ihnen Informationen aus der Zukunft vermitteln sollen. Mondhoroskope und Anweisungen über den Umgang mit Tarotkarten. Dazu die Weissagungen der Trendforscher und Zukunftsdeuter, die Power-Rezepte der Erfolgstrainer und Gurus.

Erstaunlich viele Führungspersönlichkeiten klammern sich an diese Trivialitäten, die meist nicht über den Zitatenschatz eines alten Hauskalenders hinausreichen.

Doch manche Unternehmen haben schlicht den Mut, nicht den Trend-Gurus und ständig mit Tipp-ex-beschichteten Zähnen grinsenden Power-Gurus hinterher zu rennen, nicht die Second hand-Visionen, die aus Zeitungen und Zeitgeistmagazinen aufgeklaut wurden, nachzuäffen, sondern selbst zu überlegen, wie sie den vage geahnten Bedürfnissen ihrer Kundschaft vorauslaufen können.

Sie gestalten die Zukunft gemeinsam mit ihren Mitarbeitern, in einer Atmosphäre vertrauensvoller Kommunikation und gemeinsamer Arbeit an Lösungen für ihre Kunden. Sie zählen zu den Gewinnern, weil sie ihre eigenen Fragen formulieren und sich nicht auf das wohlfeile Tourneetheater der Pseudoberater einlassen, die heute hier und morgen da agieren. Die niemals eine wirkliche Loyalität zu einem Unternehmen aufbauen. Für sie ist Kommunikation nichts als ein Schlagwort, das immer eingesetzt wird, wenn sie nicht mehr wissen, was sie raten sollen. Ihr Hauptinteresse: Die einmal entworfenen Ideen möglichst flächendeckend zu vermarkten.

Was wir wirklich brauchen, ist Unverwechselbarkeit und eine unbeeinflusste Sicht auf die Veränderungen des Marktes und der Herausforderungen für Unternehmen.

Dazu brauchen sie eine lebendige Vertrauenskultur in Ihrer Abteilung, in Ihrem Unternehmen, in Ihrem Verband. Kommunikation.

Was ist wirkliche Kommunikation? Für ein Unternehmen ist Kommunikation der Lebensnerv. Kommunikation mit den wertvollsten Beratern, die es besitzt: den Mitarbeitern. Ja, die Mitarbeiter sind der wertvollste Besitz eines Unternehmens –allerdings nur dann, wenn sie ihrerseits das Unternehmen als wertvollen Besitz betrachten und mit wachem Blick den Markt beobachten, dem sie selber angehören: Lehrlinge und Vorstandsassistenten, Junge und Alte, Kassierer und Manager. So entsteht Trendforschung. So entstehen Visionen künftiger Märkte und die eigenen darauf gerichteten Fragestellungen, Nur muss sie auch vermittelt werden.

Kommunikation heißt also, dass alle miteinander reden.

Unternehmenskultur heißt, dass sie auch Gelegenheit dazu haben.

Der Vortrag konzentriert sich auf die Kultur der Dienstleistungen in künftigen Märkten und bietet einen illustrierten Blick auf die allgemeinen Entwicklungen der näheren Zukunft, technologisch, kulturell, demografisch, wirtschaftlich und persönlich. In Form

feuilletonistischer Auseinandersetzungen mit der Wirklichkeit entfaltet sich ein Bild des Alltags, aus dem heraus Zukunftsideen entwickelt werden können. Das Ziel: Nach wenigen Übungen soll die „soziologische Intelligenz“ geschärft werden.