



Arbeitsmarktservice
Wien
BerufsInfoZentrum

Vision-Rundschau Innovationen-Trends-Prognosen

Nr. 175 / September 2014

IMPRESSUM: *** Gegründet Juni 1996 *** unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 6, Gumpendorfer Gürtel 2b, 1060 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, Katharina.Welan@ams.at Die Vision-Rundschau im Internet: <http://www.ams-forschungsnetzwerk.at> (auf „Publikationen“ klicken und dann links auf „AMS Vision-Rundschau“ – mit ABO-Möglichkeit)

Lebenswelten von morgen

Die Zukunft des Sports

In einer neuen Studie hat das Zukunftsinstitut untersucht, welchen Stellenwert Sport und Bewegung in unserer Gesellschaft künftig haben werden. Mit überraschendem Ergebnis: Statt allseits beklagtem zunehmenden Bewegungsmangel und Sportmuffel-Klischees war unsere Gesellschaft noch nie so an Sport und Bewegung interessiert wie heute.

Doch Sport wird in Zukunft anders verstanden, so die Ergebnisse der Autoren Thomas Huber, Anja Kirig und Verena Muntschick. Rekorde, Wettkampforientierung und Leistung werden zunehmend vom Wunsch abgelöst, ein neues Lebensgefühl in den Alltag zu integrieren.

Das Entscheidende für die Sportgesellschaft des 21. Jahrhunderts: Es geht nicht darum, den richtigen oder falschen Sport, das richtige oder falsche Maximum an Bewegung zu vermitteln, sondern den Menschen in ihren speziellen Lebenssituationen und in ihren individuellen Bedürfnissen Zugang zu den unterschiedlichsten Facetten des Sportuniversums zu verschaffen.

In der Studie Sportivity wird eines besonders klar: nämlich, an welchen Stellen unsere Gesellschaft mit Bewegungsmangel kämpft. Daten, Statistiken, Interviews und Expertengespräche belegen, dass es vor allem die Berufstätigkeit ist, die Menschen – gegen ihren Willen – vom Sport fern hält. Während junge und in immer größerer Zahl auch alte Menschen einen hohen Bewegungsindex haben, zwingen starre Arbeitsstrukturen jeden zwischen Ausbildung und Rente zur körperlichen Faulheit. Und die Antwort auf das Problem ist nicht eine Ausweitung klassischer Betriebssportprogramme, so die Zukunftsforscher, sondern eine Flexibilisierung von Arbeits- und Sportkultur.

Ob Gesundheit, Arbeitskultur oder Konsum – die Frage, wie sich die Zukunft des Sports entwickelt, entscheidet sich an sieben Bedürfnissen. Alle sieben sind elementar für eine funktionierende Zivilgesellschaft mit einem Fokus auf Lebensqualität und Gesundheit.

Zugespitzt lautet die These der Autoren: Künftig brauchen wir ein Recht auf Bewegung.

Die 7 Bedürfnisse künftiger Sportler:

- Unterhaltungssport ist nicht länger von Passivität und dem Bier auf der Couch geprägt. Der Eventsportler wird selbst aktiv und zum Co-Akteur jeder Sportveranstaltungen.
- Sport ist Konsum, Sport ist käuflich. Dem Sport-Fasion-Victim geht es darum, den Schein der Sportlichkeit zu erzeugen – sich selbst gegenüber wie nach außen.
- Die Ära der Casual-Sportler beginnt. Ad-hoc und spontan muss Bewegung überall möglich sein. Vor allem den öffentlichen Raum stellt das Sportbedürfnis vor neue Herausforderungen.
- Sport wird zur Arbeit der Zukunft. Fitness wird wichtiger als Karriere und/oder in diese fest integriert. Damit kann endlich die große Bewegungslücke zwischen Jugend und Rente geschlossen werden.
- Die Steigerung der sportlichen Leistungen kennt keine Grenzen mehr – dank immer neuer Sport-Plus-Innovationen. Und das Limit des Machbaren ist noch lange nicht erreicht.
- Vereine sind out? Jein. Sport lebt mehr denn je von der Community! Doch die Formen, wo und wie wir gemeinsam Sport machen, verändern sich radikal.
- Thrill-Sportler sind ständig auf der Suche nach dem noch nicht Dagewesenen und werden so zu den Entrepreneuren einer neuen Sportwelt. Sie setzten heute Maßstäbe, die eben noch undenkbar waren.

Sportivity, Anja Kirig, Thomas Huber, Mai 2014, 128 Seiten
ISBN: 978-3-938284-85-8, 190.00 € zzgl. 7 % MwSt.

(http://www.zukunftsinstitut.de/verlag/studien_detail.php?nr=122, Juli 2014)

Immobilien Report 2015 – Living Spaces

Kaum etwas bestimmt unser Leben so sehr wie die Räume, die uns umgeben. Die Forderungen nach mehr Lebensqualität, stellen auch neue Ansprüche an unsere alltägliche Umgebung. Die Qualität von Orten wandelt sich: Sie dienen der Gesunderhaltung, sollen Inspiration fördern, Gemeinschaft abbilden, aber auch Rückzugszonen bieten. Der Immobilien Report 2015 des Autorenteam Wolfram Putz, Lars Krückeberg und Thomas Willemeit liefert in kompakter Form die wichtigsten Trendthemen der Branche rund um Bauen, Wohnen und Gestalten von Räumen.

E-Mobility als Herausforderung für Wohnungsbau und Stadtplanung

Im Trend E-Mobility sehen die Autoren eine der größten Herausforderungen, aber auch neue Chancen für Stadtplanung und Wohnungsbau der Zukunft. Elektromobilität darf nicht auf die Anwendbarkeit im Automobilbereich beschränkt bleiben. Ganz im Gegenteil: „Elektromobilität wird zum Auslöser eines neuen vernetzten Denkens.“ Aktuell entstehen beispielsweise am Berliner Wannsee drei Plus-Energiehäuser, bei denen die Bewohner nicht nur den Wohnraum mieten, sondern auch ein Elektroauto dazu leasen können. Gespeist wird das Fahrzeug durch die elektrische Überschussenergie, die das Haus erzeugt.
(www.holisticliving-berlin.de)

Home, sweet Home – Dörflichkeit im Kiez

Der Trend zum Neo-Biedermeier manifestiert sich im Wunsch nach Vertrautheit und den sicheren vier Wänden in Zeiten der voranschreitenden Digitalisierung und den damit

verbundenen Datenskandalen. Das Private wird als Idyll stilisiert, findet sich aber mitten im Trubel der Städte wieder. Die Dörflichkeit des Kiezes wird inszeniert, „die Patchwork-Kommune repariert das verlorene Familiengefühl“. Baugruppen erleben einen Aufschwung, da sie dem individualisierten Großstädter genügend Privatsphäre im Eigenheim, aber auch einen Hauch von Gemeinschaft bieten. Diese Entwicklung erfordert ein Umdenken in der Planung des Wachstumsmarktes Eigenheim.

Neue Gemeinschaftsformen fordern wandelbare Orte

Zugehörigkeit kann in unserer individualisierten Gesellschaft selbst gewählt, aber auch jederzeit wieder gewechselt werden. Mit Community Commuters beschreiben die Autoren das permanente Pendeln zwischen Gemeinschaften und die Identifikation mit mehreren Communities zur gleichen Zeit. Neue Nachbarschafts-Modelle, die auf gegenseitiges Vertrauen und Hilfe gründen, sind nur eine Ausformung dieses Trends und werden in Anbetracht einer alternden Gesellschaft an Einfluss gewinnen. Doch auch innovative Work Communities benötigen völlig andere virtuelle wie physische Orte der Arbeit.

Ganzheitliche Gesundheitsarchitektur

Mit dem Kapitel From Hospital to Hospitality wagen die Autoren einen Ausblick auf die Krankenhausarchitektur und Praxisgestaltung. Denn das Umdenken hin zu mehr Gesundheitsbewusstsein und Selbstverantwortung seitens der Patienten ist bereits im vollen Gange – doch spiegelt sich aktuell erst in einigen wenigen ganzheitlichen Gesundheitsbauten wider. Patienten werden zu Gästen und Orte der Heilung und des Urlaubs verschmelzen.

Relevanz setzt Nachhaltigkeit auf eine neue Stufe

New Relevance erweitert den Blick auf einen gesamtgesellschaftlichen Trend mit hoher Strahlkraft. Die These der Autoren: Nachhaltigkeit alleine reicht nicht mehr. Menschen sind auf der Suche nach neuen Werten. Authentizität tritt an die Stelle von Nachhaltigkeit, Kultur ersetzt Luxus und Solidarität wird zur neuen Individualität. Orte können mit neuer Relevanz aufgeladen werden, indem sie ihre Einzigartigkeit herausstellen, aber auch die Möglichkeit zum partizipativen Erlebnis bieten.

Pop-up-Stores – Die Magie des Temporären

Der Themenschwerpunkt Pop-up liefert einen fundierten Einblick in die Welt der temporären Orte und der limitierten Angebote. Denn in Zeiten globaler Jederzeit-Verfügbarkeiten von Produkten und Services schafft Verknappung wieder einen neuen Hauch von Exklusivität. Zur Belebung des Einzelhandels bereits weitgehend etabliert, findet das Pop-up-Prinzip inzwischen auch Anwendung in der Gastronomie, im Tourismus und in kulturellen Projekten. Großes Potenzial sehen die Autoren in der Nutzung von Pop-up für die Immobilienbranche: „Indem ungenutzte Flächen interimswise kulturell bespielt werden, kann nicht nur die Attraktivität einer Immobilie, sondern eines ganzen Viertels gesteigert werden.“

Immobilien Report 2015, Lars Krückeberg, Wolfram Putz und Thomas Willemeit
September 2014, 112 Seiten, ISBN 978-3-938284-89-6, 150.00,- € zzgl. 7 % MwSt.

www.zukunftsinstitut.de/immobilienreport

Management einmal anders

Giraffenbrot

Tiger haben keine Flecken auf dem Fell, Tiger haben Streifen – das weiß jedes Kind. Auch die dreieinhalb Jahre alte Lily Robinson. Der britischen Supermarktkette Sainsbury's musste da wohl ein Fehler unterlaufen sein: Denn die Kruste des Tiger-Brottes sieht gar nicht so aus wie ein Tiger-, sondern wie ein Giraffenfell.

Also schreibt sie mit ihren Eltern einen Brief an den Sainsbury's Kundenservice. „Das Tiger-Brot müsste Giraffenbrot heißen!“ Und bekommt prompt eine Antwort. Sie habe vollkommen recht: „Wir nannten es Tiger-Brot, weil der erste Bäcker, der es vor vielen, vielen Jahren gemacht hat, der Überzeugung war, dass es nach Streifen im Tigerfell aussah. Vielleicht war der ein bisschen blöd.“

Lilys Mutter gefiel die Antwort, sie veröffentlichte den Brief auf ihrem Blog. In perfekter Gute-Geschichten-Verbreiten-Sich-Schnell-Manier bekam sie prompt Unterstützung aus dem Netz und eröffnete eine Facebook-Seite mit dem Titel: „Campaign to change Tiger Bread to Giraffe Bread“ – mit riesigem Erfolg: Einzelne Beiträge wurden 150.000 Mal mit „Gefällt mir“ markiert.

Sainsbury's veränderte den Namen des Brotes in Giraffen-Brot. Außerdem erklärten Schilder am Regal auf eine sympathische Art Lilys Vorschlag. So weiß jeder, dass das Brot noch dasselbe ist, sich nur der Name geändert hat – und zwar weil Lily eine tolle Idee hatte.



Wir finden diese Reaktion großartig. Sainsbury's hat kapiert, was Marketingprofis vor 15 Jahren meinten, als sie das „Cluetrain Manifest“ veröffentlichten: Märkte sind Gespräche. Das war damals eine mehr als deutliche Aufforderung zum Umdenken für die Konzerne mit ihrem üblichen Wir-Sind-Toll-Kauft-Unsere-Produkte-Marketing. „Macht die Augen auf! Eure

Zielgruppe kann sich ganz prächtig miteinander unterhalten. Sie ist nicht mehr angewiesen auf eure Marketingpredigten!“

Die meisten Unternehmen haben diesen zukunftsweisenden Impuls damals als abgehobene Vision belächelt, die sich ein paar durchgedrehte Dotcom-Spinner ausgedacht hatten. Ihr Kundenservice hätte Lily wahrscheinlich eine Stofftiergiraffe geschickt und dann erwartet, dass das Kind damit ruhiggestellt ist.

Aber das alte Prinzip „Unternehmen predigen, die Kunden hören zu“ hat tatsächlich ausgedient. Zugegeben, die Umsetzung eines echten Dialogs mit dem Kunden ist alles andere als einfach, denn viele Unternehmen müssen erst verstehen, dass sie sich schon längst in einem Dialog befinden. Und dass es sich dabei immer um eine Zwei-Wege-Kommunikation handelt – Was vor allem bedeutet, dass Kunden antworten! Dass sie Aktionen starten. Dass sie ihre Meinung öffentlich verbreiten. Wer alleine das verstanden hat, ist schon näher dran am Kunden als der Großteil seines Wettbewerbs.

Der Clou an Sainsbury's Giraffenbrot ist aber der entscheidende kleine Schritt darüber hinaus: Das Unternehmen hat nicht nur mit seiner kleinen Kundin auf Augenhöhe kommuniziert, sondern es hat sie in ihr Business gelassen. Ihre Idee wurde kurzerhand umgesetzt, Marketingkonzept hin oder her. Das ist intelligent. Und macht Menschen scharenweise zu treuen Kunden.

<http://home.foerster-kreuz.com/2014/09/giraffenbrot-cluetrain-manifest.html>

Unternehmensführung von morgen

Im Zeitalter der Wissensarbeit werden starre hierarchische Strukturen der Industriezeit zu Gunsten eines resilienten Systems aufgehoben. Und Begriffe wie Work-Life-Blending, Vernetzung und Transparenz gewinnen zunehmend an Bedeutung. Künftig wird es nicht darum gehen der unfehlbare Manager an der Spitze der Organisation, sondern vielmehr der Gestalter und Veränderer aus der Mitte des Unternehmens zu sein.

Der Leadership Report 2015 ist ein „Must Read“ für alle Führungskräfte der Gegenwart und der kommenden Riege. Franz Kühmayer ist Denker und Visionär zugleich und liefert mit dem Leadership Report umfassende Insights, Best Practices und Trends aus der Welt des Firmenmanagements.

Schwerpunkte

Die Arbeitswelt von morgen ist radikalen Veränderungen unterworfen. Der Leadership Report zeigt die wichtigsten Trends auf, die für eine gute Führungsarbeit im Zeitalter der Innovations- und Wissensarbeit entscheidend sind.

Allgemein gültige Regeln zur Organisationsform der Zukunft kann es in einer komplexen und vielschichtigen Welt nicht geben. Der Report stellt vier Themenfelder vor, die gravierenden Einfluss auf die Organisation der Zukunft haben werden:

- Organizational Agility: Beweglichkeit statt Planbarkeit
- Intentional Creativity: Innovationskraft nicht dem Zufall überlassen
- Iconic Company: Das Unternehmen als Kultstätte
- Bottom-up: Partizipativ und demokratisch

Wer sich nicht führen kann, sollte auch andere nicht führen: Wie können Manager von morgen eine Atmosphäre der Hochleistung herstellen? Wie üben sie Einfluss aus, ohne dabei zu kommandieren? Und wie gestalten sie ein Unternehmen mit hoher Anziehungskraft, das auch zielgerichtet mit Wandel umgehen kann? Ein Fünf-Punkte-Programm für postheroische Führungsarbeit skizziert die Schlüsselkompetenzen für den Leader der Zukunft.

Die wichtigsten Leadership-Trends:

1. Knowledge Worker:
Goodbye Mr. Taylor! Willkommen im Zeitalter der Wissensarbeit! Der Mitarbeiter von morgen fordert neue Werte: Vertrauen, Experimentierfreude und Mut zu Fehlern.
2. Fluide Organisationen:
Unternehmen gleichen zunehmend einem Organismus, der sich permanent mit Kunden und Partnern austauscht und seine Form wandelt. Um nicht im Netzwerk-Chaos zu versinken, braucht diese neue Offenheit klare Strukturen.
3. Talentismus:
Die Spielregeln ändern sich. Je qualifizierter künftige Mitarbeiter sind, umso eher gilt: Der Arbeitsmarkt ist nicht mehr nachfrage-, sondern angebotsbestimmt.
4. Big Data:
Das Sichtbarmachen von Wissen im Unternehmen stellt eine der größten Herausforderungen der kommenden Jahre dar. Die proaktive Nutzung von Social Media sowie die visuelle Aufbereitung von Daten sind wichtige Tools für das Wissensmanagement von morgen.
5. Das Bleisure-Paradigma:
Wie die Verschmelzung von Arbeit und Freizeit zu mehr Lebensqualität führt. Wissensarbeit orientiert sich dabei nicht mehr an künstlichen Arbeitszeitgrenzen, sondern beginnt mit dem Wachsein.

Aus dem Inhalt:

Wissensarbeit erfordert ein Umdenken in den Köpfen der Menschen, aber auch den Abschied von streng hierarchischen Strukturen in Unternehmen. Diesen Forderungen wird weitestgehend zugestimmt, doch auch ganz schnell wieder zurück zum Business as usual gewechselt. Was bedeutet das ausgerufene Zeitalter der Wissensökonomie konkret für mein Unternehmen? Und wie muss ich mich als Führungskraft weiterentwickeln? Mögliche Antworten bietet der Leadership Report. In Form von Handlungsorientierungen bringt er Licht ins Dunkel der neuen Arbeitswelten. Künftig zeichnet sich ein guter Manager nicht durch seine unfehlbare Position an der Spitze aus, sondern durch seine Rolle als Gestalter und Veränderer aus der Mitte des Unternehmens heraus.

In der Traumbüro-Falle

Die ersten Videoaufnahmen des neuen Apple-Hauptquartiers sorgten für weltweite Aufmerksamkeit. Obwohl nur eine Baustelle zu sehen ist, gilt dieses futuristische Projekt als Manifestation der schönen neuen Arbeitswelt. Der Autor Franz Kühmayer sieht diese glitzernden Traumbüros von Google, Apple und Co. kritisch: „Wie unter dem Brennglas lässt sich hier studieren, zu welchen Mitteln Unternehmen greifen, um Mitarbeiter anzuziehen, zu halten und zu Höchstleistungen zu treiben.“ Doch die durchdesignten Bürolandschaften können lediglich als Inspirationsquellen dienen. Architektur alleine macht noch kein Büro der Zukunft aus. Viel wichtiger ist die Führungskultur. Zur Kompetenz einer Führungsperson zählt es, Orte der Arbeit in gestaltbare und zelebrierte Kultstätten zu verwandeln. Das ist jedoch nur möglich, wenn Unternehmenskultur und Architektur zueinander passen.

Einfluss üben ohne Kommandos zu geben

Lange Zeit wurde der Manager als Held gesehen, der alle Fäden in der Hand hat. An der Spitze stehend behält er stets den Überblick und die Kontrolle. Doch die Frage nach der Steuerung eines Unternehmens, das aber aufgrund seiner Komplexität gar nicht steuerbar ist, lässt das Bild des Helden verblassen. Aus diesem Grund hat Franz Kühmayer – selbst übrigens nicht nur Vordenker, sondern auch langjähriger Praktiker – ein Fünf-Punkte-Programm für postheroische Führungsarbeit entwickelt, in dem er die Schlüsselkompetenzen für den Leader der Zukunft skizziert. Er ist überzeugt: „Wer sich selbst nicht führen kann, sollte auch andere nicht führen dürfen.“ Das Zeitalter der „Office-Egomaniacs“ ist vorbei. Die Führungskraft der Zukunft ist der Knoten im Beziehungsnetzwerk mit den meisten Verbindungen, steht aber zugleich nicht mehr zwingend im Mittelpunkt. Leadership hat folglich nichts mehr mit Hierarchien zu tun; das Arbeiten in Projekten erfordert die Übernahme von Verantwortung durch unterschiedliche Mitarbeiter. Ein tiefgreifendes Vertrauen in Mitarbeiter und Kollegen bietet eine fruchtbare Basis, um über Ergebnisse zu führen (genannt ROWE: Results Orientated Work Environments), statt Anwesenheitszeiten zu messen. Provokativ formuliert: „Die einzigen Organisationen, die sich in Zukunft noch an Anwesenheitszeiten orientieren, sind Gefängnisse.“

Abschied von der Work-Life-Balance

Arbeit und Freizeit sind keine getrennte Phasen mehr – auch wenn die Forderungen nach Work-Life-Balance diese Grundannahme implementieren. Erst wenn die Denkgrenzen im Kopf überwunden sind, wird die Vereinbarkeit von Job und Privatleben möglich. Bleisure – die wörtliche Verschmelzung von Business und Leisure – beschreibt nicht die Forderung nach permanentem Arbeiten, sondern ist ein Weckruf für mehr Aufmerksamkeit im Umgang mit den eigenen Energien. Es liegt bei den Führungskräften Grenzen zu ziehen und diese auch vorzuleben. Indem sie selbst nicht permanent verfügbar und always on sind, zeigen sie ihren Mitarbeitern, was sie von ihnen erwarten. Bleisure setzt den reflektierten und sensiblen Umgang mit den Freiheiten der neuen Arbeitswelt voraus und führt schlussendlich zu einer selbstgewählten Form von Glück und zu mehr Lebensqualität.

http://www.zukunftsinstitut.de/verlag/studien_detail.php?nr=123

Fehler-Report: Wer wagt, der lernt

Die kanadische Non-Profit Hilfsorganisation "Engineers Without Borders" (EWB) finden wir großartig. Noch großartiger finden wir, dass die Organisation öffentlich über ihre Arbeit berichtet. Und am großartigsten finden wir den Failure Report von EWB.

Ja, Sie haben richtig gelesen. Bei EWB sprechen nicht nur alle offen über ihre Fehler und das, was sie daraus gelernt haben. Die Fehler werden sogar in einem Report veröffentlicht. Das ist mutig. Das ist clever. Und das ist extrem erfrischend!

In vielen Unternehmen müssen diejenigen, die etwas Neues wagen und dabei auf die Nase fallen, die sofortige Versetzung ins Unternehmensäquivalent zum Archipel Gulag fürchten. Das führt dazu, dass Menschen keinen Schritt mehr auf unbekanntes Terrain wagen. Innovationen werden im Keim erstickt, weil sich keiner mehr etwas traut.

Bei EWB lief das in einem bestimmten Fall so: Ein Mitarbeiter bekam drei Monate Zeit, um Feldforschung zu betreiben. Statt in Verbindung mit den Menschen und Märkten vor Ort in Afrika zu gehen, vergrub er sich aber hinter seinem Rechner. Die drei Monate waren

ruckzuck um, die Ergebnisse enttäuschend. Warum? Er war auf die wenig zielführende Idee gekommen, zuerst die Probleme in der Projektabstimmung zu optimieren, anstatt draußen im Feld gleich die realen Probleme aufzuklären. Am Ende war das Projekt perfekt verwaltet. Klar, das ist auch nicht schlecht. Aber das hilft den Menschen vor Ort nicht.

Gut, der Fehler wurde erkannt und repariert: Künftig die Prioritäten besser klären! Aber jetzt kommt der Clou: Anstatt den Fehler zu verstecken, wurde er publiziert. Mitsamt allen Erkenntnissen, die sich daraus ergaben. So steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die Prioritäten in den nächsten Projekten in Tansania, Ghana und Mali von Anfang an besser gesetzt werden. Von der EWB, aber auch von anderen Hilfsorganisationen.

Die Überzeugung von EWB ist:

„Wenn wir unsere Fehler verstecken, verdammen wir uns selbst dazu, sie ständig zu wiederholen und reduzieren unsere Fähigkeit innovativ zu sein.“

Wir finden die Idee, Fehler konstruktiv und offen zu kommunizieren, genial:

1) Nach innen signalisiert es, dass Menschen honoriert werden, die etwas wagen, statt nur ihre Stellenbeschreibung abzuarbeiten – die etwas bewegen, statt nur den Ball flach zu halten. Das fördert Initiative, Kreativität und Leidenschaft.

2) Nach außen fördert diese Haltung Vertrauen: Wir gestalten Zukunft, nicht alles gelingt, aber wir stehen dazu, sprechen darüber und vor allem: Wir lernen daraus!

Und das ist der Kern. Es geht nicht darum, Fehler kleinzureden, die durch Nachlässigkeit oder Schlampigkeit entstehen. Kein Buchhalter kann es sich leisten, bei der Eingabe von Überweisungsbeträgen einfach mal so ein paar Nullen zu viel einzutippen. Fehler, die durch nachlässiges oder schlampiges Arbeiten entstehen, sind keine Heldentaten. Es geht auch nicht darum, Schlechtes kleinzureden. Es geht vielmehr darum, Verantwortung großzuschreiben.

Sie müssen ja nicht gleich den Weg von EWB gehen und einen jährlichen Fehlerreport veröffentlichen. Wichtig ist, im Alltag über die Lerneffekte zu sprechen, die sich aus dem ergeben, was falsch gelaufen ist. Wie wäre es, Ihr wöchentliches Teammeeting mit folgendem Statement zu beginnen:

„Das habe ich letzte Woche versemfelt – und das habe ich daraus gelernt.“

Nur wer wagt, macht Fehler. - Nur wer Fehler macht, lernt.

Und wer veröffentlicht, was nicht gut gelaufen ist und was sich daraus lernen lässt, fördert Eigenverantwortung und Innovationsfreude.

<http://home.foerster-kreuz.com/2014/08/fehler-fehler-fehler.html>

Sonstiges

The Venus Project

Very briefly, The Venus Project is an organization that proposes a feasible plan of action for social change, a holistic global socio-economic system called a Resource Based Economy; that works toward a peaceful and sustainable global civilization. It outlines an alternative to strive toward where human rights are not only paper proclamations but also a way of life.

The Venus Project presents an alternative vision for a sustainable world civilization unlike any political, economic or social system that has gone before. It envisions a time in the near future when money, politics, self and national-interest have been phased out. Although this vision may seem idealistic, it is based upon years of study and experimental research. It spans the gamut from education, transportation, clean sources of energy to total city systems.

Many people believe what is needed is a higher sense of ethical standards and the enactment of international laws and treaties to assure a sustainable global society. Even if the most ethical people in the world were elected to political office, without sufficient resources we would still have many of the same problems we have today. As long as a few nations control most of the world's resources and profit is the bottom line, the same cycle of events will prevail.

As global challenges and scientific information proliferate, nations and people face common threats that transcend national boundaries. Overpopulation, energy shortages, global warming, environmental pollution, water scarcity, economic catastrophe, the spread of uncontrollable disease, and the technological displacement of people by machines threaten each of us. Although many people are dedicated to alleviating those conditions, our social and environmental problems will remain insurmountable as long as a few powerful nations and financial interests maintain control of and consume most of the world's resources and the monetary system prevails.

If we really wish to put an end to our ongoing international and social problems, we must declare Earth and all of its resources the common heritage of all of the world's people.

Earth is abundant and has plentiful resources. Our practice of rationing resources through monetary control is no longer relevant and is counter-productive to our survival. Today we have highly advanced technologies, but our social and economic system has not kept up with our technological capabilities. We could easily create a world of abundance for all, free of servitude and debt based on the carrying capacity of Earth resources. With the intelligent and humane application of science and technology, the people of the earth can guide and shape the future together while protecting the environment. We don't have enough money to accomplish these ends but we do have more than enough resources.

<http://thevenusproject.com/>

Dazu gibt es auch ein Magazin, das man kostenlos per Mail erhalten kann:

<http://www.tvpmagazine.com/>