



# Zukunft neu denken

new

communication

**„Die beste Art, die Zukunft vorherzusagen,  
besteht darin,  
sie zu gestalten.“**

Peter Drucker (Management-Vordenker)

# Agenda

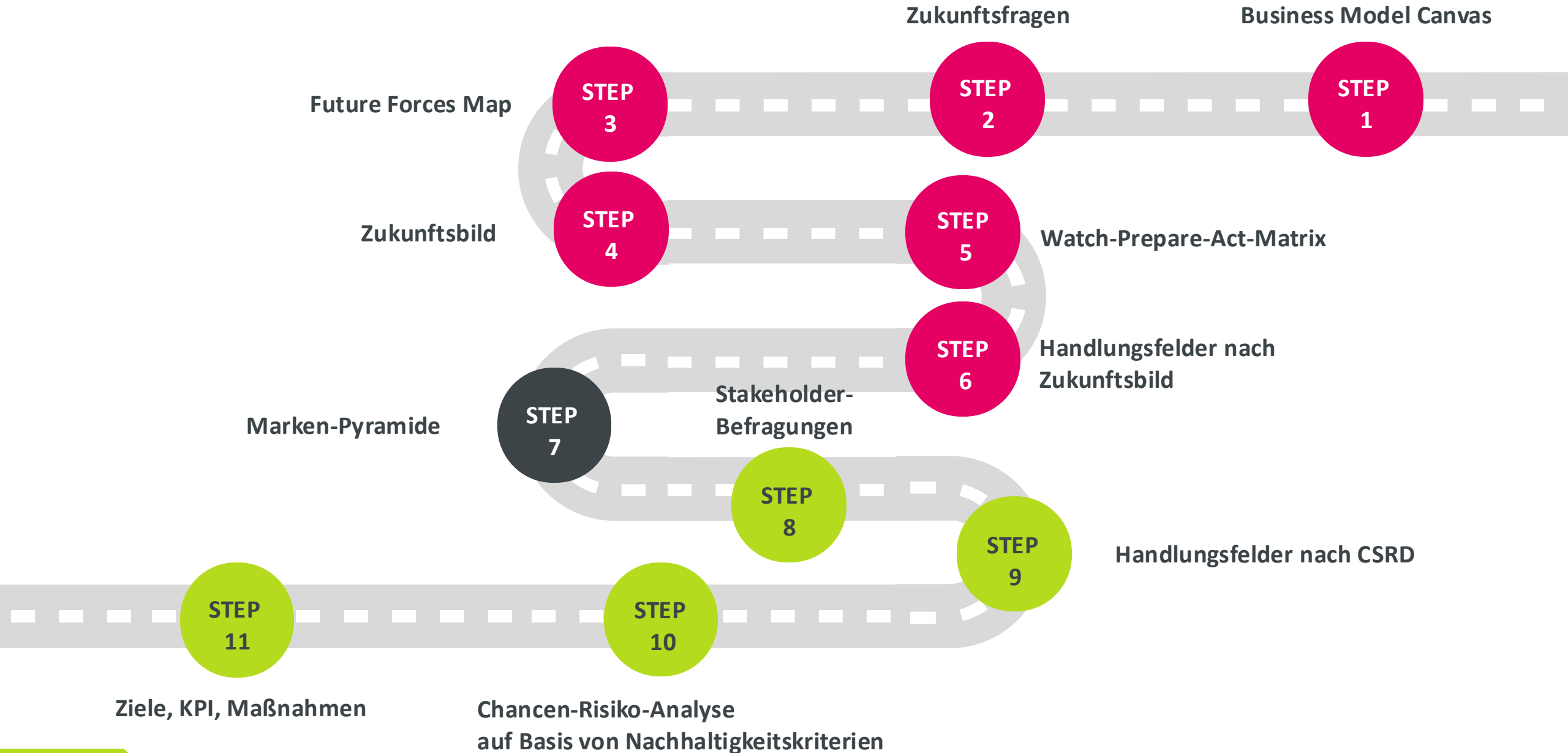
**1. Der Weg zu einer  
Zukunftsstrategie**

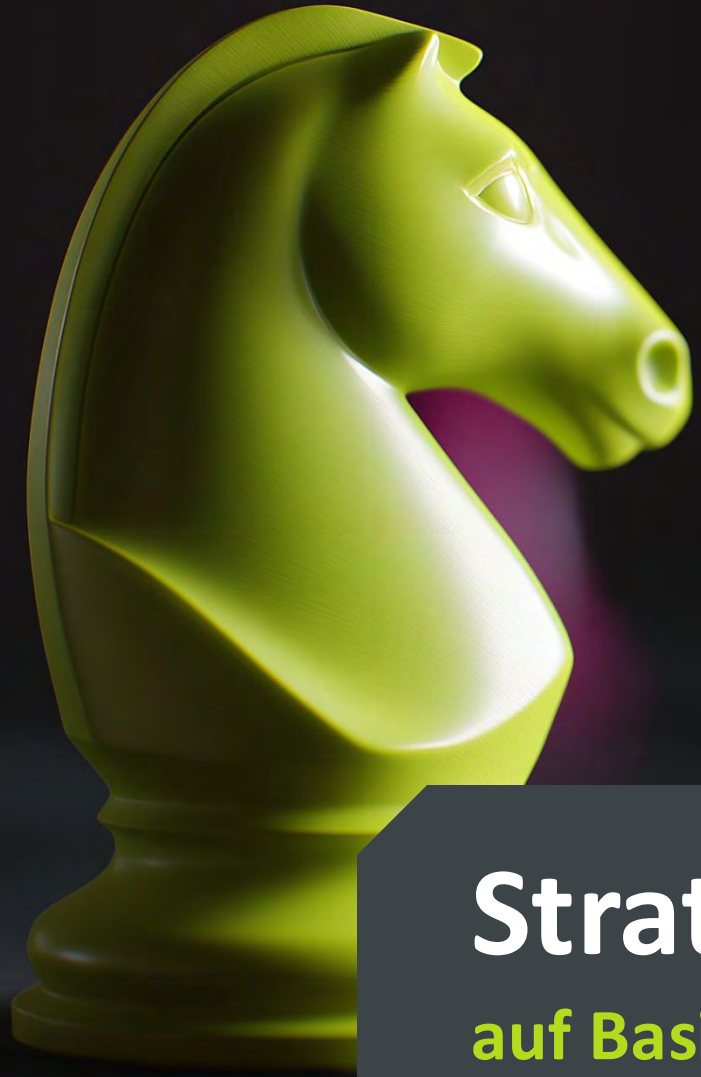
**2. Schaffung einer  
Innovationskultur**



# **1. Der Weg zu einer Zukunftsstrategie**

# Fahrplan zur Zukunftsstrategie



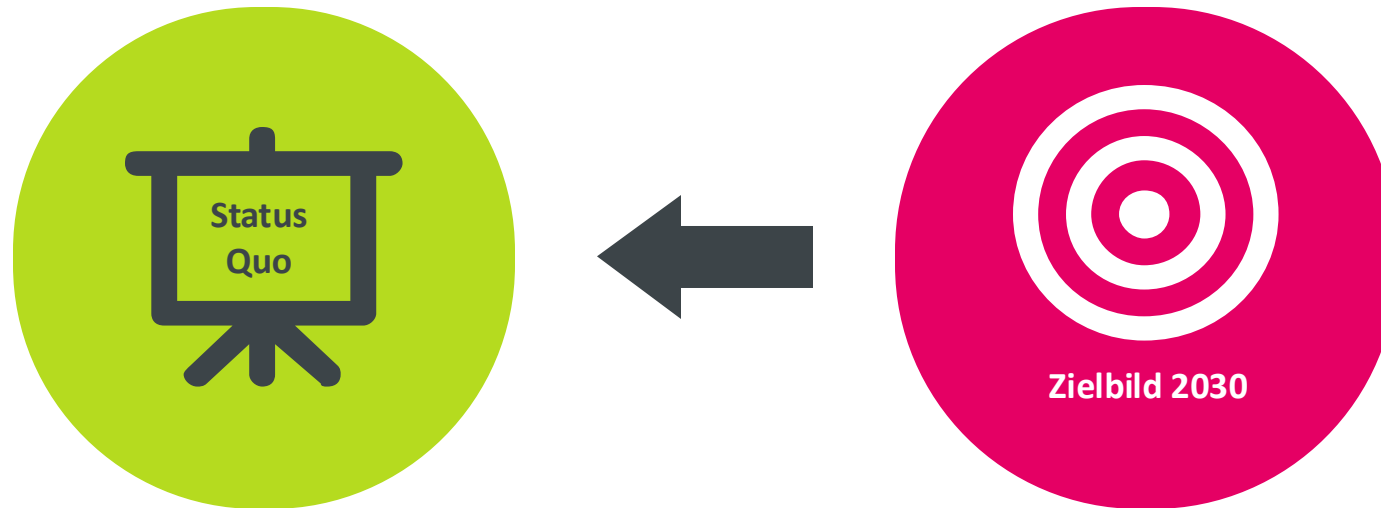


# Strategieentwicklung

auf Basis eines Zukunftsbildes

# Strategieentwicklung

auf Basis eines Zukunftsbildes



# Strategieentwicklung

auf Basis eines Zukunftsbildes

1

Business Model Canvas



2

Zukunftsfragen nach STEEP



# Zukunftsfragen

nach STEEP

# Gesellschaft

- Werden Roboter/KI-Agenten als neue Kollegen akzeptiert sein?
- Wie wird sich die Mediennutzung verändern?
- Wie kommunizieren wir miteinander?



# Technologie

- Setzt sich das Metaverse bis 2030 durch?
- Wie werden 2030 Websites entwickelt?
- Kann KI künftig bedenkenlos für kreative Aufgaben genutzt werden – oder bleiben Urheberrecht und Datenschutz ein Problem?



# Wirtschaft

- Wird es unterschiedliche Wirtschaftsblöcke geben?
- Wird es einen verstärkten EU-Binnenmarkt geben?

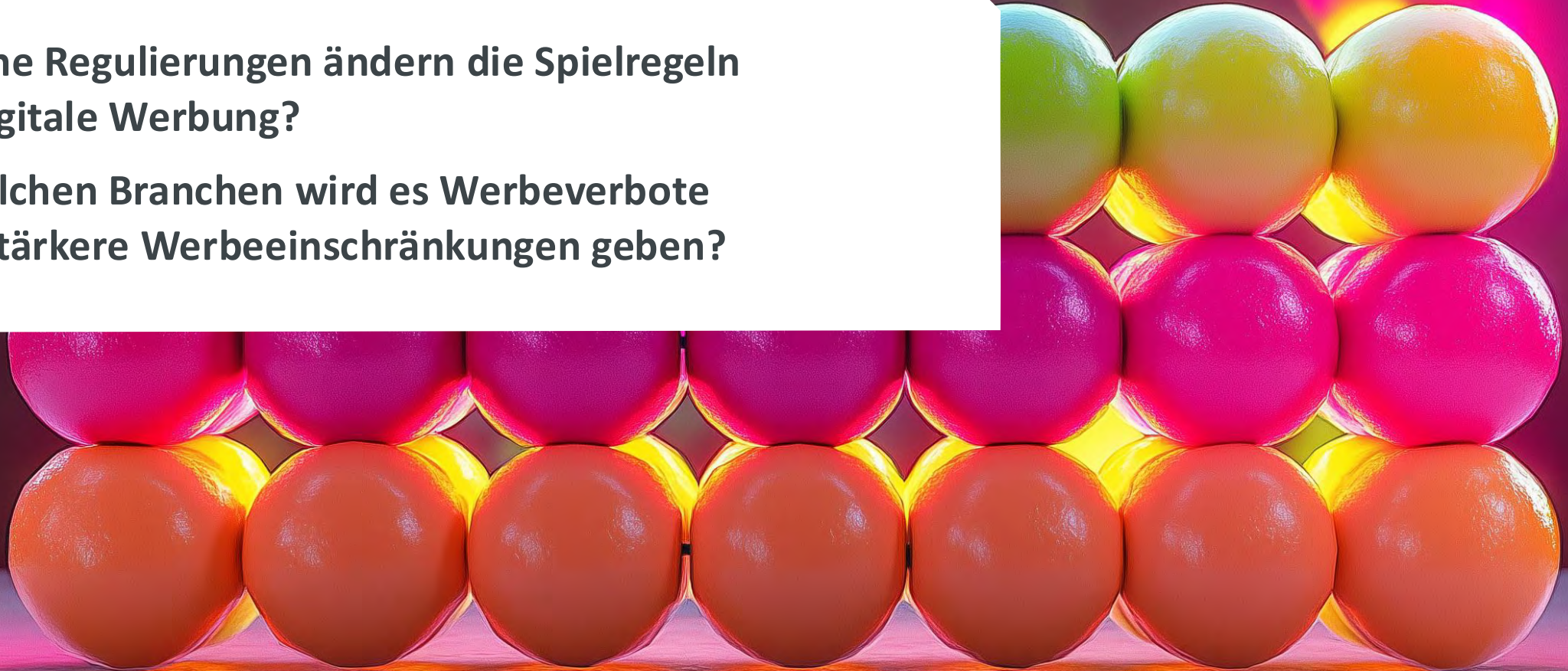
The background of the slide is a close-up photograph of a moss-covered tree stump. A section of the stump has been hollowed out, revealing a dark interior. The moss is a vibrant green, and the wood of the stump is a warm brown. The lighting is soft, highlighting the textures of the moss and wood.

# Umwelt

- **Wie verändert der Fokus auf Kreislauf-wirtschaft und Ressourcenschonung auch die gestalterischen und medialen Formate?**
- **Welche Anforderungen stellen Kunden künftig an CO<sub>2</sub>-Bilanzen von Kommunikationsmaßnahmen?**

# Politik

- Welche Regulierungen ändern die Spielregeln für digitale Werbung?
- In welchen Branchen wird es Werbeverbote und stärkere Werbeeinschränkungen geben?



**Welche Fragen hätten Sie an einen Zeitreisenden aus dem Jahr 2035 mit Bezug zur Branche X/zum Unternehmen Y?**

- | Gesellschaft                                                      |                                                                                      |                                                                      | Technologie                                                                                                           |                                                                                          |                                                                                                            | Wirtschaft                                                       |                                                                                    |                                                                       | Umwelt                                                                |                                                                       |                                                                             | Politik                                                                        |                                                                                               |  |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Werden Roboter/ KI-Agenten als neue Kollegen akzeptiert sein?     | Ist ein Universelles Income durchgesetzt?                                            | Welche Beschäftigten sind für KI relevant?                           | Wird sich das Metaverse bis 2030 durchsetzen?                                                                         | Wie wird TPO3 noch als CMS für die Entwicklung von Webseiten in Deutschland nachgefragt? | Sind wearable AR-Geräte allgegenwärtig?                                                                    | Wird es unterschiedliche Wirtschaftsklassens geben?              | Wie entwickelt sich die Marketing-Budgets unserer Kunden?                          | Wie sieht sich die Zukunft der Wirtschaft aus?                        | Wie sieht sich die Zukunft der Umwelt aus?                            | Wie sieht sich die Zukunft der Politik aus?                           | Welche Regulierungen werden die Spielregeln für digitale Werbung?           | Ist die grundsätzliche politische Stimmung in Europa eher rechts?              |                                                                                               |  |
| Wie sieht der Gegenstand zur KI aus?                              | Hat sich ein Arbeiten im Alter (67+) etabliert?                                      | Wie kommunizieren wir miteinander?                                   | Wird es zukünftig überhaupt noch Wasser geben oder alles durch KI abgetaktet (als ggf. alternativlos) getrunken wird? | In welcher Form wird Content künftig im Webbrowser eingepflegt?                          | Werden wir künftig primär Screen-basierte Devices nutzen?                                                  | Wird KI den Fachbereichsregel auslösen?                          | Wird es einen verstärkten EU-Binnenmarkt geben ("EU first")?                       | Wie sieht sich die Zukunft der Energie aus?                           | Wie sieht sich die Zukunft der Umwelt aus?                            | Wie sieht sich die Zukunft der Politik aus?                           | Wird KI künftig bei politischen Entscheidungen zu Rate gezogen werden?      | Haben sich konservative, autoritäre, rechts-populistische Kräfte durchgesetzt? | Hat die Politik sinnvolle Maßnahmen zur Eindämmung und Integration von Migrationen ergriffen? |  |
| Wie wird sich die Mediennutzung verändern?                        | Welche Werte spielen heute hinsichtlich unserer Arbeit eine Rolle – und welche 2030? | Wie wird die KI auch unsere Gesellschaft beeinflussen?               | Wird es künftig Lebensstile geben, in denen wir keine Technologie einsetzen werden?                                   | Wird KI, analoge Verfahren und Datenverarbeitung sich überlagern?                        | Wird es soziales wie Drogen im Bereich der Technologie auch jenseits des "Frustrierten" (Informant) geben? | Wie sehen sich die Zukunft der Wirtschaft an?                    | Wie wird sich die Rolle der EU in der Weltwirtschaft entwickeln?                   | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Mit welchen gesellschaftlichen Trends sind wir 2030 konfrontiert? | Wie sehen unsere Ways of Working aus?                                                | Sind Inklusion, Diversität und soziale Gerechtigkeit noch ein Thema? | Welche KI-Agenten werden eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                            | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist der Ost-West-Konflikt eher- oder entschärft?                                              |  |
| Wie verändern sich gesellschaftliche Werte und deren Auswirkung?  | Wie können wir gesellschaftliche Debatten frühzeitig erkennen und für uns nutzen?    | Welche Rolle spielen soziale Medien in der Gesellschaft?             | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                               | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                  | Wie werden KI-Agenten eingesetzt (z.B. Chatbots, etc.)?                                                    | Welche traditionellen Agentenmodelle haben überlebt – und warum? | Welche Branchen oder Unternehmen können in den nächsten 10 Jahren gut investieren? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welche Kundengruppen bieten langfristig das größte Potenzial für uns? | Welchen Einfluss haben künftige Bundesregierungen auf den Wirtschaftszweig? | Wie die künftige politische Lage in Deutschland aussieht?                      | Ist                                                                                           |  |

# Strategieentwicklung

auf Basis eines Zukunftsbildes

3

Erarbeitung einer Future Forces Map

## Thematische Sortierung der Fragen

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Sinn, Werte &amp; neue Arbeitskultur</b><br><br>Wie gestalten wir als Kommunikationsagentur sinnstiftende, gesunde Arbeit im Jahr 2030?<br><br>Welche Werte und Bedürfnisse prägen Mitarbeitende und Bewerbende im Jahr 2030?<br><br>Wie hat sich die Arbeitskultur bis 2030 verändert? (Arbeiten im Alter, Purpose, Work-Life-Balance) | <b>2. Gesellschaftlicher Wandel &amp; Erwartungen</b><br><br>Welche Rolle spielen soziale Verantwortung und Haltung im Jahr 2030?<br><br>Welche Erwartungen stellen Menschen an Institutionen, Unternehmen und Marken in 2030?                                                                          | <b>3. Inklusion, Diversität &amp; Gerechtigkeit</b><br><br>Welche Rolle spielen Barrierefreiheit, Inklusion und Marginalisierung für Unternehmenserfolg im Jahr 2030?<br><br>Wie wird soziale und digitale Barrierefreiheit zur Selbstverständlichkeit?<br><br>Bleiben soziale Gerechtigkeit und Gleichstellung zentrale Themen?                                                   | <b>4. Zielgruppen &amp; Konsumverhalten</b><br><br>Wie verändern sich die Bedürfnisse und Kaufkraft der Generationen Z, Alpha & Boomers?<br><br>Wie verändern sich gesellschaftliche Normen, Milieus und Lebensstile bis 2030?                                                                    | <b>5. Agenturmodelle &amp; Organisationsformen</b><br><br>· Welche Agenturformen überleben – Full-Service, hybrid, KI-getrieben?<br><br>· Wie sehen Teams der Zukunft aus (Skills, Outsourcing, Rollen)?<br><br>· Sind Agenturen künftig stärker automatisiert organisiert?              | <b>6. Berufsbilder &amp; Fachkräfte</b><br><br>Welche Berufsbilder verschwinden oder entstehen durch KI & Tech?<br><br>Wie verändert sich der Fachkräftemarkt bis 2030?<br><br>Welche Skills und Profile sind zukünftig entscheidend?                                                                |
| <b>7. Employer Branding &amp; Unternehmenskultur</b><br><br>Wie gelingt glaubwürdiges Employer Branding mit Haltung?<br><br>Welche Unternehmens-Kultur spricht Talente und Fachkräfte in 2030 an?<br><br>Welche Form von Interner Kommunikation und Beteiligung ist 2030 zukunftsfähig?                                                       | <b>8. Künstliche Intelligenz als Gamechanger</b><br><br>Wie verändert KI die Arbeit, Kreativität und Prozesse bis 2030?<br><br>Werden KI-Agenten als Kolleg*innen akzeptiert?<br><br>Welche, ökonomischen, ökologischen, ethischen, urheberrechtlichen und rechtlichen Grenzen hat der KI-Einsatz 2030? | <b>9. Technologischer Fortschritt &amp; Verantwortung</b><br><br>Welche Rolle spielen Technologien wie Blockchain, Robotik oder Automation in der Komm.-branche?<br><br>In welchen Bereichen setzen wir bewusst keine Technologie ein?<br><br>Wie gehen wir mit unethischen Konsequenzen von Tech um?<br><br>Welche Interfaces prägen den Alltag – Monitore, Wearables, Metaverse? | <b>10. Medien</b><br><br>Wie entwickelt sich die digitale Präsenz von Unternehmen bis 2030?<br><br>Welche Mediengattungen gewinnen bis 2030 an Bedeutung, und welche nehmen ab?<br><br>Wie sieht Social Media oder Voice-first-Kommunikation in 2030 aus? Welche Plattformen sind relevant?       | <b>11. Tools, Workflows &amp; Zusammenarbeit</b><br><br>· Welche Tools nutzen Agenturen (Design, Beratung, Entwicklung)?<br><br>· Wie verändern sich Prozesse, Methoden und Zusammenarbeit?<br><br>· Welche Rolle spielen Automation, KI-Assistenz und Remote-Tools?                     | <b>12. Datenschutz, Sicherheit &amp; Urheberrecht</b><br><br>Wie verändert sich Datenschutz im digitalen Raum?<br><br>Welche (Sicherheits-)Maßnahmen braucht es gegen Cyberangriffe in Techsysteme und Komm-Plattformen bis 2030?<br><br>· Gibt es neue Regeln für Urhebernennung und Transparenz?   |
| <b>13. Wirtschaftliche Steuerung &amp; KPIs</b><br><br>Welche KPIs werden zur strategischen Steuerung von Unternehmen zentral?<br><br>Wie verändert sich wirtschaftlicher Erfolg durch neue Geschäftsmodelle?<br><br>In welcher Balance steht künftig Effizienz zu Kreativität bzw. Qualität?                                                 | <b>14. Geopolitik, Krisen &amp; Rahmenbedingungen</b><br><br>Welche geopolitischen Krisen beeinflussen unsere Märkte?<br><br>Wie entwickelt sich die Rolle der EU im globalen Wettbewerb?<br><br>Wird Deglobalisierung/„EU first“ Realität bis 2030?                                                    | <b>15. Kundenerwartungen &amp; Branchenpotenziale</b><br><br>Welche Kundengruppen und Branchen wachsen oder schrumpfen bis 2030?<br><br>Welche DL-Erwartungen haben Kunden an Agenturen und Kommunikation im Jahr 2030?                                                                                                                                                            | <b>16. Nachhaltigkeit in Markenführung &amp; Kommunikation</b><br><br>· Wie sieht glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation ohne Greenwashing aus?<br><br>Wird Purpose-Marketing ein Vorteil oder ein ökonomischer Nachteil?<br><br>· Wie sehr wird Nachhaltigkeit Teil von Markenwert und Pitch? | <b>17. Ressourcen, Produktion &amp; Lieferketten</b><br><br>· Welche Auswirkungen hat der Klimawandel auf Märkte und Lieferketten?<br><br>· Welche Anforderungen stellen Kund*innen an CO <sub>2</sub> -Bilanzen?<br><br>· Wird Kreislaufwirtschaft zur gestalterischen Herausforderung? | <b>18. Energiewende &amp; Technologiekosten</b><br><br>· Können erneuerbare Energien den steigenden Energiebedarf durch KI decken?<br><br>· Welche Energieträger (Wasserstoff, Strommix) setzen sich durch?<br><br>· Ist technologischer Ressourcenverbrauch (z. B. bei KI-Einsatz) noch vertretbar? |

Für jedes identifizierte Thema eine Karte beschriften.

| MA                     | Kunden       | GF                | Mktz    | IHK     |
|------------------------|--------------|-------------------|---------|---------|
| Google                 | Zukunft      | Google            | TopJobs |         |
| Google                 | EU           | Wine              |         | CAU     |
|                        |              |                   | TopJobs | PH Kiel |
| Univis                 | Tafelberg    | GWA               | Frei    |         |
| M & A                  | IPW          |                   | BS      |         |
| ERG                    | Club of Rome | EU AI Act         |         |         |
| +                      |              | Software-Beratung |         |         |
| Qualitäts-<br>Diensten | DMR          |                   |         |         |
|                        |              |                   |         |         |
|                        |              |                   |         |         |
| CBS                    |              |                   |         |         |

# Strategieentwicklung

auf Basis eines Zukunftsbildes

4

Erarbeitung des Zukunftsbilder

# Priorisierung der Themen für das Zukunftsbild

## Hohe Relevanz

*Diese Themen sind für das Geschäftsmodell hochgradig relevant und müssen unbedingt im näher betrachtet werden.*

## Mittlere Relevanz

Geopolitik  
Rahmenbedingungen

*Diese Themen sind für das Geschäftsmodell z.T. relevant und sollte näher betrachtet werden, allerdings mit geringerer Priorität.*

## Geringe Relevanz

Energiewende und  
Technologiekosten

Ressourcen,  
Produktion  
und  
Lieferketten

*Diese Themen sind für das Geschäftsmodell weniger relevant und ihre Zukunft muss daher nicht näher betrachtet werden.*

*Hier Themen aus dem inneren Kreis der Future Forces Map kopieren und einfügen.*

# Zukunftsbild: Dokumentation von Zukunftshypothesen

## Kriterien für gute Hypothesen

- Zeithorizont wird angegeben
- Messbar und konkret
- Veränderung sichtbar (d.h. nicht zu viel „bleibt“, „weiterhin“)
- z.T. auch disruptive Hypothesen
- (Begründung)/(Triebkraft)
- (Implikation für meine Branche)

## Quellen für Hypothesen

Mitschreiben im Big Picture 2035-Mentoring

Notizen zu den Aufzeichnungen der Mentorings auf Skool

Future Forces Blog

Trendanalyse

Future AI

## Themensammlung

Hier Themen mit hoher und mittlerer Relevanz einfügen. Wenn ein Theme zwischen mittlerer und geringer Relevanz schwankt, fügen Sie es nicht hier ein.

|                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>Medien</div> <div>Welche Medienleistungen gewinnen bis 2030 an Bedeutung, und welche nehmen ab?</div> <div>Wie entwickelt sich die digitale Präsenz von Unternehmen bis 2030?</div>                   | <div>Gesellschaftlicher Wandel</div> <div>Gesellschaftliche Werte und Normen: Welche Rolle spielen soziale Verantwortung und Haltung im Jahr 2030?</div> <div>Welche Erwartungen stellen Menschen an Institutionen, Unternehmen und Marken in 2030?</div> | <div>KI als Gamechanger</div> <div>Welche, ökonomischen, ökologischen, ethischen, unethischen Grenzen hat der KI-Einsatz 2030?</div>                                                                                                                                                                       | <div>Tools und Kompetenzen</div> <div>Welche Tools und Kompetenzen müssen Werbegeneratoren im Jahr 2030 haben?</div> <div>Auf welcher technologischen Basis werden im Jahr 2030 Websites erstellt werden?</div> |
| <div>Employer Branding</div> <div>Welche Form von Interner Kommunikation und Beteiligung ist 2030 zukunftsfähig?</div> <div>Welche Unternehmens-Kultur spricht Talente und Fachkräfte in 2030 an?</div>    | <div>Technologie</div> <div>Welche (neuen) Interfaces prägen 2030 den Alltag in der Kommunikation?</div> <div>Wie verändert Technologie die Kommunikation von 2030?</div>                                                                                 | <div>Inklusion und Barrierefreiheit</div> <div>Welche Rolle spielen Barrierefreiheit, Inklusion und Integration für Unternehmenserfolg im Jahr 2030?</div>                                                                                                                                                 | <div>Datenschutz &amp; IT-Sicherheit</div> <div>Welche Bedeutung hat der Datenschutz in Deutschland im Jahr 2030?</div>                                                                                         |
| <div>Dienstleistungen</div> <div>Welche Dienstleistungen haben Kunden an Agenturen und Kommunikation im Jahr 2030?</div> <div>Welche Nutzenversprechen sollte eine Werbeagentur im Jahr 2030 bieten?</div> | <div>Markte</div> <div>Welche Kundengruppen und Branchen wachsen oder schrumpfen bis 2030?</div> <div>Wie verändern sich gesellschaftliche Normen, Milieus und Lebensstile bis 2030?</div> <div>Wie verändert sich der Fachkräftemarkt bis 2030?</div>    | <div>Arbeitskultur</div> <div>Wie hat sich die Arbeitskultur bis 2030 verändert? (Arbeiten im Alter, Purpose, Work-Life-Balance)</div> <div>Welche Werte und Bedürfnisse prägen Mitarbeitende im Jahr 2030?</div> <div>Wie gestalten wir als Kommunikations-gegründete, gesunde Arbeit im Jahr 2030?</div> | <div>Management</div> <div>Welche KPIs werden zur strategischen Steuerung von Unternehmen zentral?</div>                                                                                                        |

# Strategieentwicklung

auf Basis eines Zukunftsbildes

5

Erarbeitung der  
Watch-Prepare-Act-Matrix

# Einordnung in die Watch-Prepare-Act-Matrix



## Watch

Diese Entwicklungen sind zu beobachten. Es existiert noch kein Handlungsbedarf.

## Prepare

Auf diese Entwicklungen muss man sich jetzt vorbereiten.

## Act

Bei diesen Entwicklungen besteht sofortiger, unmittelbarer Handlungsbedarf.

6

Handlungsfelder nach Zukunftsbild

# Einordnung in die Chancen-Risiken-Matrix



Fragen in die Zukunft

# **Thesen, die Marketing, Gesellschaft, Technologie, Ökologie, Politik und Wirtschaft für 2030 beschreiben**

Ableitungen für Strategie 2030

These

# Strategische Rolle der Kommunikation

Kommunikation entwickelt sich zum strategischen Partner, der nicht nur Botschaften verbreitet, sondern aktiv zum Geschäftswachstum und zu Entscheidungen beiträgt.

Strategie 2030: Ausbau Strategiekompetenz intern und durch Kooperationen

These

## Veränderte Arbeitsrollen

KI übernimmt Routinetätigkeiten und verschiebt menschliche Arbeit hin zu Strategie, Kreativität und komplexer Problemlösung. Kontinuierliches Upskilling wird notwendig, um neue Rollen auszufüllen.

Strategie 2030: Alle Mitarbeiter\*innen setzen in ihren Bereichen sinnvoll KI-Tools ein.

These

## Werte, Balance & Gesundheit

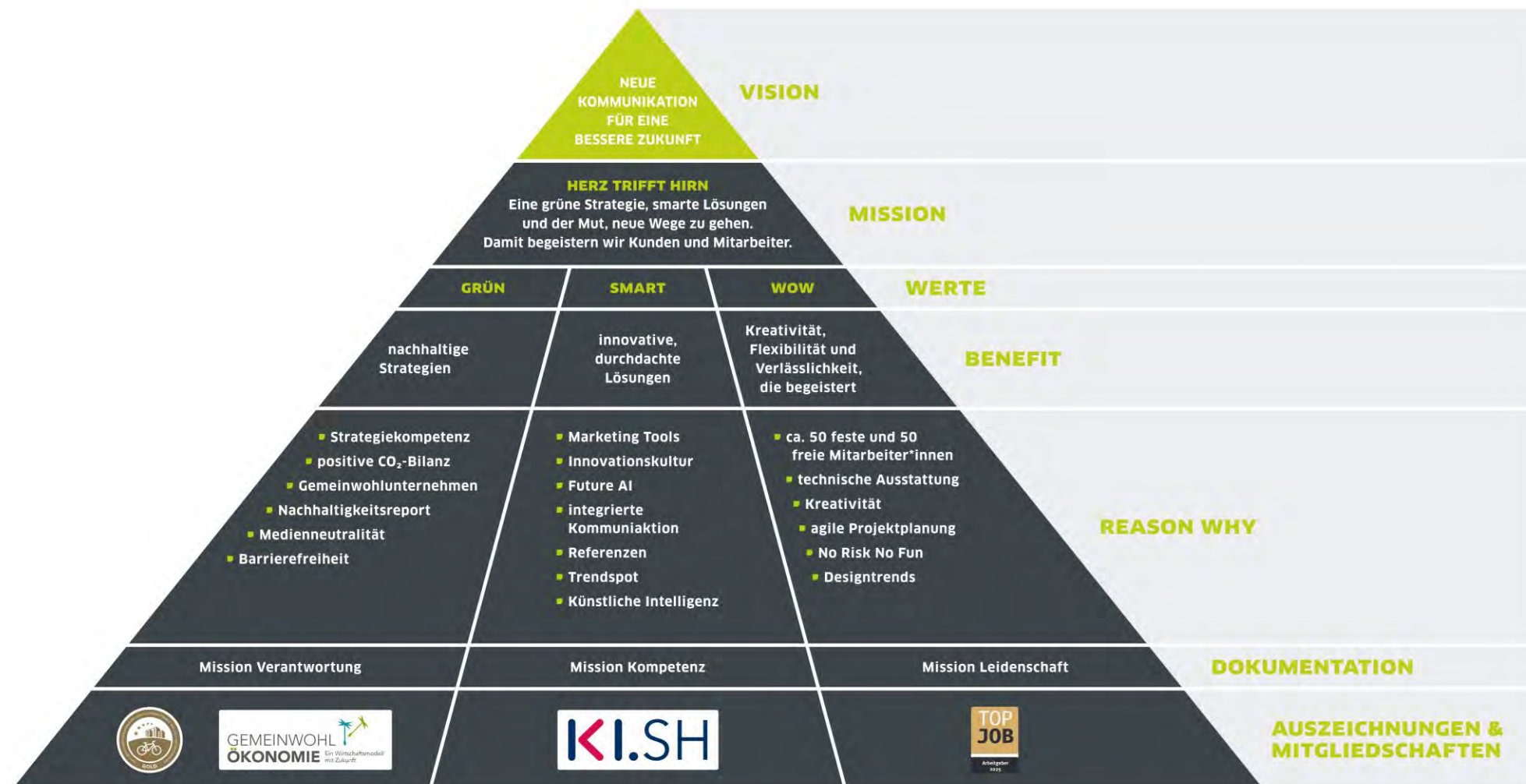
Work-Life-Balance, mentale Gesundheit und Sinnhaftigkeit der Arbeit werden zu Schlüsselkriterien für Arbeitgeberattraktivität. Unternehmen, die hier investieren, binden und gewinnen Talente.

Strategie 2030: NC hält seinen Standard – NC vermittelt eigene Arbeitgeber-Kompetenzen bei unseren Kunden.

7

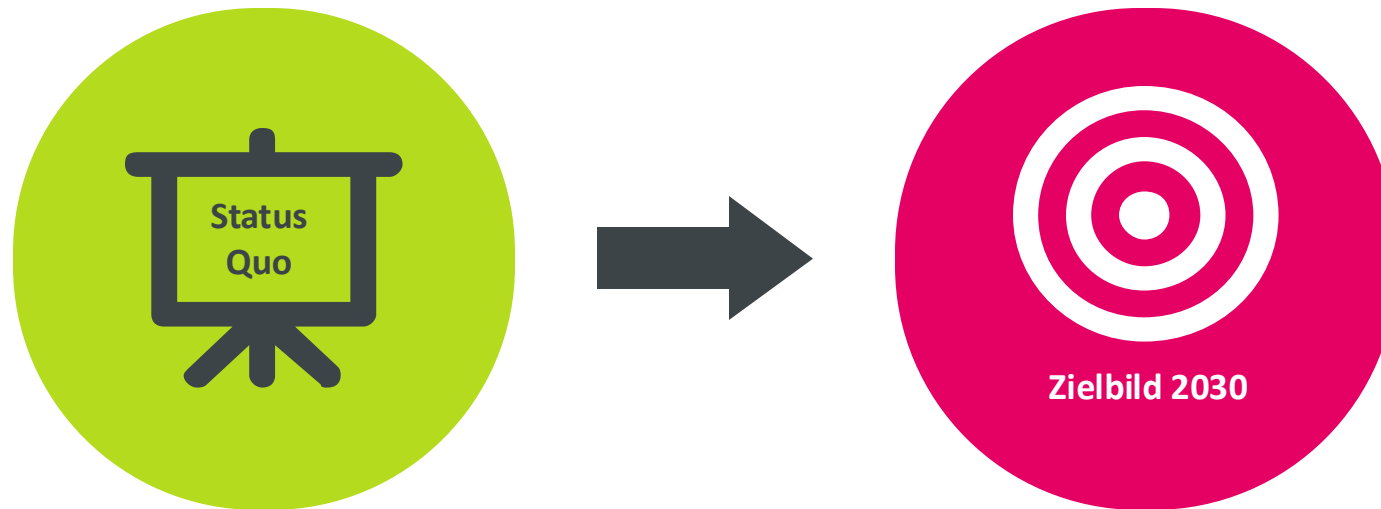
Erarbeitung der Marken-Pyramide

## NEW COMMUNICATION MARKENPYRAMIDE





# Nachhaltigkeitsstrategie



# Strategieentwicklung

auf Basis von Nachhaltigkeitskriterien

8

Stakeholder-Befragung

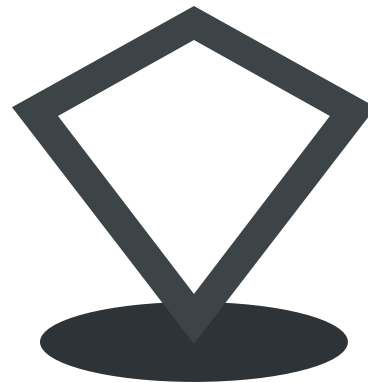
# Stakeholder

Strategie 2030



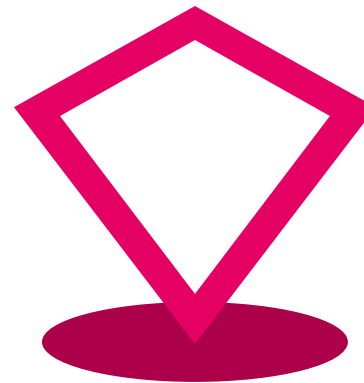
## Mitarbeiter\*innen

Betriebsklima, Motivation, faire  
Bezahlung



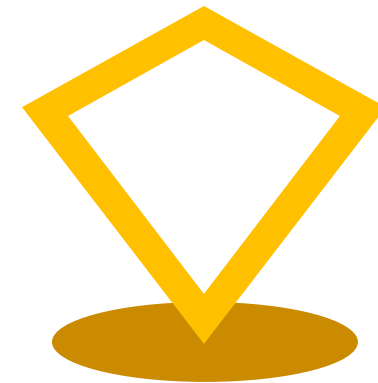
## Geschäftsführung

Strategische Ausrichtung,  
Nachhaltigkeits-Bilanz



## Kunden

Dienstleistungen,  
Kreativität, Kompetenz



## Gesellschafter\*innen

stabile Geldeinlagen,  
verlässliche Verzinsung

# Stakeholder

Strategie 2030



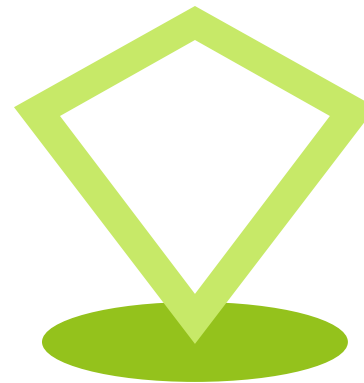
## Dienstleister & freie MA

faire Bezahlung  
gemeinsame Projekte  
neue Dienstleistungen



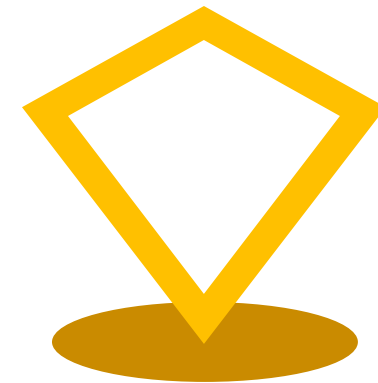
## Banken

Eigenkapitalquote,  
Kapitaldienstfähigkeit



## Kooperationspartner

Synergiepotenziale,  
gemeinsame Projekte  
neue Dienstleistungen



## Future AI

Veränderungen in der Zukunft

# Strategieentwicklung

auf Basis von Nachhaltigkeitskriterien

8

Handlungsfelder nach CSRD

A 5x5 grid of squares on a dark background. The grid is composed of 25 squares. Some squares are highlighted in green (bottom-left 3x3 area) and some in red (top-right 3x3 area). Small glass spheres are placed on some of the highlighted squares. Lines connect the spheres, forming a path across the grid. The text 'Handlungsfelder nach CSRD' is overlaid on the bottom right of the grid.

# Handlungsfelder nach CSRD

## Wertschöpfungskette von New Communication



# ESRS-Standards legen Themenfelder fest

| Querschnittsstandards                             |                                                  |                             |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------|
| ESRS 1 Allgemeine Anforderungen                   |                                                  |                             |
| ESRS 2 Allgemeine Angaben *                       |                                                  | * Pflichtstandard           |
| Umwelt                                            | Soziales                                         | Unternehmensführung         |
| ESRS E1 Klimawandel                               | ESRS S1 Eigene Belegschaft                       | ESRS G1 Unternehmenspolitik |
| ESRS E2 Umweltverschmutzung                       | ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette |                             |
| ESRS E3 Wasser- und Meeresressourcen              | ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften                |                             |
| ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme       | ESRS S4 Verbraucher und Endnutzer                |                             |
| ESRS E5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft |                                                  |                             |

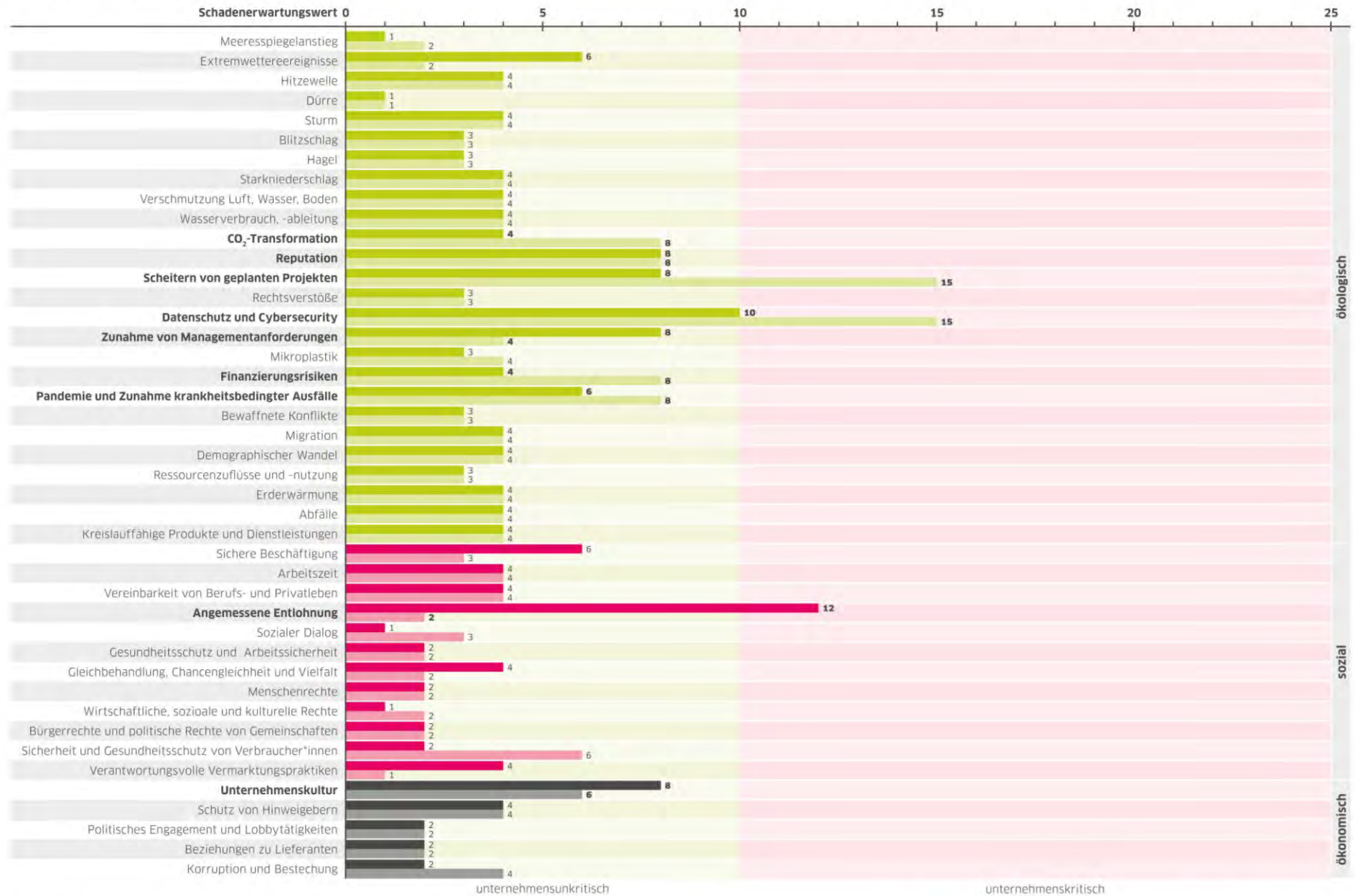
# Strategieentwicklung

auf Basis von Nachhaltigkeitskriterien

9

Handlungsfelder auf Basis einer Chancen–  
Risiken-Betrachtung von Nachhaltungskriterien

# Risiko-Chancen-Analyse Strategie 2030



**Nicht relevant:** Biodiversität, Kältewelle, Besorgniserregende Stoffe, Meeresressourcen, Ökosystemverlust, Rechte indigener Völker, Tierschutz

ökologisch intern  
ökologisch extern

sozial intern  
sozial extern

ökonomisch intern  
ökonomisch extern

10

Festlegung der Handlungsfelder

# Entwicklung von Handlungsfeldern

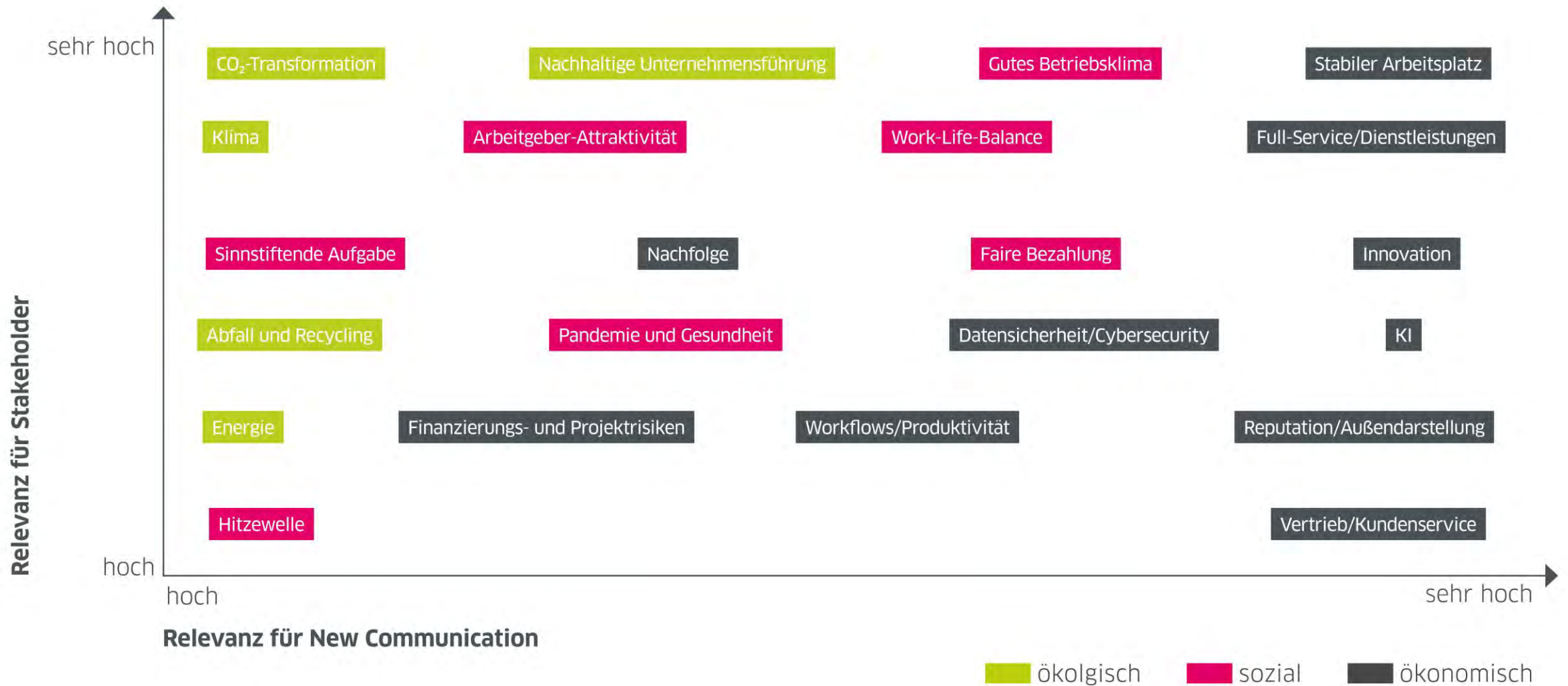


Handlungsfelder  
aus dem  
Zukunftsbild

Handlungsfelder  
aus der  
Stakeholder-  
Befragung

Handlungsfelder  
nach CSRD

# Wesentlichkeitsmatrix Handlungsfelder



11

Ziele, Maßnahmen und KPI

# Handlungsfeld

## Gutes Betriebsklima

- Das Betriebsklima bei New Communication ist von Vertrauen, Respekt, Spaß und Hilfsbereitschaft geprägt.
- Motivation in und Identifikation mit der Agentur sind durchgehend sehr hoch.

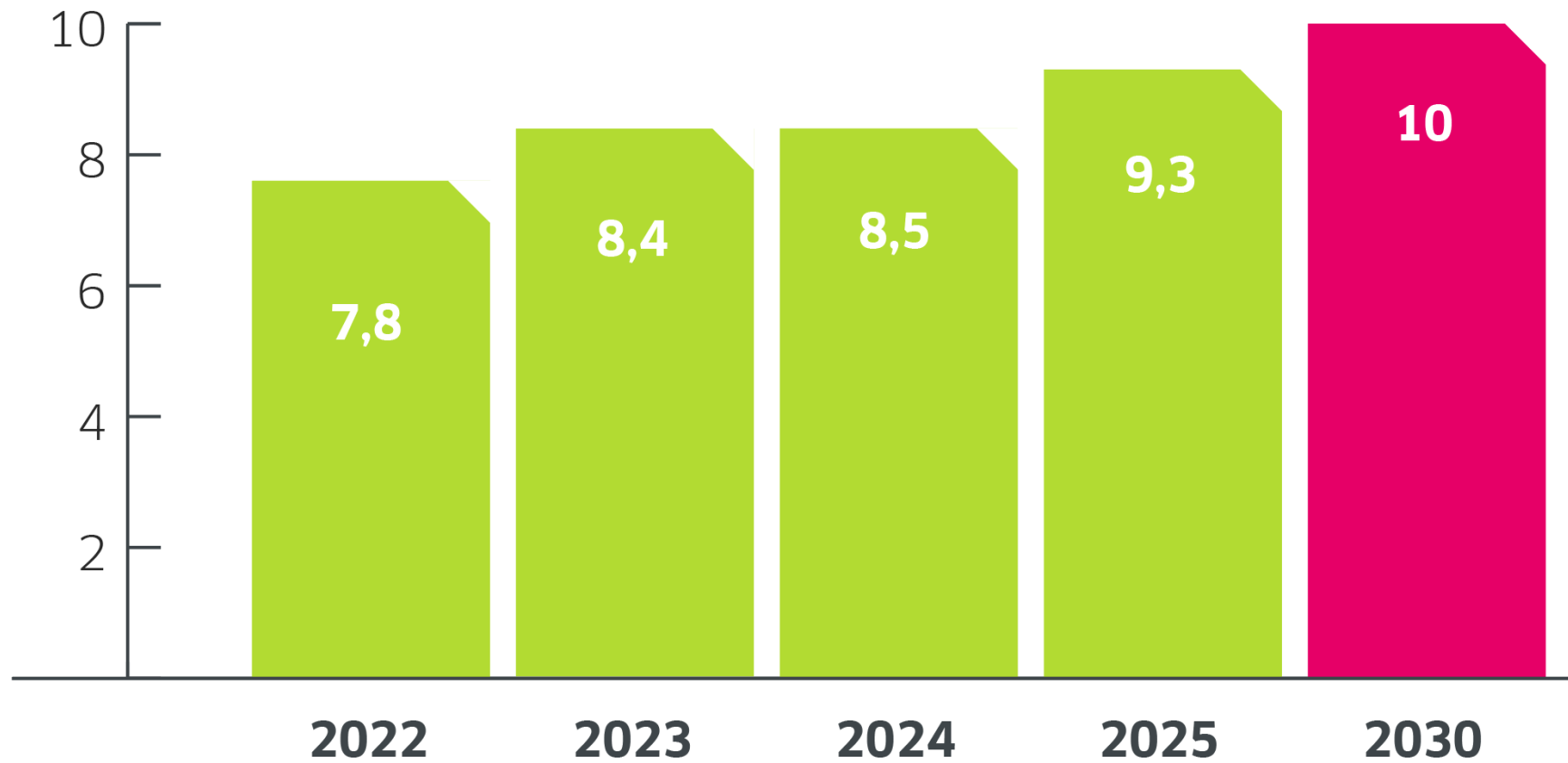
KPI: MA-Zufriedenheit, Fluktuationsquote und Betriebszugehörigkeit

# Maßnahmen

- No-Risk-No-Fun
- regelmäßiges Grillen/BBQ
- Fun-Aktion pro Quartal
- Mehr Feedbackgespräche insbesondere bei Azubis
- Green-Team-Aktionen
- Family-and-Friends (2026)
- XMas-Feier



## Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren

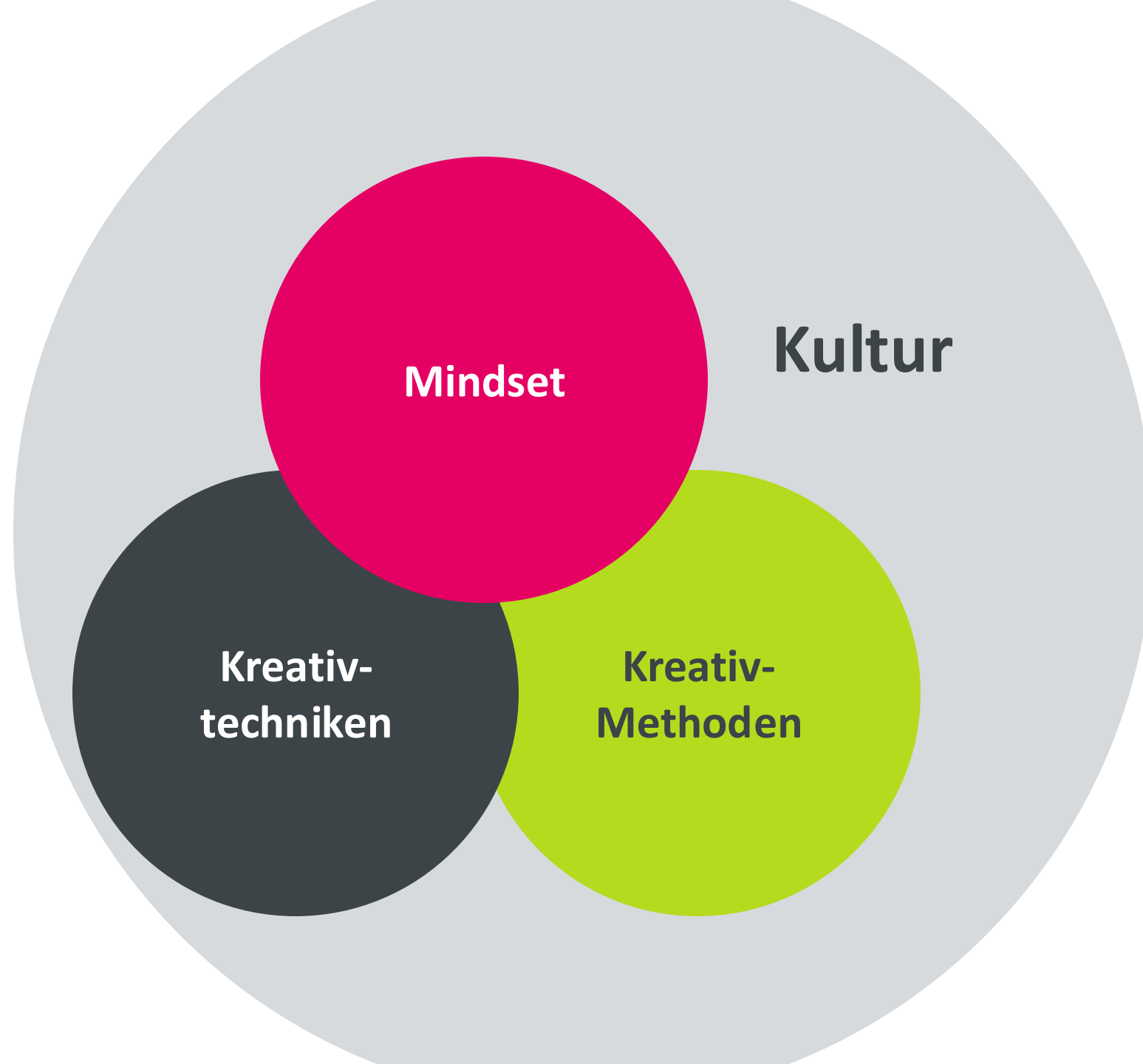


The background is a vibrant, abstract composition. It features a central, flowing, wavy shape in shades of lime green and yellow, which appears to be made of a thick, glossy liquid. This central shape is set against a background of deep magenta and purple. Numerous small, clear bubbles are scattered throughout the image, particularly concentrated in the upper and lower portions. The overall effect is one of dynamic movement and high contrast between the colors.

# Kreative Lösungsfindung



## **2. Schaffung einer Innovationskultur**



An abstract, artistic image featuring a human face in profile, rendered in a dark, textured style. The face is partially obscured by vibrant, swirling smoke or ink in shades of magenta, pink, and grey. The background is a deep, dark blue-grey. A semi-transparent dark grey rectangular box is positioned in the lower right, containing the text 'Kreatives Mindset' in white.

# Kreatives Mindset

Stimuli

**Inhibitoren**

Stimuli

# Kreative Persönlichkeit:

Mit allen Sinnen denken

Ausgeprägte Neugierde

Kopfkino

Gespannte Aufmerksamkeit

Ausdauernd

Problemsensitiv

Humorvoll

Lösungsorientiert

Teamfähig

Originell

Mutig



Inhibitoren

# Kreativitäts- killer

Schere im Kopf (Fixierung)

Zeitdruck

Killerphrasen

Mangelndes Selbstvertrauen

Geringe Ansprüche

Komfortzone

Kritik

Hierarchien

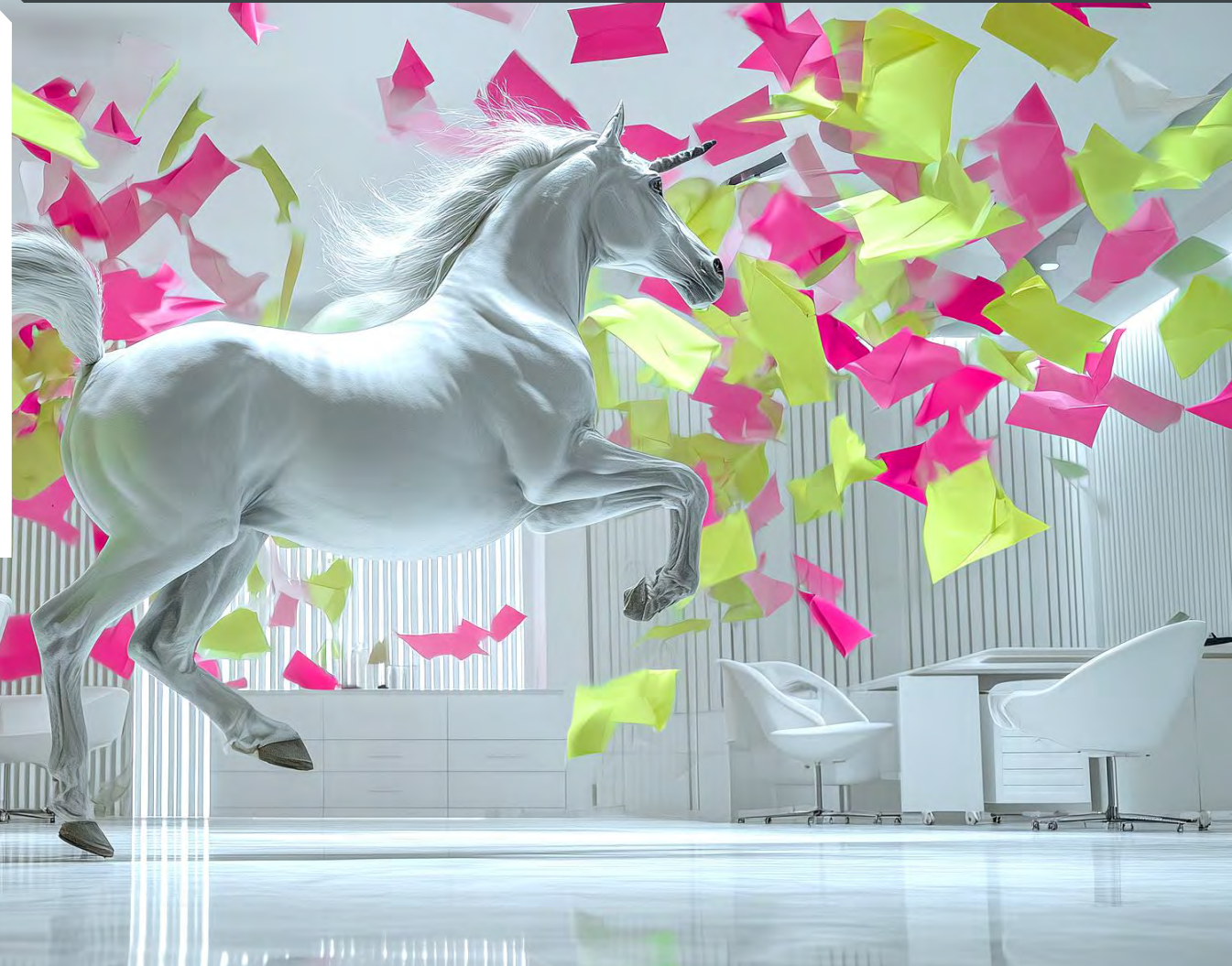
# Rahmenbedingungen

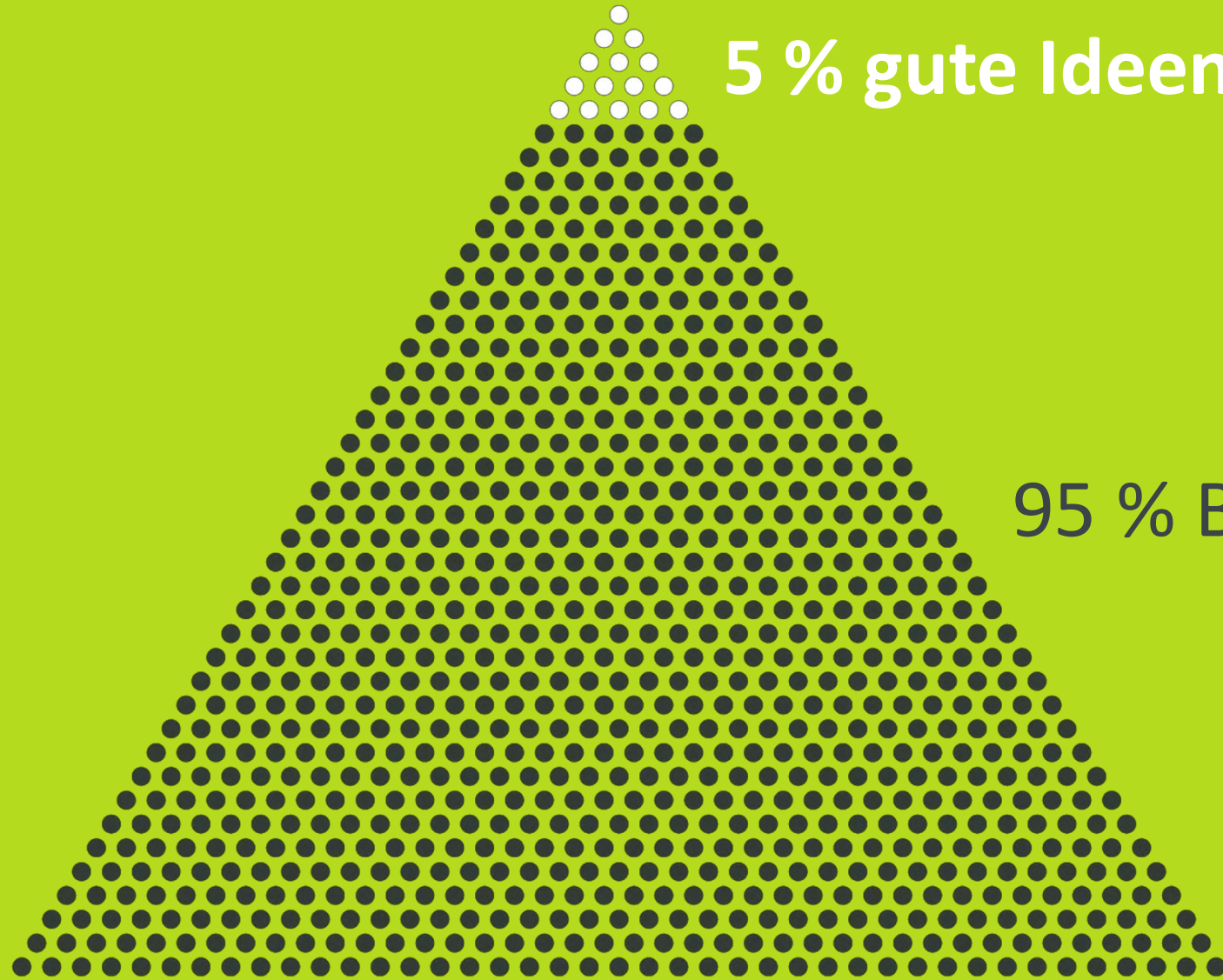
- **Kreativsein ist Arbeit**
- **Festlegung geeigneter Kreativ-Methode**
- **Ruhige, ungestörte Atmosphäre**
- **Überschaubare Gruppengröße (max. 5 P)**
- **Festes Zeitbudget**
- **Spielregeln**
- **Briefing**
- **Festlegung kreativer Filterfragen**
- **Geeignete kreative Fragestellung**
- **Einsatz von Kreativitätstechniken**
- **Definition eines Auswahlverfahrens**



# Spielregeln

- Jeder Gedanke zählt (BSB-Theorem)
- Keine Tabus
- Höchste Verschwiegenheit
- Keine Kritik oder Wertungen
- Mit allen Sinnen denken
- Kurz und Knapp





5 % gute Ideen

95 % Bullshit

# Innovationskultur

- Raum und Zeit für Ideen
- Ergebnisoffenheit
- Kommunikation und Austausch
- Fehlerkultur
- Lernkultur



# Management

- Kreative Freiheit ist nicht unendlich:  
wirtschaftliche Grenzen
- Große Projekte in Kleine aufteilen
- Meilensteine definieren
- Zeitpläne machen
- Ressourcen einplanen



A vertical stack of eight rectangular stones, each a different color (red, orange, yellow, green, blue, purple, pink, and red from top to bottom), sits on a dark, rocky shore. The background is a vibrant sunset or sunrise sky with soft, colorful clouds in shades of orange, yellow, and blue. The water in the foreground is dark and calm.

**Innovationsformate**



**Impulsmeeting**



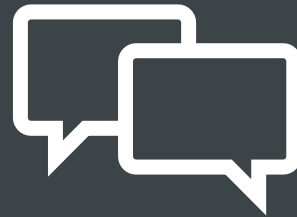
**Innovationstage**



**Innovationsprojekt**



**Kreativ-Onboarding**



**Kreativ-Channel**



**Future Monitoring**

**„Nur wer sich mit der Zukunft  
auseinandersetzt, wird eine haben.“**

**Sören Mohr, New Communication (2000)**



# Folge uns auf:



@new\_communication\_kiel



/newcommunication



New Communication  
GmbH & Co. KG



@NewCommunicationKiel



@nc.crew

# Innovative Antworten:

