

FMG-FutureMarkets-Radar

FMG-FutureMarkets-Radar ist das Lösungsprogramm der FMG zur Früherkennung von Zukunftsmärkten. Es ist in der Wirkung eine "Zukunftsmarkt-Früherkennungs-Maschine" mit der Vorstände, Geschäftsführer, Innovationsmanager und Zukunftsmanager mit uns und durch uns die Zukunft nach Erfolg versprechenden Zukunftsmärkten abscannen (lassen).

Die grundlegenden Arbeitsphasen im FMG-FutureMarkets-Radar:

1. Suchfeld-Bestimmung

Damit Ihre Suche nach Zukunftsmärkten nicht, wie oft üblich, orientierungslos, endlos und letztlich ergebnislos wird, bestimmen wir zu Beginn gemeinsam die für Sie richtigen Zukunftsmärkte-Fragen.

2. Zukunfts-Radar

Märkte wandeln sich und Zukunftsmärkte vergehen und entstehen, weil sich die Verhältnisse in Natur, Technologie, Gesellschaft, Wirtschaft und Politik verändern. Die für Ihre Zukunftsmärkte-Fragen relevanten Trends, Technologien und Themen der Zukunft ermitteln wir aus unserem **FutureNet** und mit gezielter Recherche. Für die Früherkennung von Zukunftsmärkten sind zwei Arten von Zukunftsfaktoren wichtig:

1. Zukunftsfaktoren in Natur, Gesellschaft, Wirtschaft und Politik, die in der Zukunft den Bedarf der Endkunden und Ihrer direkten Kunden verändern. Beispiele sind Klimawandel, Feminisierung, Entrepreneurisierung, Flexibilisierung, Globalisierung.
2. Zukunftsfaktoren in Technologie und Wissenschaft, die in Zukunft die Prozess und Methoden sowie die Produkte, Leistungen und Lösungen verändern. Beispiele sind Nanotechnologien, Dematerialisierung, Informatisierung, Mikrosystemtechnik, Robotik oder die Neurotechnologien.

3. Analytische Früherkennung

Mit einem spezifischen Mix analytischer Methoden identifizieren wir systematisch die in den Trends, Technologien und Themen liegenden Zukunftsmärkte. Darüber hinaus identifizieren wir Zukunftsmärkte unter anderem durch Szenarien, Empathie-Methoden, Morphologische Methoden sowie aus Anregungen Ihrer Führungskräfte und Mitarbeiter.

4. Kreative Früherkennung

Die nur jenseits der Analytik und der Trends erkennbaren Zukunftsmärkte identifizieren wir mit effektiven Kreativmethoden. Hierzu setzen wir in erste Linie unsere eigenen Methoden ein, die speziell der Früherkennung von Zukunftsmärkten dienen, so etwa unsere Meta-Chancen. Klassische Kreativmethoden sind dafür meist ungeeignet.

5. Zukunftsmärkte-Bewertung

Ihre identifizierten Zukunftsmärkte, meist sind es zwischen 50 und 200, bewerten wir nach mehreren gemeinsam gewählten Kriterien. So stellen wir sicher, dass Sie sich nur noch mit aussichtsreichen Zukunftsmärkten beschäftigen.

6. Grobkonzept der Zukunftsmärkte

Für die fünf bis zehn am höchsten bewerteten Zukunftsmärkte erstellen wir Grobkonzepte, in denen wir klar beschreiben, was genau die Lösung (Produkt und/oder Dienstleistung) ist, für wen sie erbracht wird, welche konkreten Probleme sie löst und was das Besondere ist.