

„Die Zukunft wird gut, wenn das Ziel gut ist“

Das Buch „Future Builders“ zeigt anhand von Unternehmen – zum Beispiel dm, Rügenwalder Mühle oder Allianz –, wie Menschen und Unternehmen neue Ideen entwickeln und die Zukunft selbst in die Hand nehmen. Die Autoren Inga Bergen und Manuel Recker verbinden Praxis mit Methoden und Werkzeugen, die helfen, Veränderungen anzustoßen und Innovationen umzusetzen. Im Mittelpunkt steht die Botschaft, Zukunft nicht als Bedrohung zu betrachten, sondern als etwas, das sich aktiv mitgestalten lässt.

Inga, Manuel, wie habt ihr euch eigentlich kennengelernt?

Inga Bergen: Wir haben uns auf einer großen Messe zum Thema Gesundheit getroffen, bei der ich ein Panel zusammengestellt und moderiert habe. Manuel hat das grafisch dokumentiert und ich weiß noch, dass er zu mir gesagt hat: „Ich komme immer so gerne zu dir, deine Panels sind immer die besten ...“

Manuel Recker: ... und dann haben sich kurze Zeit später unsere Wege wieder gekreuzt bei einer Veranstaltung in Basel, die Inga moderiert hat und bei der ich ein Graphic Recording gezeichnet habe. Nach Feierabend sind wir schwimmen gegangen, haben uns im Rhein treiben lassen und über Gott und die Welt geredet. Wir haben dabei auch viel über Zukunftsangst gesprochen und darüber, wie allgegenwärtig dieses Thema ist. Viele Menschen fühlen sich sehr limitiert, scheuen sich vor dem, was kommt, und scheuen sich, zu handeln. Gleichzeitig ist uns aber auch aufgefallen, dass es sehr viele Menschen gibt, die die Zukunft aktiv gestalten, von denen wir sehr viel lernen können. So ist „Future Builders“ entstanden.

Auffallend ist die Spannweite der Unternehmen und Institutionen, deren Weg ihr vorstellt: von der Allianz, also einem DAX-Schwergewicht, bis zu zhearts, einer gemeinnützigen Community, die Menschen mit Einwanderungsgeschichte in der Tech-Branche vernetzt und fördert ...

Inga Bergen: Ich bin viel unterwegs, berate Unternehmen, moderiere und halte Vorträge. Dabei lerne ich viele spannende Menschen kennen, die tolle, wirklich große und zukunftsgerichtete Projekte auf die Beine stellen. Und: So unterschiedlich die Ansprechpartner und ihre Unternehmen auch sind, haben sie doch eine Gemeinsamkeit. Sie nutzen oft Elemente des Design Thinking und denken entsprechend wie Designer.

Neben dem Konzept ist der Reichtum an Illustrationen auffällig. Sogar die Interviewten sind gezeichnet und nicht fotografiert?

Manuel Recker: Die jeweilige Storyline nimmt einen wichtigen Teil in diesem Buch ein, das von der normalen Fachliteratur auch deshalb abweicht, weil alle Kapitel entlang einer Person erzählt werden. Ich glaube, dadurch wirkt das Buch sehr viel nahbarer, und darauf zahlen die vielen Illustrationen zusätzlich ein. Die Illustrationen helfen, die Themen zu verstehen. Im Grunde lassen sich wichtige Inhalte des Buches so verstehen, ohne eine Zeile des Fließtextes zu lesen. Dass das funktioniert, lässt sich daran erkennen, dass auch Kinder am Buch hängen bleiben. Bei den gezeichneten Porträts gab es mehrere

Feedbackschleifen, sodass sich jeder Mensch auch mit seinem Bild wohlfühlt.

Wie waren die Reaktionen, denn in den Unternehmen?

Inga Bergen: Wir wurden zum Beispiel eingeladen, unser Buch den Mitarbeitenden vorzustellen. Ich glaube, die Unternehmen haben es auch selbst genutzt, um zu sagen: „Schaut mal, so machen wir das, und so wird es dargestellt.“ Interessant finde ich außerdem die Reaktionen aus der Lehre. Es gibt Lehrende, die unser Buch für ihre Studierenden nutzen, weil wir mit dem Format etwas sehr Modernes getroffen haben. Der Kampf um Aufmerksamkeit ist real, und Wissensinhalte muss man heute einfach anders vermitteln als früher. Das ist ja auch Manuels Brot-und-Butter-Geschäft. Dass das Buch so unterhaltsam ist und so gut ankommt, freut uns natürlich.

Manuel Recker: Future Builders wird übrigens auch im Coaching-Kontext genutzt, weil sich diese Fallstudien ausgezeichnet zur Demonstration eignen.

Was habt ihr aus der Beschäftigung mit den Future-Buildern mitgenommen?

Manuel Recker: Alle Future-Builder sind sehr gut darin, Menschen von ihren Ideen zu überzeugen und Teams hinter sich zu versammeln, die diese Ideen umsetzen. Das Mittel, das sie einsetzen, ist immer gutes Storytelling.

Inga Bergen: Ich habe viel Freude aus den Gesprächen mitgenommen, weil alle Gesprächspartner Menschen sind, die selbstwirksam sind. Ich liebe es einfach, wenn jemand feststellt, dass es ein Problem oder einen Bedarf gibt, und anfängt, etwas zu unternehmen. Begeisternd ist zusätzlich, dass man daraus Methoden ableiten kann. Dazu sind viele neue Kontakte entstanden, also zum Beispiel zur Rügenwalder Mühle, zu Haferkater oder zu dm, die sehr inspirierend waren.

Was kommt als Nächstes von euch? Gibt es schon Pläne?

Manuel Recker: Ja, wir arbeiten gerade an der englischen Ausgabe.

Inga Bergen: Wir beschäftigen uns selbstverständlich beide weiterhin intensiv mit diesen Themen, weil Future Building für uns ein Mindset, eine wichtige Sicht auf die Welt ist, und das wollen wir weiter pushen.

Und Manuel, Inga: Warum wird die Zukunft gut?

Manuel Recker: Die Zukunft wird gut, weil wir Tools an die Hand geben, um sie selbst gestalten zu können.

Inga Bergen: Die Zukunft wird gut, wenn das Ziel gut ist. Wichtig ist, sich das vorzustellen, also sich einfach zu erlauben, zu träumen und sich vorzustellen, dass die Zukunft gut wird. Damit beginnt alles, und das schafft die Energie, tätig zu werden.

Inga Bergen ist Unternehmerin, Beraterin und Expertin für Innovation und Digitalisierung im Gesundheitswesen. Seit mehr als 15 Jahren beschäftigt sie sich mit der Frage, wie Technologie, neue Geschäftsmodelle und menschenzentrierte Ansätze die Gesundheitsversorgung verändern können. Sie war unter anderem Geschäftsführerin der Digital-Health-Unternehmen Welldoo und Magnosco und begleitet heute Start-ups und Unternehmen als Beraterin, Investorin und Board Member. Als Mitgründerin und Gastgeberin des Podcasts „Visionäre der Gesundheit“ hat sie mehr als 200 Gespräche mit Vordenkerinnen und Vordenkern der Gesundheitsbranche geführt. Zudem ist sie Mitgründerin der Future Health Academy, die Fachkräfte im Gesundheitswesen zu Digital Health und Künstlicher Intelligenz weiterbildet. Als Moderatorin, Speakerin und Healthcare Innovation Facilitator bringt sie Akteure aus Gesundheitswirtschaft, Technologie und Innovation zusammen.

Manuel Recker ist Unternehmer, Kommunikations- und Gesundheitsexperte mit einem Hintergrund in Public Health und Gesundheitsökonomie. Nach seinem Studium in European Public Health an der Universität Maastricht und Global Health Economics an der London School of Economics arbeitete in einer wissenschaftsnahen Beratung in Berlin unter anderem zu Versorgungsforschung, Digital Health und Market Access. Heute verbindet er Gesundheitswissen mit kreativer Kommunikation: Als Geschäftsführer der Agentur re:gramm entwickelt er Kommunikations-, Marketing- und Brandingkonzepte insbesondere für den Healthcare-Bereich. Darüber hinaus arbeitet er als Graphic Recorder und Illustrator und macht komplexe Inhalte visuell verständlich.



Marc Dannenbaum

Text | Content | Redaktion

Worte. Nichts als Worte – aber die richtigen

Telefon: +49 1703288612 | Mail: marc@rawandreeel.de

LinkedIn: www.linkedin.com/in/marcdannenbaum

Web: dannenbaum.net



Andreas Riedel

Fotografie | Videografie

Storytelling | Portrait | People | Corporate

Telefon: +49 15253976948 | Mail: andreas@rawandreeel.de

LinkedIn: www.linkedin.com/in/andreas-riedel-0b9480236

Web: andreasriedel.com