

FUTURE PROOFS

DER
BEWEIS
VERÄNDERT
ALLES.

Die Denkmodelle
zukunftsfähiger Unternehmen.

WAS SIE ANDERS DENKEN.
WAS SIE ANDERS MACHEN.
WAS WIR DAVON LERNEN KÖNNEN.



10 TRAILBLAZER

Unternehmen, die Zukunft heute gestalten.



10 DENKMODELLE

Bewährte Prinzipien erfolgreicher
Transformation.



5 FRAGEN AN ATLAS

Strategische Fragen für
bessere Entscheidungen.



PROOF OF VISION

Der Beweis verändert alles.



ORIENTIERUNG

Für Unternehmer, die
Zukunft gestalten wollen.



THE FOUNDATION.

WHERE OUR INSIGHTS BEGIN.

Jedes Bauwerk beginnt mit einem Fundament.
Auch diese Research Series.
Bevor wir über die Zukunft der Arbeitswelt sprechen,
legen wir offen, auf welchem Verständnis,
welchen Werten und welcher Haltung
unsere Erkenntnisse entstehen.



Vorwort.

Die Arbeitswelt verändert sich. Nicht schrittweise. Sondern grundlegend.

Künstliche Intelligenz, demografischer Wandel und neue Erwartungen an Führung, Zusammenarbeit und Unternehmenskultur verändern die Spielregeln schneller, als viele Organisationen reagieren können. Erfolgsmodelle, die über Jahrzehnte funktionierten, geraten unter Druck. Gleichzeitig entstehen Chancen, die es so noch nie gegeben hat.

Doch genau darin liegt die Herausforderung.

Nicht der Mangel an Informationen ist heute das Problem.
Sondern der Mangel an Orientierung.

Die **LifeArch Research Series** entstand aus der Überzeugung, dass Unternehmer vor allem eines brauchen: Klarheit. Keine weiteren Theorien. Keine kurzfristigen Trends. Sondern belastbare Erkenntnisse, inspirierende Beispiele und neue Perspektiven, die helfen, bessere Entscheidungen für die Zukunft ihres Unternehmens zu treffen.

Jede Ausgabe widmet sich einem Thema, das wir für entscheidend halten. Wir verbinden wissenschaftliche Erkenntnisse mit unternehmerischer Praxis, analysieren internationale Entwicklungen und zeigen Unternehmen, die bereits heute Antworten auf die Fragen von morgen gefunden haben.

**Denn Zukunft beginnt nicht mit Prognosen.
Sie beginnt mit der Bereitschaft, bestehende Annahmen
zu hinterfragen – und den Mut zu haben, neue Wege zu gehen.**

Willkommen bei der LifeArch Research Series.

Willkommen beim Beweis, der alles verändert.

SCALE 1:100

0 5 10 15

ELEV.

+12.50

+08.30

+04.10

+00.00

INSIDE.

WEGBEREITER. DENKMODELLE. ORIENTIERUNG FÜR DIE UNTERNEHMEN VON MORGEN.

01

FOUNDATION

Vorwort · The Foundation

02

LIFEARCH

Wer wir sind · Was uns antreibt · Unsere Mission

03

TRAILBLAZERS

Zehn Unternehmen, die bestehende Denkmodelle erfolgreich hinterfragen.

HALTUNG WIRD ZUM SYSTEM

Patagonia · einhorn · Schindlerhof

VERANTWORTUNG WIRD VERTEILT

DLGL · Buurtzorg · Handelsbanken · Morning Star

ZUKUNFT WIRD ZUM SYSTEM

Octopus Energy · LEGO · Mondragon



READING MAP.

DREI DENKBEWEGUNGEN. DREI UNTERBRECHER. EIN GEMEINSAMER BLICK NACH VORN.

01

WAS BLEIBT VON IHREN WERTEN, WENN ES SCHWIERIG WIRD?

Verdichtung nach Patagonia, einhorn und Schindlerhof.

02

WIE VIEL KONTROLLE BRAUCHT EIN UNTERNEHMEN WIRKLICH?

Verdichtung nach DLGL, Buurtzorg, Handelsbanken und Morning Star.

03

WIE WIRD AUS VERÄNDERUNG EIN SYSTEM, DAS ZUKUNFT MÖGLICH MACHT?

Verdichtung nach Octopus Energy, LEGO und Mondragon.

04

CLOSING

Der Beweis verändert alles

Was die Trailblazer gemeinsam zeigen.

Fragen an ATLAS

Strategische Fragen für die eigene Zukunftsfähigkeit.

Schlussgedanke

Was bleibt.

Impressum

Transparenz und Quellen.

Keine Seitenzahlen. Trotzdem klare Orientierung.

Die Reihenfolge folgt der Dramaturgie jedes Reports. Im digitalen PDF ergänzen Lesezeichen die Navigation.

WER WIR SIND. WAS UNS ANTREIBT.

LifeArch ist ein Denkmodell. Ein System. Eine Bewegung.
Entstanden aus der Überzeugung, dass Unternehmen mehr sein können
als funktionierende Strukturen – wenn der Mensch im Mittelpunkt steht.

LIFEARCH ALS DACHMARKE

Unter der Marke LifeArch entwickeln wir Werkzeuge, Inhalte und
Formate, die Unternehmen helfen, zukunftsfähig zu werden – von innen
heraus. Forschung, Praxis und Erfahrung verbinden wir zu klaren
Perspektiven und umsetzbaren Lösungen.



EIN DENKMODELL

LifeArch ist unser Rahmen für
Werte, Prinzipien und Zusammenhänge, die nachhaltigen
Erfolg ermöglichen.



EIN ÖKOSYSTEM

Unsere Produkte, Research
und Partnerschaften greifen
ineinander und schaffen
Wirkung.



EINE GEMEINSCHAFT

Wir glauben an die Kraft von
Beziehungen, Austausch und
gemeinsamer Gestaltung
der Zukunft.

UNSER ANTRIEB

EINE ARBEITSWELT GESTALTEN, IN DER MENSCHEN GERNE ARBEITEN
UND UNTERNEHMEN VERANTWORTUNG LEBEN.





Wir denken weiter.
Wir hinterfragen. Wir verbinden.
Für Unternehmen, die mehr wollen
als den Status quo – und bereit sind,
ihre Zukunft bewusst zu gestalten.

LifeArch.
Für Menschen und Unternehmen,
die Zukunft bewusst gestalten.



MENSCHEN
Im Mittelpunkt
jedes Erfolgs.



KLARHEIT
Die richtige Richtung
für deine Vision.



UMSETZUNG
Strategien, die wirken.
Ergebnisse, die bleiben.



GEMEINSCHAFT
Wachstum entsteht
zusammen.



VERMÄCHTNIS
Baue Werte, die
Generationen prägen.

LIFEARCH GROUP
RESEARCH. INSIGHTS. IMPACT.

TRAILBLAZER

Nicht die erfolgreichsten Unternehmen verändern die Zukunft.
Sondern jene, die **bestehende Denkmodelle** erfolgreich hinterfragen.

Diese zehn Unternehmen zeigen, dass es auch anders geht.

Sie brechen mit gewohnten Annahmen und schaffen neue Wege –
in Führung, Zusammenarbeit, Verantwortung, Innovation und Wertschöpfung.

Nicht theoretisch. Sondern praktisch. Nachvollziehbar.

Und über viele Jahre hinweg.



10

UNTERNEHMEN

patagonia

einhorn
PRODUCTS



DLGL

Buurtzorg

octopus
energy



Handelsbanken

Morning
★ Star
COMPANY

MONDRAGON

01

BEWEISE STATT BEHAUPTUNGEN

Jedes Unternehmen liefert nachvollziehbare Belege für sein Handeln – durch öffentlich dokumentierte Maßnahmen, Ergebnisse und Entwicklungen.

02

MECHANIKEN STATT MARKETING

Entscheidend sind gelebte Strukturen, Prozesse und Entscheidungen. Nicht Leitbilder. Nicht Kampagnen. Sondern das tägliche Handeln.

03

MENSCHEN IM MITTELPUNKT

Technologie unterstützt. Organisation ermöglicht.
Der **Mensch** bleibt Mittelpunkt unternehmerischer Wertschöpfung.

04

ZUKUNFT STATT GEGENWART

Die vorgestellten Ansätze besitzen das Potenzial, auch in zehn oder zwanzig Jahren noch relevant zu sein.

05

MUT ZUM ANDERSDENKEN

Jedes Unternehmen hat eine etablierte Annahme bewusst hinterfragt und durch ein **neues Modell** ersetzt – in Führung, Zusammenarbeit, Verantwortung, Lernen, Innovation oder Geschäftsmodell.

06

LERNEN STATT PERFEKTION

Trailblazer machen Fehler. Entscheidend ist ihre Fähigkeit, daraus zu lernen und bessere Systeme zu entwickeln.

“

Future Proofs dokumentiert keine perfekten Unternehmen.
Future Proofs dokumentiert den **Mut, Zukunft anders** zu bauen.

BLUEPRINT 01

KINTSUGI

DIE JAPANISCHE KUNST

Aus Brüchen entsteht Identität.



Kintsugi ist die japanische Kunst, Zerbrochenes nicht zu verbergen, sondern mit Gold sichtbar zu veredeln. Die Geschichte bleibt erhalten – und macht das Objekt wertvoller als zuvor.



DIE FRAGE AN UNTERNEHMER:

Welche Erfahrung Ihres Unternehmens verdient es, sichtbar Teil Ihrer Identität zu werden?

LIFEARCH
— RESEARCH —

Welche Fähigkeiten muss
Ihr Unternehmen **heute** entwickeln,
damit es in zehn oder fünfzehn Jahren
nicht nur **überlebt**,
sondern zu den **Gestaltern**
seiner Zeit gehört?

Die folgenden Unternehmer sind

Wegbereiter.

Sie zeigen bereits heute,
wie die Weichen für die **Unternehmen von morgen**
gestellt werden.

PATAGONIA

BEWEIST, DASS EIGENTUM MEHR KANN ALS BESITZEN.

Patagonia verkauft Outdoor-Bekleidung.
Der eigentliche Zukunftsbeweis
liegt jedoch dort, wo die meisten
Unternehmen unverändert bleiben:
in Eigentum, Produktlogik und
Kapitalallokation.

EDITORIAL

Patagonia zeigt, dass ein profitables Unternehmen ökologische Verantwortung nicht nur kommunizieren, sondern strukturell verankern kann. Produkte werden auf Langlebigkeit ausgelegt, Reparatur ist Teil des Geschäftsmodells und seit 2022 ist das Unternehmen so in Gemeineigentum überführt, dass Gewinne nicht den Eigentümern, sondern dem Planeten dienen. Patagonia löst damit nicht alle Widersprüche – aber es verschiebt die entscheidenden Hebel an die richtige Stelle: Eigentum, Governance und Kapitalfluss.

Das ist Unternehmensarchitektur mit Zweck.

COMPANY DNA



BRANCHE
Outdoor Apparel



GRÜNDUNG
1973



SITZ
Ventura, Kalifornien, USA



KERNTHESE
Eigentum dient dauerhaft
dem Unternehmenszweck.

EIGENTUM ALS INSTRUMENT



PATAGONIA



**PATAGONIA
PURPOSE TRUST**
(Stimmrechte)



**HOLDFAST
COLLECTIVE**
(wirtschaftliche Anteile)



**NICHT REINVESTIERTE
GEWINNE**



**UMWELT- UND
NATURSCHUTZ**

Seit 2022 sind Kontrolle und wirtschaftliche Erträge so strukturiert, dass nicht reinvestierte Gewinne dauerhaft dem Schutz des Planeten zugutekommen.



PROOF 01

Eigentum wurde zur Strategie.

2022 übertrug Gründer Yvon Chouinard die Stimmrechte an den Patagonia Purpose Trust und die wirtschaftlichen Anteile an das Holdfast Collective. Nicht reinvestierte Gewinne fließen dauerhaft in Umwelt- und Naturschutz. Damit ist der Unternehmenszweck institutionell abgesichert – unabhängig von Investoren und Eigentümerwechseln.



PROOF 02

Reparatur ist Teil des Geschäftsmodells.

Programme wie Worn Wear und die Ironclad Guarantee verlängern die Lebensdauer von Produkten konsequent. Reparieren, Weiterverkaufen, Wiederverwenden – statt wegwerfen und neu kaufen. Der Umsatzanteil ist klein, aber die Botschaft ist groß: Das langlebigste Produkt ist oft das nachhaltigste.



TENSION

Patagonia produziert weiterhin neue Kleidung, nutzt globale Lieferketten und bleibt Teil einer ressourcenintensiven Industrie. Das Unternehmen benennt diesen Zielkonflikt offen und veröffentlicht Fortschritte ebenso wie Bereiche, in denen Lösungen noch unvollständig sind.



TRAILBLAZER

Der eigentliche Zukunftsbeweis liegt nicht in einzelnen Nachhaltigkeitsmaßnahmen, sondern darin, ökologische Ziele dauerhaft in Eigentum, Governance und Geschäftsmodell zu verankern. Genau diese strukturelle Ebene macht Patagonia für andere Unternehmen relevant.

QUELLEN

- Patagonia – Ownership Information (2022)
- Reuters – “Patagonia founder gives away company” (14.09.2022)
- Patagonia – Worn Wear & Ironclad Guarantee
- Patagonia – Environmental & Social Responsibility Report (2023)
- B-Corp Directory – Patagonia

CONFIDENCE

● HOCH

Mehrere unabhängige Quellen bestätigen Eigentumsstruktur, Programme und Berichte.

EINHORN PRODUCTS

**EIN UNTERNEHMEN,
DAS TRANSPARENZ ZUM
GESCHÄFTSMODELL
GEMACHT HAT.**

Einhorn Products produziert Kondome und Periodenprodukte – und beweist, dass radikale Transparenz, Fairness und wirtschaftlicher Erfolg kein Widerspruch sind. Kein Marketingversprechen. Ein operatives System.



EDITORIAL

Einhorn Products stellt grundlegende Fragen:
Wem gehört ein Unternehmen? Wofür ist Gewinn da?
Und wie transparent kann Wirtschaft sein?
Statt Investoren oder Shareholdern dient Einhorn seinen Mitarbeitenden, der Community und gesellschaftlichen Projekten. Alle Zahlen – von Gehältern über Margen bis zu Lieferanten – sind öffentlich. Das Ergebnis: Vertrauen als Wettbewerbsvorteil, starke Bindung, hohe Identifikation.

Einhorn zeigt: Ein anderes Wirtschaftsmodell ist nicht nur möglich – es funktioniert.

COMPANY DNA



BRANCHE
Sexual Wellness



GRÜNDUNG
2016



SITZ
Berlin, Deutschland



KERNTHESE
Wirtschaft kann radikal transparent, fair und erfolgreich sein.

EIGENTUM ALS INSTRUMENT



EINHORN PRODUCTS



TRANSPARENZ
(Alle Zahlen offen)



FAIRNESS
(Mitarbeitende, Lieferanten,
Community)



PURPOSE
(Gesellschaftlicher Impact)



NACHHALTIGER ERFOLG
(Vertrauen als Vorteil)

Einhorn beweist: Wenn Werte das System prägen,
entsteht Wirtschaft, die bleibt – und Wirkung, die wächst.



PROOF 01

**Transparenz schafft
Vertrauen.**

Einhorn veröffentlicht Gehälter, Gewinnmargen,
Lieferanten, Entscheidungswege – freiwillig und
vollständig. Diese Offenheit erzeugt Vertrauen bei
Kunden, Mitarbeitenden und Partnern und wird
zum stärksten Markenwert.



PROOF 02

**Das Unternehmen gehört
den Menschen.**

Einhorn ist als GmbH organisiert – ohne Investoren,
ohne Exit-Druck. Entscheidungen werden im Sinne
der Mitarbeitenden, der Community und der
Mission getroffen. Unternehmen als Werkzeug –
nicht als Selbstzweck.



PROOF 03

**Wirtschaft als
positiver Impact.**

Ein Teil des Gewinns fließt in soziale und bildungs-
bezogene Projekte. Impact ist kein Add-on,
sondern integraler Bestandteil des Geschäftsmodells.
So entsteht eine echte Verbindung zwischen
unternehmerischem Handeln und gesellschaftlicher
Wirkung.



TENSION

Radikale Transparenz ist unbequem und zeitaufwändig.
Sie verlangt Mut, konsequente Systeme und die
Bereitschaft, auch kritische Wahrheiten zu teilen.
Einhorn zeigt, dass dieser Weg mehr Kraft kostet –
aber exponentiell mehr Vertrauen erzeugt.



TRAILBLAZER

Einhorn hat ein neues Normal etabliert: Wirtschaft
kann anders funktionieren. Die Marke hat eine ganze
Branche beeinflusst und zeigt, dass Purpose,
Fairness und Profit kein Zielkonflikt sind, sondern
ein verstärkendes System.

QUELLEN

- Einhorn Transparency Report (aktuelle Ausgaben)
- Einhorn Impact Report (aktuelle Ausgaben)
- Interviews: coindesk.com, gruenderszene.de
- Handelsblatt – „Einhorn: Das Kondom-Unternehmen
mit Vorbildcharakter“ (2021)
- t3n – „Einhorn Products: Radikale Transparenz als Vorteil“ (2022)

CONFIDENCE



SEHR HOCH

Mehrere unabhängige Quellen bestätigen
Modell, Wirkung und Kennzahlen.

SCHINDLERHOF

**BEWEIST,
DASS KULTUR
DER WICHTIGSTE
WETTBEWERBSVORTEIL IST.**

Der Schindlerhof in Nürnberg zeigt,
dass außergewöhnlicher wirtschaftlicher
Erfolg dort entsteht, wo Menschen
Verantwortung übernehmen, Geschichten
teilen und Werte jeden Tag leben.

**Die Thekenstories sind kein Marketing.
Sie sind gelebtes Management.**



EDITORIAL

In einer Zeit, in der Fachkräftemangel und Fluktuation zur Norm geworden sind, geht der Schindlerhof seit über 30 Jahren einen anderen Weg.

Statt auf Kontrolle setzt das Haus auf Vertrauen.
Statt auf Vorschriften auf Geschichten.
Statt auf Hierarchie auf Augenhöhe.

Mit den legendären Thekenstories schafft Klaus Kobjoll eine einzigartige Form der Führung: informell, authentisch, wirksam. Werte werden nicht eingefordert, sondern erzählt, erlebt und weitergegeben.

Das Ergebnis: eine der niedrigsten Fluktuationsraten der Branche, begeisterte Gäste – und ein Unternehmen, das Talente anzieht wie ein Magnet.

Das ist Unternehmenskultur mit System.

COMPANY DNA



BRANCHE
Hotellerie & Gastronomie



GRÜNDUNG
1912



SITZ
Nürnberg, Deutschland



MITARBEITENDE
ca. 170



KERNTHESE
Kultur entsteht durch Geschichten.
Erfolg durch Menschen.

EIGENTUM ALS INSTRUMENT



SCHINDLERHOF

Nürnberg



FAMILIE KOBJOLL

Unternehmerfamilie in
vierter Generation



THEKENSTORYS

Wissen. Werte.
Weitergegeben.
Jeden Tag.



EINZIGARTIGE UNTERNEHMENSKULTUR

Vertrauen. Verantwortung.
Wertschätzung. Sinn.



NACHHALTIGER ERFOLG

Begeisterte Gäste.
Motivierte Mitarbeitende.
Stabile Wirtschaftlichkeit.

Seit über 110 Jahren unabhängig, inhabergeführt
und konsequent auf langfristige Wirkung ausgerichtet –
nicht auf kurzfristige Rendite.



PROOF 01

Kultur ist ein Managementsystem.

Der Schindlerhof hat Kultur nicht dem Zufall
überlassen. Werte, Rituale und Entscheidungswege
sind klar definiert und werden konsequent gelebt.
Das Ergebnis: außergewöhnliche Servicequalität
und hohe Mitarbeiterbindung.



PROOF 02

Thekenstorys schaffen Identität und Wissen.

Tägliche Geschichten an der Theke machen
Erfahrungen, Werte und Entscheidungen
teilbar und erlebbar. So entsteht ein kollektives
Gedächtnis, das neue Mitarbeitende schnell
integriert und inspiriert.



PROOF 03

Menschen orientieren sich an Sinn, nicht an Vorgaben.

Vertrauen, Eigenverantwortung und Wertschätzung
ermöglichen es den Mitarbeitenden, über sich
hinauszuwachsen. Der Schindlerhof beweist:
Wo Sinn erlebt wird, entstehen Motivation,
Innovationen und Loyalität.



TENSION

Zwischen Tradition und Innovation. Zwischen
Wachstum und Bewahrung. Zwischen regionaler
Verantwortung und globaler Relevanz.
Der Schindlerhof navigiert diese Spannungsfelder
nicht mit Kompromissen, sondern mit Haltung
und Klarheit.



TRAILBLAZER

Der Schindlerhof war einer der ersten Betriebe,
der erkannt hat: Unternehmenskultur ist kein
weicher Faktor, sondern harte Strategie.
Heute gilt das Modell als Best Practice für
die gesamte Hospitality-Branche.

QUELLEN

- Schindlerhof – Nachhaltigkeitsbericht (2023)
- Kobjoll, K. – Thekenstorys (versch. Ausgaben)
- Wirtschaftswoche – „Hotellerie mit Haltung“ (2020)
- AHGZ – „Kultur als Erfolgsrezept“ (2021)

CONFIDENCE



HOCH

Mehrere unabhängige Quellen bestätigen

Was bleibt von Ihren Werten, *wenn es schwierig wird?*

PATAGONIA • EINHORN • SCHINDLERHOF

Diese Unternehmen haben
ihre Haltung nicht aufgeschrieben.
Sie haben sie *verankert*.

patagonia

Verantwortung
verändert das
Eigentum.

einhorn

Selbstbestimmung
verändert die
Regeln.



SCHINDLERHOF

Wertschätzung
verändert den
Alltag.

WELCHER IHRER WERTE IST HEUTE
BEREITS IM UNTERNEHMEN VERANKERT –
und welcher existiert nur auf dem Papier?

Werte verändern noch kein Unternehmen.

Erst wenn sie *Strukturen* verändern,
werden sie zu einem Unternehmensprinzip.



HALTUNG

Was ist uns
wichtig?



ENTSCHEIDUNG

Was tun wir
deshalb anders?



STRUKTUR

Wo wird diese
Entscheidung
verbindlich?



WIRKUNG

Was verändert sich
dadurch dauerhaft?

Die Trailblazer zeigen: Glaubwürdigkeit entsteht nicht durch schöne Worte.
Sie entsteht, wenn Werte auch dann tragen, wenn Entscheidungen schwierig werden.

DIE ENTSCHEIDENDE FRAGE

*Welcher Wert ist für Ihr Unternehmen so wichtig,
dass er sich in einer konkreten Struktur
wiederfinden müsste?*



EIGENTUM

Ist der Unternehmenszweck
langfristig geschützt?



FÜHRUNG

Welche Entscheidungen spiegeln
die formulierten Werte tatsächlich wider?



ZUSAMMENARBEIT

Welche Regeln machen die gewünschte
Kultur im Alltag verbindlich?

LIFEARCH FUTURE PROOFS

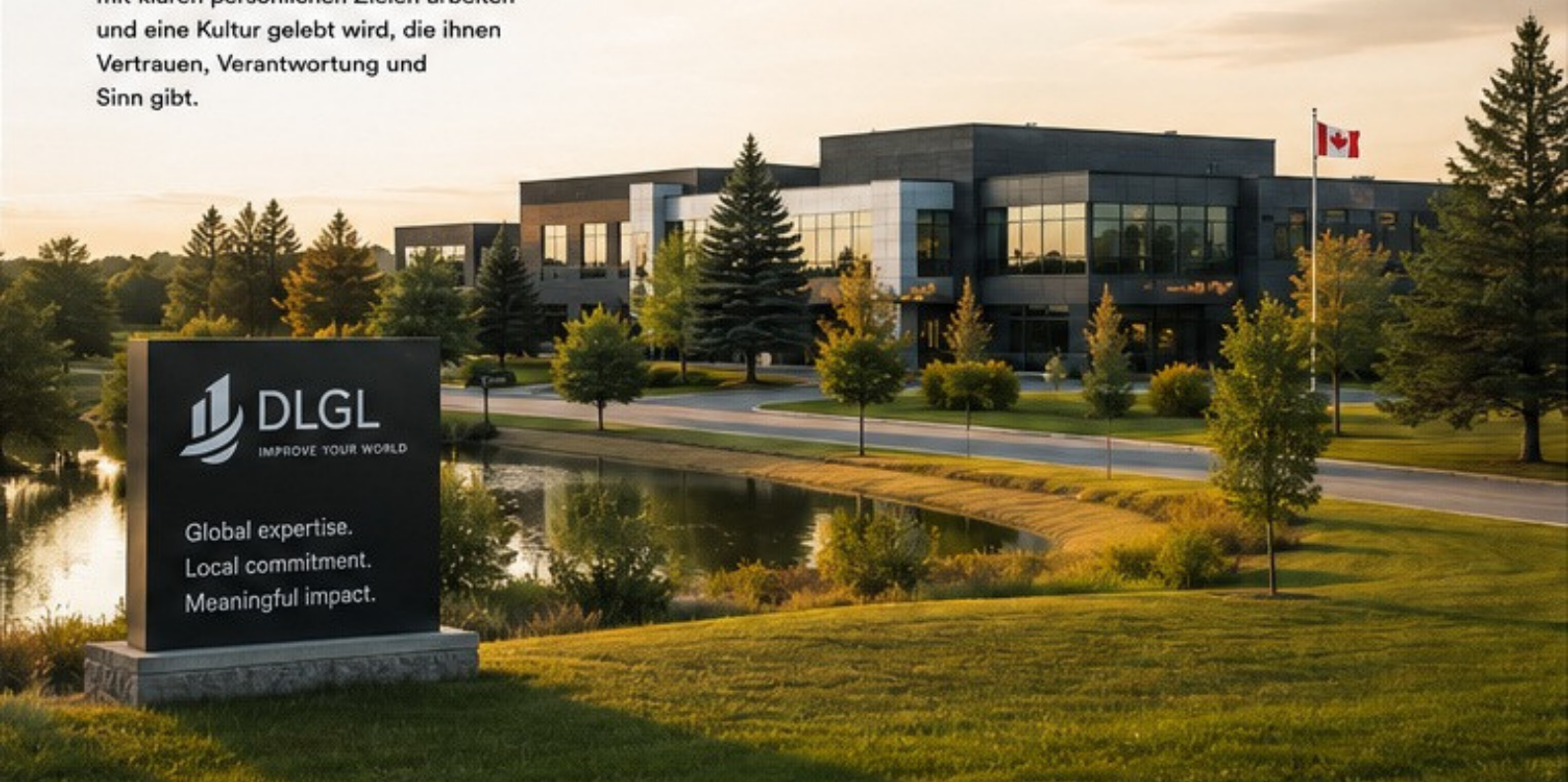
DLGL™



KANADA

WENN UNTERNEHMEN DAS LEBEN IHRER MITARBEITENDEN ERNST NEHMEN.

DLGL zeigt, dass außergewöhnliche Ergebnisse entstehen, wenn Menschen mit klaren persönlichen Zielen arbeiten und eine Kultur gelebt wird, die ihnen Vertrauen, Verantwortung und Sinn gibt.



STANDORT

Montreal, Quebec
Kanada



GEGRÜNDET

1990
von Jacques Guénette



MITARBEITENDE

ca. 250



BRANCHE

Enterprise Software
Development



KERNANLIEGEN

Arbeit und persönliches
Leben in Einklang bringen
Qualität und Integrität
als Verpflichtung

DREI BEWEISE, DIE ZÄHLEN.

01

PERSÖNLICHE ZIELE ALS BASIS

Mitarbeitende werden ermutigt, ihre persönlichen Lebensziele zu definieren. Führungskräfte kennen diese Ziele und unterstützen aktiv, damit Arbeit nicht im Widerspruch zu einem erfüllten Leben steht.

02

QUALITÄT VOR VOLUMEN

DLGL lehnt kurzfristiges Wachstum um jeden Preis ab. Der Fokus liegt auf nachhaltigen Kundenbeziehungen, exzellenter Arbeit und langfristiger Wirkung statt schneller Skalierung.

03

FÜHRUNG ALS ERMÖGLICHUNG

Führung bedeutet bei DLGL, Menschen zu befähigen, Entscheidungen transparent zu treffen und Verantwortung zu übernehmen. Kontrolle wird durch Vertrauen und Klarheit ersetzt.

MECHANIKEN STATT FLOSKELN.

Was diese Kultur im Alltag sichtbar macht.



OFFENE KOMMUNIKATION
Direkt. Ehrlich. Auf Augenhöhe.



VERANTWORTUNG
Entscheidungen dort, wo die Expertise sitzt.



SINNIORIENTIERUNG
Jede Aufgabe wird mit Zweck und Wirkung verbunden.



FEHLER ALS LERNQUELLE
Nicht bestraft. Sondern analysiert und geteilt.



LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN
Mit Kunden und im Team.



KONTINUIERLICHE ENTWICKLUNG
Persönlich. Fachlich. Menschlich.

WARUM DAS ZUKUNFTSRELEVANT IST

“

In einer Welt, in der Talente Freiheit, Sinn und Entwicklung suchen, wird Unternehmenskultur zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

TENSION

Eine wertebasierte Kultur ist anspruchsvoll. Sie erfordert konsequente Führung, Bereitschaft zur Selbstreflexion und die Entscheidung, nicht jeden Auftrag anzunehmen.



TRAILBLAZER STATUS

DLGL ist ein Vorreiter für eine Unternehmenskultur, die Arbeit und Leben nicht trennt, sondern verbindet – ohne Kompromisse bei Leistung und Qualität.

QUELLEN

- DLGL Unternehmenswebsite
- Interviews und Vorträge von Jacques Guénette
- Öffentliche Presseberichte

CONFIDENCE LEVEL



“

Wir glauben, dass großartige Unternehmen mit großartigen Menschen entstehen, die ein großartiges Leben führen.

— Jacques Guénette, Gründer DLGL

BUURTZORG

PFLEGE, DIE SICH NACH DEM MENSCHEN RICHTET.

Buurtzorg zeigt, dass außergewöhnliche Ergebnisse entstehen, wenn Vertrauen, Selbstorganisation und echte Verbindung zum Menschen die Grundlage für Pflege und Führung bilden.

MENSCHLICH.
NAH.
WIRKSAM.



STANDORT

Niederlande
Enschede
(gegründet)



GEGRÜNDET

2006
von Jos de Blok



MITARBEITENDE

ca. 14.000
Pflegekräfte



ORGANISATION

Selbstorganisierte
Teams in der
Nachbarschaft



KERNANLIEGEN

Würdevolle Pflege,
Eigenverantwortung und
menschliche Verbindung

DREI BEWEISE, DIE ZÄHLEN.

01

SELBSTORGANISIERTE TEAMS

Pflegekräfte organisieren ihre Arbeit selbst – passend zum Leben der Klient:innen. Keine starren Schichten, kein Management im Alltag. Das Ergebnis: mehr Zeit für Menschen, weniger Bürokratie.

02

VERTRAUEN STATT KONTROLLE

Buurtzorg arbeitet ohne Budgets, ohne Zielvorgaben, ohne detaillierte Prozessvorgaben. Vertrauen ist die zentrale Führungsressource – und ermöglicht höchste Qualität bei niedrigeren Kosten.

03

MENSCHLICHKEIT ALS QUALITÄTSKERN

Pflege wird nicht als Leistung, sondern als Beziehung verstanden. Kontinuität in kleinen Teams schafft Vertrauen, Sicherheit und echte Lebensqualität für Klient:innen und Mitarbeitende.

MECHANIKEN STATT FLOSKELN.

Was diese Kultur im Alltag sichtbar macht.



OFFENE KOMMUNIKATION

Direkt. Ehrlich.
Auf Augenhöhe.



FÜHRUNG ALS DIENST

Führungskräfte unterstützen,
entwickeln und räumen
Hindernisse aus dem Weg.



SELBSTVERANTWORTUNG

Teams entscheiden selbst –
für ihre Klient:innen und
für sich.



LEARNING ORGANIZATION

Erfahrungen teilen, reflektieren
und gemeinsam besser
werden.



QUALITÄT DURCH NÄHE

Kontinuität in kleinen Teams
schafft Vertrauen und
bessere Ergebnisse.



SINN STATT ANWEISUNG

Warum wir es tun, ist wichtiger
als was wir tun.

WARUM DAS ZUKUNFTSRELEVANT IST

“

In einer Welt, die älter wird und in der Systeme an ihre Grenzen stoßen, beweist Buurtzorg: Menschlichkeit, Vertrauen und Selbstorganisation sind keine weichen Faktoren – sondern harte Wettbewerbsvorteile.

TENSION

Das Modell ist schwer skalierbar in Systemen, die auf Kontrolle, Hierarchie und Standardisierung ausgelegt sind. Es erfordert Mut, Loslassen und ein Umdenken auf allen Ebenen.



TRAILBLAZER STATUS

Buurtzorg hat ein neues Denkmodell für Pflege geschaffen – und weltweit eine Bewegung angestoßen. Heute in mehreren Ländern adaptiert und studiert.

QUELLEN

- Buurtzorg Nederland – Jahresberichte
- Interviews mit Jos de Blok
- Harvard Business Review
- McKinsey – Buurtzorg Case Study
- The World Economic Forum

CONFIDENCE LEVEL



“

Du veränderst die Welt nicht, indem du Systeme reformierst.
Du veränderst sie, indem du den Menschen in den Mittelpunkt stellst.

— Jos de Blok, Gründer Buurtzorg

HANDELSBANKEN

VERTRAUEN ENTSCHEIDET. DEZENTRALISIERUNG BEFREIT.

Seit über 150 Jahren stellt Handelsbanken konsequent den Menschen vor die Organisation. Ein Geschäftsmodell, das auf Dezentralisierung, Vertrauen und langfristiges Denken setzt – und damit generationenübergreifend erfolgreich ist.

EINES DER
KONSEQUENTESTEN
VERTRAUENSMODELLE
DER WELT.



STANDORT

Stockholm,
Schweden



GEGRÜNDET

1871



MITARBEITENDE

über 11.000
in 23 Ländern



AKTIV IN

Europa, Nordamerika
und Asien



MISSION

Langfristige Beziehungen
schaffen, indem wir
Menschen befähigen.

DREI BEWEISE, DIE ZUKUNFT BAUEN.

01

DEZENTRALISIERUNG ALS PRINZIP

Entscheidungen werden dort getroffen, wo der Kunde ist – in über 200 Filialen und Niederlassungen erhalten Teams weitreichende Verantwortung für Kreditentscheidungen, Preise und Prozesse.

02

VERTRAUEN STATT KONTROLLE

Handelsbanken verzichtet auf starre Zielvorgaben und Bonusprogramme. Stattdessen zählt gesundes Wachstum, Kundennutzen und eine nachhaltige Entwicklung.

03

KULTUR ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Die Unternehmenskultur basiert auf Eigenverantwortung, einfachen Regeln und einem klaren Wertefundament. Das schafft Loyalität – bei Kunden wie bei Mitarbeitenden.

MECHANIKEN STATT FLOSKELN.

Was Handelsbanken im Alltag sichtbar macht.



LOKALE VERANTWORTUNG

Teams vor Ort entscheiden selbstständig – nah am Kunden und Markt.



LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN

Kundenbeziehungen werden über Generationen aufgebaut.



EINFACHE REGELN

Wenige, klare Prinzipien schaffen Orientierung und Freiheit zugleich.



UNTERNEHMER IM UNTERNEHMEN

Jede Filiale wird wie ein eigenes kleines Unternehmen geführt.



LERNEN IM ALLTAG

Wissen und Erfahrung werden geteilt – nicht zentral verordnet.



STABILITÄT DURCH KULTUR

Die Kultur ist wichtiger als Prozesse – und überdauert Konjunkturzyklen.

WARUM DAS ZUKUNFTSRELEVANT IST

“

In einer Welt voller Komplexität und Kontrolle zeigt Handelsbanken: Freiheit mit Verantwortung ist kein Risiko – sondern der stärkste Hebel für Qualität und Nachhaltigkeit.

SPANNUNG

Kann ein globales Unternehmen erfolgreich sein, wenn Macht konsequent abgegeben und Menschen konsequent befähigt werden?



TRAILBLAZER STATUS

Handelsbanken ist ein Vorreiter für dezentrale, menschenzentrierte Organisationen im Finanzsektor.

QUELLEN

- Handelsbanken Annual Report 2023
- Handelsbanken Culture Book
- Harvard Business Review
- McKinsey – Decentralization Studies
- Great Place To Work® Europe

CONFIDENCE LEVEL



“

Wir glauben an Menschen. Wir glauben an Verantwortung. Wir glauben an langfristige Beziehungen. Das ist unser Modell.

– Carina Åkerström, CEO Handelsbanken

MORNING STAR

VERANTWORTUNG IST HIER DAS HÖCHSTE PRINZIP.

Morning Star ist eine Tomatenfabrik in Kalifornien.
Und eines der außergewöhnlichsten
Unternehmen der Welt.



EINE TOMATENFABRIK.
EIN MODELL,
DAS ORGANISATIONEN
NEU DENKEN LÄSST.



STANDORT

Hollister,
Kalifornien, USA



GEGRÜNDET

1970



MITARBEITENDE

über 400
Colleagues



PRODUKTE

Tomatenprodukte
für die ganze Welt



AKTIV IN

über 40 Ländern



MISSION

Wir existieren,
um Menschen
natürliche, gesunde
und einfache Nahrung
zu liefern.

DREI BEWEISE, DIE ZEIGEN, DASS ES AUCH ANDERS GEHT.

01 KEINE MANAGER

Seit den 1990er-Jahren arbeitet Morning Star ohne klassische Führungskräfte. Es gibt keine Vorgesetzten, keine Titel und keine hierarchische Weiskette. Entscheidungen werden von den Kolleginnen und Kollegen getroffen, die die Arbeit tatsächlich ausführen.

02 CLOUS STATT STELLENBESCHREIBUNGEN

Jeder Mitarbeitende erstellt eine Colleague Letter of Understanding (CLOU). Darin werden Mission, Verantwortlichkeiten, Entscheidungsbefugnisse und gegenseitige Verpflichtungen mit den Kolleginnen und Kollegen vereinbart. Nicht die Personalabteilung beschreibt die Rolle – das Team gestaltet sie gemeinsam.

03 DIE MISSION IST DER CHEF

Einer der stärksten Sätze im Unternehmen lautet: „Your Personal Commercial Mission is your boss.“ Nicht ein Mensch. Nicht der CEO. Sondern die eigene Mission. Das ist ein völlig anderes Führungsverständnis.

MECHANIKEN STATT HIERARCHIEN.

Was Morning Star im Alltag sichtbar macht.



SELBSTORGANISATION

Teams entscheiden selbst, wie sie ihre Arbeit am besten erledigen.



TRANSPARENZ

Offene Informationen für alle – als Grundlage kluger Entscheidungen.



GLEICHWERTIGKEIT

Jede Stimme zählt. Jede Rolle hat den gleichen Wert.



VERANTWORTUNG

Verantwortung wird übernommen, nicht übertragen.

WARUM DAS ZUKUNFTSRELEVANT IST

“

In einer Welt, die nach Sinn, Selbstbestimmung und Vertrauen verlangt, zeigt Morning Star: Organisationen können wachsen – ohne Hierarchie, ohne Kontrolle und ohne Bürokratie.

SPANNUNG

Funktioniert Selbstorganisation über Jahrzehnte – in einer Branche, die für Effizienz und Kostendruck bekannt ist? Morning Star liefert die Antwort.



TRAILBLAZER STATUS

Morning Star ist ein global beachtetes Vorbild für selbstorganisierte Unternehmen – seit über 30 Jahren erfolgreich.

QUELLEN

- Morning Star Company – Official Website
- Harvard Business Review
- Forbes – Most Innovative Companies
- Fast Company – World Changing Ideas
- Reinventing Organizations (Frédéric Laloux)

CONFIDENCE LEVEL



“ Wenn du Verantwortung gibst, bekommst du Engagement.
Wenn du Kontrolle gibst, bekommst du Gehorsam.
Wenn du Vertrauen gibst, bekommst du beides.
– Morning Star Colleague

Wie viel Kontrolle braucht ein Unternehmen *wirklich?*

DLGL • BUURTZORG • HANDELSBANKEN • MORNING STAR

Diese Unternehmen setzen
nicht auf mehr Kontrolle.
Sie geben Menschen den Rahmen,
selbst zu entscheiden und
Verantwortung zu übernehmen.

DLGL

*Persönliche
Entwicklung*

verändert
Führung.

Buurtzorg

Selbstorganisation

verändert
Versorgung.

Handelsbanken

Dezentralität

verändert
Entscheidungen.

Morning Star

Selbstverantwortung

verändert
Zusammenarbeit.

WO IN IHREM UNTERNEHMEN WIRD HEUTE NOCH
KONTROLLIERT, OBWOHL VERANTWORTUNG
längst näher an die Arbeit gehören würde?

Kontrolle schafft noch keine Verantwortung.

Erst wenn Entscheidungen dort liegen,
wo Wissen und Wirkung entstehen,
wird **Organisation beweglich**.



VERTRAUEN

Was geben wir
bewusst ab?



AUTONOMIE

Was können Teams
selbst entscheiden?



DEZENTRALITÄT

Wo liegen
Entscheidungen
heute zu weit oben?



SELBSTVERANTWORTUNG

Was verändert sich
dadurch dauerhaft?

Die Trailblazer zeigen: Leistungsfähige Organisationen entstehen nicht durch mehr Kontrolle, sondern durch klare Rahmenbedingungen, verteilte Verantwortung und Vertrauen in die Menschen, die die Arbeit leisten.

*Welche Entscheidung könnte in Ihrem Unternehmen
näher an die Arbeit verlagert werden?*



FÜHRUNG

Welche Entscheidungen
müssen wirklich nach oben?



TEAMS

Wo könnten Teams heute schon
mehr Verantwortung übernehmen?



STRUKTUR

Welche Regel verhindert aktuell
Selbstverantwortung?



octopus energy

Die Zukunft der Energie entscheidet sich nicht im Kraftwerk, sondern im Betriebssystem.

Octopus Energy zeigt, dass außergewöhnliche Ergebnisse entstehen, wenn Technologie, Daten und echte Kundennähe zusammenkommen. Ihr Betriebssystem Kraken verändert nicht nur ihr eigenes Unternehmen, sondern eine ganze Energiebranche.

GÜNSTIGE
ENERGIE.
ECHTER
IMPACT.



STANDORT

London,
Vereinigtes
Königreich



GEGRÜNDET

2015
von Greg Jackson



MITARBEITENDE

ca. 6.000+
(Gruppe)



AKTIV IN

18+ Ländern
weltweit



MISSION

Die Welt mit sauberer,
bezahlbarer Energie
versorgen.

DREI BEWEISE, DIE ZÄHLEN.

01

KRAKEN – DAS BETRIEBSSYSTEM FÜR ENERGIE

Mit Kraken entwickelt Octopus eine eigene Technologie-plattform, die Energieunternehmen weltweit nutzen. Von Abrechnung bis Kundenservice – alles in einer integrierten, skalierbaren Architektur.

02

WACHSTUM DURCH VERTRAUEN

Millionen Kund:innen wechseln zu Octopus, weil sie Transparenz, faire Preise und exzellenten Service erleben. Vertrauen wird nicht versprochen – es wird täglich geliefert.

03

NACHHALTIGKEIT ALS STANDARD

Octopus investiert konsequent in erneuerbare Energien, flexible Netze und intelligente Lösungen, die die Energiewende im Alltag ermöglichen.

MECHANIKEN STATT FLOSKELN.

Was diese Kultur im Alltag sichtbar macht.



KUNDEN IM ZENTRUM

Entscheidungen beginnen beim Nutzen für Kund:innen.



DATEN ALS KOMPASS

Echtzeit-Daten steuern Preise, Produkte und Prozesse.



SCHNELLE ENTSCHEIDUNGEN

Kleine, autonome Teams handeln statt eskalieren.



RADIKALE TRANSPARENZ

Klare Kommunikation schafft Glaubwürdigkeit.



TECHNOLOGIE MIT SINN

Technologie ist kein Selbstzweck, sondern Hebel für Impact.



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Fehler werden offen benannt, gelöst und genutzt, um besser zu werden.

WARUM DAS ZUKUNFTSRELEVANT IST

“

Die Energiebranche steht vor einem historischen Umbruch. Octopus beweist, dass Technologie, Vertrauen und Kundennähe die entscheidenden Wettbewerbsvorteile der Zukunft sind.

SPANNUNG

Ist Octopus künftig noch ein Energieversorger – oder wird Kraken das eigentliche Herzstück eines globalen Energie-Ökosystems?



TRAILBLAZER STATUS

Octopus Energy definiert die Spielregeln neu – mit Technologie, Transparenz und einer Kultur, die sich konsequent am Menschen orientiert.

QUELLEN

- Octopus Energy Group – Kraken Technologies
- Financial Times – Company Reports
- Reuters – Energy Transition Reports
- BCG Interview mit Octopus Energy
- Ofgem – Regulatory Updates 2024

CONFIDENCE LEVEL



“

Unser Ziel ist nicht, der größte Energieversorger zu sein. Unser Ziel ist es, die besten Systeme zu bauen, die der Welt helfen, saubere Energie zu nutzen.

– Greg Jackson, Gründer Octopus Energy



KREATIVITÄT IST KEIN ZUFALL. SIE IST EIN SYSTEM.

LEGO zeigt, wie ein Familienunternehmen
seit Generationen das Spiel ernst nimmt –
und dabei die Zukunft baut.



STANDORT

Billund,
Dänemark



GEGRÜNDET

1932
von Ole Kirk
Kristiansen



MITARBEITENDE

über 27.000
weltweit



AKTIV IN

130+ Ländern



MISSION

Inspire and develop
the builders
of tomorrow

DREI BEWEISE, DIE ZUKUNFT BAUEN.

01

SPIELEN ALS PRINZIP

LEGO nutzt das Spiel nicht nur für Kinder, sondern als Methode für Innovation, Lernen und Zusammenarbeit – von der Produktentwicklung bis zur Führung.

02

LANGFRISTIG DENKEN, KONSEQUENT UMSETZEN

Nach der Krise wurde LEGO neu ausgerichtet. Fokus auf Kernkompetenz, Qualität und Marke – mit Geduld, Mut und Klarheit.

03

KULTUR, DIE MENSCHEN ENTFALTEN LÄSST

Vertrauen, Eigenverantwortung und sinnstiftende Arbeit machen LEGO zu einem der begehrtesten Arbeitgeber weltweit.

MECHANIKEN STATT FLOSKELN.

Was LEGO im Alltag sichtbar macht.



KREATIVITÄT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Ideen entstehen durch Spiel, Neugier und Vielfalt.



VERANTWORTUNG VOR ORT

Teams entscheiden, wirksam und schnell.



FEHLER ALS BAUSTEINE

Ausprobieren, lernen, besser werden.



NACHHALTIGKEIT ALS VERSPRECHEN

Verantwortung für Umwelt, Material und Gesellschaft.



GEMEINSCHAFT STATT EGO

Wir bauen zusammen – über Funktionen hinweg.



KINDLICHE NEUGIER ALS ANTRIEB

Immer fragen: Was wäre, wenn ...?

WARUM DAS ZUKUNFTSRELEVANT IST

“

In einer Welt, die Antworten braucht, ein Unternehmen, das Fragen mutig stellt. LEGO beweist: Zukunft entsteht, wenn man Spiel, Sinn und System verbindet.

SPANNUNG

Wie bleibt ein traditionsreiches Unternehmen über Generationen hinweg so innovativ, relevant und menschenzentriert?



TRAILBLAZER STATUS

LEGO definiert das Spiel als Kulturgut neu – und zeigt, wie ein Familienunternehmen globale Zukunft gestaltet.

QUELLEN

- LEGO Group – Annual Report 2023
- Great Place To Work® Institute
- Harvard Business Review
- Financial Times – Future of Work
- MIT Sloan Management Review
- LEGO Nachhaltigkeitsbericht 2023

CONFIDENCE LEVEL



“

Wir wollen Kinder inspirieren und entwickeln, die Baumeister von morgen zu werden.

– Niels B. Christiansen, CEO LEGO Group

FUTURE PROOFS

OWNERSHIP BUILDS THE FUTURE.

Mondragon zeigt seit fast 70 Jahren, dass Unternehmen anders organisiert werden können – demokratisch, menschlich und langfristig erfolgreich.



COMPANY DNA



MITEIGENTUM

Mitarbeitende sind Miteigentümer und tragen Verantwortung für das Ganze.



DEMOKRATIE

Wichtige Entscheidungen werden demokratisch getroffen – nach dem Prinzip: ein Mensch, eine Stimme.



BILDUNG

Mit eigener Universität und Forschungszentren verbindet Mondragon Wirtschaft mit langfristiger Entwicklung.

Aus einer kleinen Arbeitergenossenschaft im Baskenland ist ein einzigartiges Netzwerk aus über 90 autonomen Genossenschaften entstanden – in Industrie, Handel, Finanzen und Wissen. Mondragon steht für ein anderes Wirtschaftsmodell: Eigentum, Arbeit und Entscheidungen gehören den Menschen, die das Unternehmen tragen.

MONDRAGON

BASKENLAND, SPANIEN



01

EIGENTUM NEU GEDACHT

Mitarbeitende sind nicht nur Teil des Unternehmens, sondern auch Miteigentümer. Dieses Modell schafft Identifikation, Verantwortung und unternehmerisches Denken im Alltag.

02

DEMOKRATIE ALS PRINZIP

Entscheidungen werden demokratisch getroffen – nach dem Prinzip: ein Mensch, eine Stimme. Transparenz, Teilhabe und Vertrauen sind keine Werte, sondern gelebte Praxis.

03

BILDUNG ALS KOMPETENZVORTEIL

Mit der Mondragon University, eigenen Forschungszentren und kontinuierlicher Qualifizierung investiert Mondragon in Menschen und Wissen – als Basis für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit.

SPANNUNGSFELDER

- Insolvenz der Fagor-Gruppe 2013 war ein harter Realitätsschock.
- Nicht alle internationalen Tochtergesellschaften arbeiten im gleichen Genossenschaftsmodell.
- Komplexe Governance erfordert ständige Weiterentwicklung und hohe Beteiligungskultur.



TRAILBLAZER

Mondragon beweist, dass ein anderes Wirtschaftsmodell möglich und erfolgreich ist. Eigentum, Demokratie, Bildung und Solidarität sind die Fundamente eines Unternehmens, das Menschen und Regionen stärkt – seit fast 70 Jahren.

QUELLEN

- Mondragon Corporation Annual Report 2023
- Mondragon Corporation – About Us
- El Pais – The Mondragon Cooperative Experience
- New Yorker – How Mondragon Became the World's Largest Co-op



CONFIDENCE LEVEL

Langfristige Daten, unabhängige Berichte und wissenschaftliche Analysen bestätigen die Wirksamkeit des Mondragon-Modells.

9,1 / 10

Was passiert, wenn Organisationen *sich selbst organisieren?*

Diese Unternehmen haben
Hierarchien nicht abgeschafft,
um Regeln zu brechen.
Sie haben sie überflüssig gemacht,
weil Vertrauen das System ist.

DREI UNTERNEHMEN. DREI WEGE. EIN GEMEINSAMES MUSTER.



OCTOPUS ENERGY

Energie neu gedacht:
Kundenorientierung und
Autonomie als Wachstumstreiber.

Wie entsteht ein Energieversorger,
der schneller innoviert, weil
Macht dezentral verteilt ist?



LEGO

Kreativität in Millionen Händen:
Die Kraft selbstorganisierter
Teams und klarer Prinzipien.

Wie bleibt ein globales Unternehmen
kreativ und beweglich,
ohne Kontrolle von oben?



MONDRAGON

Wirtschaft als Gemeinschaft:
Selbstverwaltung, Mitbestimmung
und geteilte Verantwortung.

Wie entsteht ein Unternehmen,
in dem Arbeit Sinn macht und
Erfolg geteilt wird?



DIE KERNBOTSCHAFT:

Diese Unternehmen reagieren nicht nur auf Wandel.
Sie bauen Strukturen, die kontinuierliche
Entwicklung ermöglichen.

Selbstorganisation ist *kein Ideal.* *Sie ist eine Entscheidung für Reife.*

Erst wenn Menschen als mündige Partner handeln können,
 entsteht eine Organisation, die sich ständig erneuert.



PARTNERSCHAFT

Wie begegnen wir
 Menschen wirklich
 auf Augenhöhe?



TRANSPARENZ

Was machen wir
 sichtbar – und warum
 noch nicht alles?



SELBSTORGANISATION

Was brauchen Menschen,
 um Verantwortung
 frei zu übernehmen?

Die Trailblazer zeigen: Zukunftsfähige Organisationen entstehen dann,
 wenn Kontrolle durch Vertrauen ersetzt wird,
 und Sinn zur stärksten Steuerungsgröße wird.

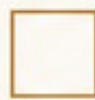
DIE ENTSCHEIDENDE FRAGE

*Welche Voraussetzung müßten wir in unserem Unternehmen
 schaffen, damit Selbstorganisation wirklich gelingen kann?*



KULTUR

Welche Überzeugungen
 bremsen uns heute
 noch unbewusst?



RAHMEN

Welche Regeln und Prozesse
 verhindern selbstständiges
 Handeln?



VERANTWORTUNG

Wo können wir Verantwortung
 radikal näher an die Menschen
 bringen?

“

Der Beweis verändert alles.

Forschung verändert nichts.

Entscheidungen schon.



ATLAS

Die besten Entscheidungen entstehen im richtigen Gespräch.

Nicht mehr Informationen.
Sondern die richtige Perspektive.

**ATLAS ist der strategische
Gesprächspartner für Unternehmer.**

Ein vertraulicher Dialog auf Augenhöhe.
Für mehr Klarheit, fundiertere Entscheidungen
und eine Zukunft, die Sie aktiv gestalten.

ATLAS

DER STRATEGISCHE GESPRÄCHSPARTNER FÜR UNTERNEHMER.



KLARHEIT

Komplexe Entwicklungen
verstehen und einordnen.



PERSPEKTIVE

Auswirkungen auf Ihr Unternehmen
erkennen und bewerten.



ENTSCHEIDUNG

Die richtigen Schritte gehen –
mit Sicherheit und Weitblick.

Für Unternehmer, die nicht allein entscheiden wollen.

Entdecken Sie ATLAS.
lifearch-group.com/atlas

5 Fragen an ATLAS.

STRATEGISCHE FRAGEN BEGINNEN SELTEN MIT ANTWORTEN.

01

Welche Annahme in meinem Unternehmen könnte in fünf Jahren mein größter Wettbewerbsnachteil sein?

02

Welche Entscheidung würde ich heute treffen, wenn ich mein Unternehmen noch einmal von Grund auf aufbauen müsste?

03

Welche Prozesse beschäftigen meine Mitarbeiter, die künstliche Intelligenz übernehmen könnte – ohne den Menschen zu ersetzen?

04

Wo entstehen in meinem Unternehmen täglich Reibungsverluste, die wir längst als „normal“ akzeptiert haben?

05

Wenn wir in drei Jahren zu den attraktivsten Arbeitgebern unserer Branche gehören wollten – womit würden wir morgen beginnen?

ATLAS ist der strategische Ansprechpartner, der Unternehmen hilft, bessere Fragen zu stellen, klare Entscheidungen zu treffen und Zukunft aktiv zu gestalten.

AUS FORSCHUNG. FÜR ENTSCHEIDUNGEN.
FÜR DIE ZUKUNFT IHRES UNTERNEHMENS.



 **ATLAS**

DER STRATEGISCHE ANSPRECHPARTNER
FÜR UNTERNEHMER.

NÄCHSTE AUSGABE



DIE NÄCHSTE REISE BEGINNT DORT,

ÜBER DEN TELLERRAND HINAUS

**Die besten Ideen entstehen oft dort,
wo wir nicht hinschauen.**

In der nächsten Ausgabe untersucht LIFEARCH Research Institute,
welche Denkmodelle aus den erfolgreichsten Bildungs- und Lernsystemen
der Welt Unternehmen dabei helfen können,
die Arbeitswelt von morgen zu gestalten.

Nicht als Kopie.
Sondern als Inspiration für bessere Entscheidungen.



GLOBAL INSIGHTS

Lernen von den besten
Bildungssystemen
der Welt.



TRANSFER DENKEN

Denkmodelle verstehen.
Erfolgreich anwenden.



KOMPETENZEN DER ZUKUNFT

Heute die Fähigkeiten
von morgen entwickeln.



BEWUSSTER ENTSCHEIDEN

Neue Perspektiven für
bessere unternehmerische
Entscheidungen.

EINE WELTWEITE RECHERCHE BEGINNT.

Wir analysieren, was die besten
Bildungssysteme der Welt
auszeichnet – und was davon
Unternehmen wirklich weiterbringt.

*Neue Perspektiven.
Für eine zukunftsfähige Arbeitswelt.*



WO GEWISSHEITEN ENDEN.

Ihr Einstieg in das LIFEARCH ÖKOSYSTEM.

FORSCHUNG. ERKENNTNIS. ORIENTIERUNG. WIRKUNG.

Dieser Report ist Teil eines wachsenden Systems aus internationaler Forschung, neuen Denkmodellen und praxisnahen Lösungen für Unternehmer, die Zukunft aktiv gestalten möchten.

Dies ist erst der Anfang.

Die besten Entscheidungen entstehen aus zentralem Verstehen.

“

Wir entwickeln Unternehmen.
Wir stärken Menschen.

PROOF OF VISION.

DIE LIFEARCH RESEARCH SERIES

BISHER ERSCHIENEN



WERDEN SIE TEIL DES LIFEARCH ÖKOSYSTEMS.

Ihr Zugang zu Forschung, Denkmodellen und Lösungen,
die Unternehmen und Menschen zukunftsfähig machen.

Mehr erfahren:
lifearch-group.com



Zukunft gestalten.
Verantwortung leben.

DER BAUPLAN
FÜR UNTERNEHMEN,
DIE ZUKUNFT
GESTALTEN.

- Neue Erkenntnisse.
- Früher Zugang.
- Klare Orientierung.
- Nachhaltige Wirkung.