


## Zukunftsforschung

# Unternehmensentwicklung für (Selber-) Macher

Von Dr. Friederike Müller-Friemauth, kühn denken auf vorrat



08.02.2012 – Strategie, Planung, Marktforschung – solche Themen stehen auf der Agenda vieler Entscheider nicht unbedingt ganz oben. Das Argument: Hoher Zeit- und Kostenaufwand. Dabei gibt es einfache Methoden, um wichtige Entwicklungen zu antizipieren, professionelle Krisenvorsorge zu betreiben oder das Unternehmen selbst aktiv weiterzuentwickeln. Ganz ohne eigene Forschungs- und Planungsbudgets.