



„Ob eine Prognose tatsächlich eingetreten ist, entscheidet im Nachhinein nicht über ihre Qualität. Viel wichtiger scheint mir, ob sie für möglichst viele Menschen plausibel war und dazu geführt hat, dass wir unser bisheriges Handeln hinterfragen.“

04.01.2024 09:44 CET

Kolumne von Christoph Werner: Prognosen sensibilisieren für das Handeln in der Gegenwart

Liebe Leserin, lieber Leser,

wie wird das Jahr 2024?

In den Jahresvorausschauungen lese ich viele Prognosen. Manche machen Lust auf das neue Jahr, andere weniger. Ob die Prognosen am Ende zutreffen, werden wir erst am Ende des Jahres sehen.

Sind Prognosen sinnvoll? Ich denke ja, sie sind sinnvoll! Denn es handelt sich dabei um Zukunftsbilder, die in die Gegenwart wirken und unser Handeln beeinflussen. Sind die Prognosen positiv, aktivieren sie Kräfte, um den eingeschlagenen Weg weiter zu beschreiten und die Chancen zu nutzen, die in dem positiven Zukunftsbild liegen. Sind die Prognosen negativ, aktivieren sie ebenfalls Kräfte. In diesem Fall, um alles daranzusetzen, dass diese Prognosen so nicht eintreten.

Ein gutes Beispiel hierfür ist unser Umgang mit der Prognose für den Klimawandel. Gerade weil dieses Zukunftsbild nicht erstrebenswert ist, machen wir uns als Gesellschaft Gedanken, wie wir das Eintreten dieser Prognose verhindern können. Im Ergebnis beschäftigen wir uns mit alternativen Antriebstechnologien und der sogenannten Dekarbonisierung der Wirtschaft. Ein weiteres Beispiel ist eine Prognose, die sich daran anschließt: die Deindustrialisierung Deutschlands. Angesichts der prognostizierten negativen Auswirkungen auf Beschäftigung und Wohlstand, ist auch das kein erstrebenswertes Zukunftsbild. Also denken wir über Lösungen nach, damit sowohl die Prognosen für den Klimawandel als auch für die Deindustrialisierung und die Wohlstandseinbußen nicht eintreten werden.

Ob eine Prognose tatsächlich eingetreten ist, entscheidet für mich im Nachhinein nicht über ihre Qualität. Viel wichtiger scheint mir, ob sie für möglichst viele Menschen plausibel war und dazu geführt hat, dass wir unser bisheriges Handeln hinterfragen. Denn nur so entstehen neue Lösungen, die die ursprünglich negative Prognose zu einer positiven verändert. Eine nicht eingetretene Prognose kann so gesehen eine sehr gute gewesen sein!

Prognosen spielen daher auch für uns bei dem eine wichtige Rolle. Sie sensibilisieren uns für die Frage, ob unsere bisherigen Vorgehensweisen auch in der Zukunft noch Erfolg versprechen. Ist das nicht der Fall, riskieren wir für unsere Kundinnen und Kunden nicht mehr relevant genug zu sein. Für uns als Wirtschaftsgemeinschaft wird es daher immer schnell existenziell. Entsprechend stark aktivieren negative Prognosen unsere Bereitschaft umzudenken und Prozesse, Vorgehensweisen und Leistungen zu verändern. Auch deshalb war für uns bei dem in Zeiten der dynamischen Veränderung

stets die Erkenntnis handlungsleitend: „So wie bisher kann es nicht weitergehen.“

In einer Gesellschaft spüren wir den existenziellen Druck in der Regel nicht so unmittelbar wie in einem Wirtschaftsunternehmen. Prognosen können aber in beiden Zusammenhängen helfen, uns mit der Frage zu befassen, ob wir die entworfenen Zukunftsbilder eintreten lassen wollen oder nicht. Denn am Ende haben wir die Zukunft mit in der Hand!

Herzlichst

Ihr Christoph Werner
Vorsitzender der dm-Geschäftsführung

Jeden Monat schreibt Christoph Werner im alverde Magazin über Themen, die ihn bewegen. Das alverde Magazin gibt es monatlich neu in Ihrem dm-Markt und online unter dm.de/alverde-magazin.

Über dm-drogerie markt

Bei [dm-drogerie markt](https://dm.de) arbeiten europaweit rund 80.000 Menschen in mehr als 4.000 Märkten. In den derzeit 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2022/2023 einen Umsatz von 15,9 Milliarden Euro erzielen. Im letzten abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten rund 51.000 dm-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 11,4 Milliarden Euro. 2023 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage [Kundenmonitor](#) dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. Zudem ist dm-drogerie markt der beliebteste Arbeitgeber im deutschen Handel. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung zu „Deutschlands Top-Arbeitgeber 2024“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, der Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden. Dieses Engagement wurde 2023 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter

Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem „Bericht zur Zukunftsfähigkeit“ auf www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht.

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt
herbert.arthen@dm.de
+49 721 5592 1195

Herbert Arthen
Pressekontakt
Pressesprecher
herbert.arthen@dm.de
+49 721 5592 1195