Chief Tomorrow Officer

Die Stimme von Generation Z
in der Chef-Etage

T · · Systems ·

Let's power
higher performance

Der Wandel gewinnt immer mehr an Tempo. Unsere Welt, unsere Märkte, unsere Unternehmen und unsere Führungsetagen haben sich in den vergangenen zwei Jahren so stark verändert, dass sie kaum wiederzuerkennen sind.

Als Führungskräfte sind wir immer auf der Suche nach den Fragen, mit denen wir zukünftige Entwicklungen voraussehen können. Was hätten wir vor Jahren fragen können, um uns auf die heutige Welt vorzubereiten? Zu welchen Maßnahmen hätten diese Fragen geführt? Welche Fragen können wir jetzt stellen, um uns besser auf morgen vorzubereiten? Sind unsere Unternehmen aufgeschlossen und flexibel genug, um auf Fragen und Veränderungen richtig zu reagieren?

Bei der Deutschen Telekom und T-Systems glauben wir schon lange an die Macht der Fragen. Aber erst vor Kurzem haben wir erkannt, dass wir die Art und Weise ändern müssen, wie und wer diese Fragen stellt. Wir sind überzeugt: Um die Zukunft sinnvoll zu gestalten, müssen wir die Generation Z viel mehr als bisher einbeziehen – eine hoffnungsvolle, realistische und couragierte Generation, die 2030 rund 30 Prozent der Arbeitskräfte ausmachen wird.

Schon heute bildet die Gen Z kraftvolle Initiativen und stellt vor Entscheidungen nicht nur die richtigen Fragen – sie handelt auch danach. Die Gen Z wird so den Wandel weg von klassischen Prozessen hin zu neuen, zukunftsweisenden Arbeitsweisen vorantreiben.

2021 haben wir das Programm „Chief Tomorrow Officer“ (CTO) ins Leben gerufen, um der Gen Z eine Stimme in der Führungsetage zu verleihen.

Unsere bisherigen Ergebnisse sind vielversprechend. Wir lernen kontinuierlich, wie die Rolle von CTOs idealerweise aussehen sollte und welche Vorteile sie Unternehmen bieten können.

Indem wir die Rolle des CTO gemeinsam mit Kunden, Partnern und der Gen-Z-Community schaffen und ausbauen, können wir die unvergleichliche Veränderungskraft der Gen Z nutzen. Und so die Beantwortung der Fragen beschleunigen, die unsere Zukunft maßgeblich bestimmen werden.

Wie bereitet sich Ihr Unternehmen auf diese Veränderungen vor?

Wie binden Sie die nächste Generation ein?

Sind Sie bereit für neue Geschäftsmodelle und eine neue Unternehmenskultur?

Sind Sie bereit für die Gen Z?

„Wie können wir die Gen Z am effektivsten einbinden? Lassen Sie sie selbst an den Fragen arbeiten, die sie stellen. Lassen Sie sie sich mit Gleichgesinnten sowie Experten austauschen, sich mit Fachwissen auseinandersetzen. Damit sie genau die Fragen beantworten können, über die sie nachdenken.“

Katharyn White
Leiterin Marketing, T-Systems

Was denkt die Generation Z über Arbeit und Leben?

- **74 %** sind der Meinung, dass die **Arbeit** einen größeren **Sinn** haben sollte, als nur Geld zu verdienen.
- **Nur 48 %** glauben, dass die Wirtschaft einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft hat.
- 69 % würden **mehr für ein Produkt bezahlen**, wenn die Marke ein Thema unterstützt, das ihnen am Herzen liegt.
- 66 % % sind der Meinung, dass **Wohlstand** und **Einkommen ungerecht verteilt** sind.
- 60 % sagen, dass **systemischer Rassismus** in der Gesellschaft weit verbreitet ist.
- **56 % nutzen Social-Media-Apps,** um sich kreativ auszudrücken.

Wie haben wir das Programm „Chief Tomorrow Officer“ gestartet?

Wir haben die Generation Z in den sozialen Medien aufgefordert, ihre Zukunftsfragen zu stellen. Die Fragen sollten inspirierend sein und es sollte keine einfachen Antworten auf diese Fragen geben. Aber sie sollten einen pragmatischen Ansatz haben, einen Ausgangspunkt, von dem aus wir uns den Lösungen nähern können.

Wir erhielten anregende, herausfordernde und ermutigende Fragen. So wollte beispielsweise Nouran Elsherbiny wissen: Wie lässt sich Künstliche Intelligenz (KI) nutzen, um ein stressfreieres Arbeitsumfeld zu schaffen?

Nouran wurde die erste Chief Tomorrow Officer der Deutschen Telekom. Und gemeinsam mit ihr haben wir als Führungsteam das CTO-Programm ins Leben gerufen. Damit wollten wir sicherstellen, dass ihr Einfluss schnell, bedeutsam und sichtbar wird – bis hin zur Führungsebene.

Um eine Antwort auf ihre Frage zu finden, hat sich Nouran mit Expertinnen und Experten innerhalb und außerhalb unserer Organisation zusammengesetzt. Entscheidend für den Erfolg war ein gleichberechtigter, kooperativer Ansatz. Denn die Macht liegt in der Frage, nicht in der Hierarchie. Wobei der Titel als CTO ihr half, Türen zu öffnen. Auch indem sie weitere wichtige Fragen stellte und nicht nach vorgefertigten Lösungen suchte, knüpfte sie sinnvolle Verbindungen und brachte neue Ideen zu Tage.

Nouran brachte verschiedene Teams an einen Tisch, erweiterte ihr Fachwissen kontinuierlich und begann eine Antwort auf ihre Frage zu entwickeln. In weniger als drei Monaten erstellte sie Proof of Concepts und UX-Designs für einen KI-gestützten Beratungsservice, der die Bedürfnisse der Mitarbeiter ganzheitlich erfüllen sollte. Nourans Leidenschaft hat sich in Fortschritt niedergeschlagen: Unser Unternehmen ist dabei, sich weiterzuentwickeln und neue Wege zu finden, um KI für ein stressfreieres Arbeitsumfeld einzusetzen.

Was hat uns die Gen Z gelehrt?

Der wichtigste Schritt in unserem Chief-Tomorrow-Officer-Programm war, dass wir überhaupt damit begonnen haben. Indem wir die Organisation durch Nourans neugierigen und persönlichen Ansatz in die Lösungsfindung einbezogen haben, konnten wir schnell neue Erkenntnisse gewinnen, wie die Zukunft der Arbeit für uns aussieht.

Auf geschäftlicher Ebene haben wir begonnen, die CTOs als Unternehmerinnen und Unternehmer innerhalb unserer eigenen Organisation zu betrachten. Jede ihrer Fragen ist wie eine neue Start-up-Idee. Sie wissen zu Beginn nicht genau, wie sie ihre Ideen in die Tat umsetzen können. Aber sie finden einen Weg, indem sie die richtigen Leute einbeziehen. Ihre Lösungen sind grenzenlos und ihr Enthusiasmus motiviert interne und externe Fachleute, sich bei der Lösungsfindung einzubringen.

Nach dem bahnbrechenden Erfolg von Nouran haben wir bereits zwei weitere CTOs eingestellt. Sie befassen sich mit der Zukunft der Mobilität in unserer Gesellschaft und der Leistungsfähigkeit von IoT Devices im Gesundheitswesen. Inzwischen engagiert sich unsere Gen-Z-Belegschaft: Sie haben ein „Tomorrow Board“ organisiert, das sich regelmäßig trifft, um unsere Zukunft zu hinterfragen und Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung voranzutreiben. Es liegt auf der Hand, dass die Gen Z ganz selbstverständlich vom Nachdenken über komplexe Ideen zum konkreten Handeln übergeht. Sie arbeiten gleichzeitig an Theorie und Praxis. Sie schätzen ständiges Feedback und nutzen diese Erkenntnisse, um die eigene Effektivität zu steigern. Sie schaffen eine neue Zeitschiene für Innovation, die selbstverwaltet und selbstlos ist.

Wir arbeiten auch mit Universitäten zusammen, um gemeinsam einen CTO-Lehrplan zu entwickeln, der mit einem CTO-Praktikum abschließt. Wir ermöglichen es der Gen-Z-Community, eigene Netzwerke aufzubauen. Unser Ziel ist es, das Programm zu erweitern und die Präsenz sowie den Einfluss der Generation Z auf Vorstandsebene zu beschleunigen. Unser Ziel ist es, eine branchenweite Bewegung zu schaffen.

> Wir glauben an die Kraft der Fragen, die wir heute stellen, um Antworten für die Zukunft zu finden. Und wer sollte besser geeignet sein, diese Fragen zu stellen, als die Generation Z?

Birgit Bohle
Personalvorstand, Deutsche Telekom

#questionfortomorrow

Was die Gen Z uns fragte:

- Wie können wir die Wirtschaft für alle Geschlechter gerechter machen?
- Wie können wir die Produktivität steigern, ohne Mensch und Natur auszubeuten?
- Was ist der gefragteste Beruf von morgen?
- Wie können wir unsere Menschlichkeit in einer technikgesteuerten Welt bewahren?
- Welche Rolle werden KI-Psychologen im Zeitalter der Maschinen spielen?
- Werden wir bald All-in-one-Abos für Telekommunikation, Gesundheit, Streaming oder Mobilität haben?
- Wie können wir uns gegen internetbasierte Unterdrückung, Manipulation und Überwachung wehren?
- Wird es in Zukunft eine universelle digitale Währung geben?
- Wie können wir es schaffen, dass Menschen in Ländern mit einer hohen Inflationsrate trotzdem Ersparnisse aufbauen können?
- Wie können wir Mobilität effizienter gestalten?
- Welche Rolle spielt die Kunst in der Zukunft?
- Wie können wir junge Generationen besser auf die Herausforderungen des Lebens vorbereiten?
- Wie können wir eine Zukunft schaffen, in der wir uns darauf freuen, alt zu werden?
- Wie können wir die Machtlosen stärker machen?

Warum jedes Unternehmen einen Chief Tomorrow Officer haben sollte

Das Programm des Chief Tomorrow Officers ist übertragbar und kann auch von anderen Organisationen genutzt werden. Zwar wird jedes Unternehmen die Gen Z auf die Art und Weise einbinden, die zur eigenen Kultur und dem Geschäftsmodell passt, doch gibt es eine ganze Reihe von gemeinsamen Faktoren.

Wir haben sechs Schritte zum erfolgreichen Aufbau eines CTO-Programms identifiziert:

1. **Legen Sie fest, wer das Projekt vorantreiben soll**
   Finden Sie einen internen Champion oder Sponsor, der Ihr Chief-Tomorrow-Officer-Programm leiten wird. Sichern Sie sich die Unterstützung der C-Ebene.
2. **Beziehen Sie die Gen Z ganzheitlich ein**
   Erreichen Sie die Gen Z über Universitäten, einen bestimmten Anlass und über ihre eigenen Communities.
3. **Gehen Sie Partnerschaften mit Unternehmen ein, die bereits über CTO-Programme mit der Gen Z zusammenarbeitet**
   Die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Partner kann Ihr Programm von der Planung bis zur Durchführung beschleunigen.
4. **Fangen Sie an!**
   Verpflichten Sie sich, Ihren ersten Chief Tomorrow Officer einzustellen.
5. **Entwickeln Sie die Rolle mit und testen Sie sie**
   Geben Sie Ihren neuen CTOs die Möglichkeit, die eigene Rolle zu definieren. Sie werden von selbst die Bereiche wählen, in denen sie den größten Einfluss haben werden.
6. **Skalieren Sie**
   Beschränken Sie sich nicht auf eine oder einen einzigen Chief Tomorrow Officer. Engagieren Sie mehrere, die jeweils neue Fragen stellen und einen neuen Weg einschlagen. Gen Z wird Gen Z motivieren, weitere Interessenten zu finden und die Bewegung zu vergrößern.

Was können Sie erreichen, wenn Sie starten? Wenn Sie die Erkenntnisse der Gen Z einfangen und in Ihrem Unternehmen ein gut strukturiertes und unterstütztes CTO-Programm umsetzen, identifizieren Sie die Fragen, die für Ihr Unternehmen wichtig sind. Und die es Ihnen ermöglichen, Ihr Unternehmen zukunftssicher zu machen.

Dies kann viele Formen annehmen. Sie werden neue Wege finden, um Wissenslücken zu erkennen und Talente anzuziehen und Ihre Kunden und Mitarbeiter von morgen besser verstehen. Sie werden die Zukunft der Arbeit in Ihrem Unternehmen definieren, Chancen offener und gerechter gestalten, Stress und Produktivitätshemmnisse beseitigen. Und Sie werden Ihre Nachhaltigkeit steigern und einen größeren Beitrag zur Lösung der größten gesellschaftlichen Herausforderungen leisten.

> Die Generation Z will nicht zwischen einem erfüllten Berufs- und Privatleben wählen oder sich zwischen wirtschaftlichem Erfolg und Nachhaltigkeit entscheiden. Wir wollen die Welt so verändern, dass sie alle unsere Bedürfnisse erfüllt.
>
> **Nouran Elsherbiny**
> Chief Tomorrow Officer, Deutsche Telekom

Entscheidend ist, dass Sie mit der Gen Z an Bord in der Lage sein werden, einen effektiven Wandel zu gestalten. Sie werden nicht jedes Problem sofort lösen oder Antworten auf jede Frage bekommen. Aber Sie werden die Reise gestartet haben – und das ist es, was zählt.

Was bedeutet New Work für die Generation Z?
Lesen Sie mehr von Nouran

CTOs stärken uns bei der Gestaltung der Zukunft

Durch Ethik, Pragmatismus und die natürliche Fähigkeit zum Aufbau von Netzwerken gestaltet die Generation Z bereits unsere Zukunft. Wir haben die Wahl, wie wir diesen Wandel annehmen und wie wir diese Führungspersönlichkeiten einbinden wollen.

Wir haben das Chief-Tomorrow-Officer-Programm mit dem Ziel begonnen, den von der Gen Z angestoßene Wandel im Unternehmen zu begrüßen, zu fördern und zu beschleunigen. Die Gen Z betrachtet die Zukunft durch eine neue Brille – die unsere Sicht erweitert, da die Gen Z Teil unserer internen Start-up-Community, unserer Kundenberatungsnetzwerke und Führungsgremien wird.

Als Deutsche Telekom wollen wir unsere Erkenntnisse und Erfahrungen aus dem CTO-Programm weitergeben, damit Unternehmen ihre eigenen CTO-Programme initiieren und einen Multiplikatoreffekt auslösen können: in unseren Unternehmen, bei unseren Kunden, in unseren Märkten und unserer Welt.

Die Schlüsselfragen der Zukunft stellt die Gen Z. Wie wir die Gen Z ansprechen, ist unsere Entscheidung. Die Art und Weise, wie wir auf ihre Fragen antworten, wird uns den Weg in die Zukunft weisen. Lassen sie uns gemeinsam die Chance nutzen und unsere Zukunft gestalten!

Besuchen Sie **t-systems.com/cto** und starten Sie jetzt.

Über die Autorin

Katharyn White
Senior Vice President und Leiterin Marketing, T-Systems

Als führende Expertin für Veränderungen im C-Level-Bereich ist Katharyn eine treibende Kraft für die Neudefinition der Rolle des CMO und deren Bedeutung in Unternehmen. Als Gründerin und Leiterin des Chief-Tomorrow-Officer-Programms von T-Systems kennt sie dessen Potenziale und Vorteile aus erster Hand. Sie engagiert sich in der Öffentlichkeit, an Universitäten und in Beratungsgremien, um weitere Veränderungen auszulösen.

K.White@t-systems.com

T · · Systems ·
Let's power higher performance