

Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführung

1 Frühaufklärung in historischer Perspektive	3
1.1 Das Konzept der „Schwachen Signale“ als Auslöser	3
1.2 Von Frühwarnsystemen zur strategischen Frühaufklärung	5
1.3 Frühaufklärung zwischen Public Issues und Strategic Issues	8
1.4 Strategische Frühaufklärung als Managementprozeß	11
1.5 Strategische Planung versus Frühaufklärung?	18
2 Frühaufklärung heute: Der Trend zur Trendforschung ...	21
2.1 Diskontinuität – Entzauberung einer Metapher	22
2.2 Zur Dekonstruktion des Konzepts „Schwache Signale“	24
2.3 Strategische Frühaufklärung im Zeichen des Neuen	26
2.4 Übersicht über die Kapitel dieses Buches	27

Teil II Verquickung von Inside-Out und Outside-In Sicht

3 Diagnose strategisch relevanter Auswirkungen	33
3.1 Konzeptionelle Grundlagen des Diagnosemodells	35
3.1.1 Der Bezugsrahmen als Basis der Modellformulierung	35
3.1.2 Kognitive Repräsentationen strategischer Zusammenhänge	44
3.1.3 Zur Quantifizierung von Unschärfe	46
3.1.4 Statistische Ansätze zur Verarbeitung von Unschärfe	52
3.1.5 Das Ausmaß der Auswirkungen	57
3.1.6 Die Evidenz–Impact Matrix zur Auswertung der Ergebnisse	60
3.1.7 Die Rolle von Expertenurteilen im Analyseprozeß	61
3.2 Die Wissensbasis des Modells	63
3.2.1 Strategisch relevante Sachverhalte auf der Ebene von Geschäftseinheiten	64
3.2.2 Strategisch relevante Sachverhalte auf der Ebene der Gesamtunternehmung	77

3.3 Das Vorgehen im Rahmen der Issue Diagnose	81
3.3.1 Dialogkonzept zur strategischen Bestandsaufnahme	81
3.3.2 Dialogkonzept zur Veränderungsanalyse	84
3.3.3 Die Beurteilung der Unschärfe als Grundlage der Strategieformulierung	86
3.4 Programmtechnische Implementierung	89
3.5 Anwendung des Modells im organisationalen Kontext	91

Teil III Outside-In Sicht

4 Zum State of the Art in der Stakeholder Analyse	97
4.1 Grundzüge des Stakeholder Ansatzes	97
4.1.1 Ursprung und Entwicklung	97
4.1.2 Synopse verwandter Forschungstraditionen	99
4.2 Bestandsaufnahme: Anatomie der Stakeholders	103
4.2.1 Identifikation und Segmentierung	104
4.2.2 Ziele, Interessen und Verhalten	106
4.2.3 Verhandlungsmacht	108
4.3 Diagnose möglicher Veränderungen	111
4.4 Zur Operationalität der Diagnoseverfahren	113
4.4.1 Die Rolle quantitativer Modelle	113
4.4.2 Zusammenfassende Einschätzung	114
5 Ein Konzept zur Integration von Issue Analyse und Stakeholder Analyse	117
5.1 Vorüberlegungen	117
5.1.1 Dimensionen einer integrierten Issue–Stakeholder Analyse	117
5.1.2 Zur Aussagekraft von Lebenszykluskonzepten	119
5.2 Eine Typologie strategischer Konstellationen	121
5.2.1 Konstellation I: Issue zwischen Stakeholder und Unternehmen	121
5.2.2 Konstellation II: Issue als externe Entwicklung ohne unmittelbaren Bezug zum Unternehmen	123
5.2.3 Konstellation III: Unternehmen als unfreiwilliger Erfüllungsgehilfe eines Stakeholder	124
5.3 Implikationen der Typologie	125
5.3.1 Segmentierung der Stakeholders	125
5.3.2 Analysebausteine als Grundlage der Gesamtarchitektur	127

5.4 Analysebaustein A: Entstehungsbedingungen von Issues	130
5.4.1 Relative Deprivation als Symptom	130
5.4.2 Umfeldfaktoren und Deutungsleistungen	133
5.5 Analysebaustein B: Entwicklung der Verhandlungsmacht	136
5.5.1 Vorüberlegungen	136
5.5.2 Zur politischen Ökonomie sozialer Bewegungen	137
5.5.3 Beiträge von Kognitions- und Kommunikationswissenschaften	146
5.5.4 Ein Modell für die Verhandlungsmacht nichtmarktlicher Stakeholders	157
5.6 Analysebausteine C und D: Der staatliche Bereich	162
5.6.1 Zum Verhältnis von öffentlicher und politischer Agenda	162
5.6.2 Zur Dynamik des politischen Prozesses	165
5.6.3 Diagnosemodelle für den politischen Prozeß	169
5.7 Zusammenfassung	172
5.7.1 Zusammenführung der Ergebnisse	172
5.7.2 Die Architektur des Gesamtkonzepts im Rückblick	173
6 Die Verarbeitung „Schwacher Signale“ – eine kritische Bestandsaufnahme	175
6.1 Zur Zielvorstellung der Analyseverfahren	175
6.1.1 Umfeldanalyse durch „Vernetztes Denken“	176
6.1.2 Umfeldanalyse mittels Verarbeitung natürlicher Sprache	178
6.1.3 Fazit	179
6.2 Die Rahmenbedingungen: Frühaufklärung im Wandel	180
6.2.1 Aufbrechen von Scanning Bereichen	181
6.2.2 Vom Wert der Wertwandelforschung	182
6.2.3 Obsoleszenz von Konfliktlinien	186
6.2.4 Fazit	187
7 Konzept einer Wissensbasis für die Umfeldanalyse	189
7.1 Strategische Frühaufklärung in der Perspektive der Wissensverarbeitung	189
7.1.1 Kategorisierung und Bezugsobjekte	191
7.1.2 Vernetzung und Rekontextualisierung von Wissenselementen	194
7.1.3 Anforderungen an Funktionalität und Leistungsfähigkeit einer Wissensbasis	197
7.2 Identifikation und Konfiguration der Bezugsobjekte	199
7.2.1 Vorüberlegungen zur Repräsentation	199
7.2.2 Aufstellung des Corpus	204
7.2.3 Vom Corpus zur Wissensrepräsentation	213

7.3 Vorüberlegungen zu einer informationstechnischen Umsetzung	223
7.3.1 Die Wissensbasis im Lichte der Systemtheorie	223
7.3.2 Instrumente der Informationsverarbeitung	224
7.3.3 Konzeptionelle Grundlagen von Hypertext	226
7.4 Ein Hypertext-Modell für das Wissensdesign in der strategischen Frühaufklärung	228
7.4.1 Implementierung der Wissensbasis	228
7.4.2 Assoziationen und Inferenzen	235
7.4.3 Aspekte der Anwendung	251
8 Reprise: Statt einer Zusammenfassung	259
8.1 Scanning und Monitoring	259
8.1.1 Subkulturen und ihre Medien	260
8.1.2 Zur Rolle des Fernsehens	262
8.1.3 Nutzung des Cyberspace	262
8.2 Zeit und Zeitgeist	263
8.3 Wissenschaft und Kunst	265
Anhang A: Themen und Trends in Stichworten	267
Anhang B: Elementare Bezugsobjekte	269
Anhang C: Abstrakte Bezugsobjekte	277
Anhang D: Merged Thesaurus	279
Medienverzeichnis	325
Index	377