

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einführung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Handel im Überblick .....	1
1.1.1 Entwicklungen im Handel .....	1
1.1.2 Handel im Wandel .....	3
1.2 Motivation und Relevanz des Themas .....	4
1.3 Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfragen .....	8
1.4 Wissenschaftstheoretische Verortung und Methodik .....	10
1.4.1 Wissenschaftstheoretische Einordnung .....	10
1.4.2 Wissenschaftstheoretischer Ansatz und Methodik .....	13
1.5 Aufbau der Arbeit .....	16
<b>2 Definitorische und inhaltliche Grundlagen .....</b>	<b>21</b>
2.1 Definitorische Grundlagen .....	22
2.1.1 Trend- und Zukunftsforschung .....	23
2.1.2 Corporate Foresight, Strategic Foresight und Open Foresight .....	28
2.1.3 Trendmanagement und Strategisches Trendmanagement .....	37
2.1.4 Begriffliche Einordnung der Erkenntnisse .....	39
2.2 Inhaltliche Abgrenzung von Erfolgsfaktoren-, Trendmanagement- und Vorgehensmodellforschung .....	42
2.2.1 Kritische Erfolgsfaktorenforschung .....	42
2.2.2 Trendmanagementforschung .....	44

2.2.3 Vorgehensmodellforschung .....	46
2.3 Kritische Reflexion der Befunde .....	48
<b>3 Kritische Bestandsaufnahme zum State-of-the-Art des Untersuchungsgegenstandes .....</b>	<b>51</b>
3.1 Vorgehensweise der kritischen Bestandsaufnahme .....	51
3.2 Systematische Literaturrecherche .....	53
3.2.1 Festlegung des Untersuchungsrahmens .....	55
3.2.2 Suche in elektronischen Datenbanken .....	56
3.2.3 Auswahl relevanter Beiträge .....	57
3.2.4 Quantitative und qualitative Analyse .....	58
3.2.5 Darstellung der Interpretation und der Ergebnisse .....	58
3.3 Ergebnisse der inhaltskritischen Analyse und Interpretation .....	59
3.3.1 Trendmanagement .....	59
3.3.2 Kritische Erfolgsfaktoren .....	68
3.3.3 Vorgehensmodelle .....	74
3.4 Kritische Reflexion der Ergebnisse .....	90
<b>4 Forschungslücke und Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes .....</b>	<b>97</b>
4.1 Kapitelübergreifender Ablauf .....	97
4.2 Problemstellung und Forschungslücke .....	98
4.3 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes .....	103
<b>5 Konzeptioneller Bezugsrahmen .....</b>	<b>107</b>
5.1 Vorgehensweise .....	107
5.2 Analyse existierender Bezugsrahmen zu Strategischem Management .....	108
5.3 Analyse existierender Bezugsrahmen mit Innovationscharakter und zu Innovationsprozesse .....	111
5.3.1 Auswahl und Analyse relevanter Bezugsrahmen .....	112
5.3.2 Ableiten von Anforderungen an den zu entwickelnden Bezugsrahmen .....	118
5.4 Aufbau und Struktur des konzeptionellen Bezugsrahmens .....	120
<b>6 Empirische Untersuchung .....</b>	<b>125</b>
6.1 Methodische Vorgehensweise der empirischen Untersuchung .....	125
6.2 Empirischer Forschungsansatz .....	127
6.2.1 Untersuchungskonzept .....	127
6.2.2 Forschungsdesign .....	128

6.2.3	Auswahl der Erhebungsmethode .....	129
6.3	Studiendesign, Studiendurchführung und Studienauswertung .....	131
6.3.1	Untersuchungsdesign der Fokusgruppenteilnehmer*innen und Expert*innen .....	132
6.3.2	Durchführungssystematik der Fokusgruppen- und Expert*inneninterviews .....	137
6.3.3	Auswertungssystematik der Fokusgruppen- und Expert*inneninterviews .....	142
6.4	Ergebnisdarstellung und Diskussion .....	153
6.4.1	Kritische Erfolgsfaktoren zur Einführung von Strategischem Trendmanagement in Handelsunternehmen .....	154
6.4.2	Erkenntnisse für die Einbettung von Strategischem Trendmanagement in die Organisation von Handelsunternehmen .....	167
6.4.3	Kritische Diskussion der Ergebnisse .....	171
7	<b>Entwicklung Vorgehensmodell</b> .....	175
7.1	Kapitelstruktur .....	175
7.2	Grundlagen der empirischen Plausibilisierung .....	176
7.2.1	Strukturelle und inhaltliche Ergänzungen .....	179
7.2.2	Empirisch plausibilisierter Bezugsrahmen .....	185
7.3	Vorgehensmodell für Handelsunternehmen .....	187
7.4	Implementierungsempfehlungen und Diskussion .....	191
8	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	197
8.1	Zusammenfassung .....	198
8.1.1	Beantwortung der ersten Subforschungsfrage .....	198
8.1.2	Beantwortung der zweiten Subforschungsfrage .....	199
8.1.3	Beantwortung der dritten Subforschungsfrage .....	200
8.1.4	Beantwortung der Hauptforschungsfrage .....	201
8.2	Ausblick .....	202
8.2.1	Implikationen .....	202
8.2.2	Limitationen und zukünftige Forschungsbedarfe .....	205
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	209