

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Formelverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XVIII
1 Kurzfassung / Summary	1
2 Relevanz von Corporate Foresight in Energieversorgungsunternehmen in einem disruptiven Marktumfeld.....	9
2.1 Einführung: Die elementare Bedeutung von Strategischem Management und Corporate Foresight in dem dynamischen Marktumfeld der Energiewirtschaft.....	9
2.2. Unklarer Kenntnisstand des Reifegrades von Corporate Foresight in der Energiewirtschaft – Beschreibung von Forschungslücke und Zielsetzung.....	12
2.3 Aufbau der Arbeit: Konzeptionelle Grundlagen, Bezugsrahmen, Modellentwicklung, Empirie und Gestaltungshinweise.....	16
3 Corporate Foresight als relevanter Ansatz des Strategischen Managements in der deutschen Energiewirtschaft.....	21
3.1 Energiemarkt und Energieversorgungsunternehmen in Deutschland...21	
3.1.1 Marktübersicht deutscher Energieversorgungsunternehmen....21	
3.1.2 Energieverbrauchsentwicklung und ausgewählte Prognosen – sinkender Primärenergiebedarf durch zunehmende Energieeffizienzmaßnahmen	25
3.1.3 Einfluss der europäischen Energiepolitik auf die deutsche Energiewirtschaft.....	28
3.1.4 Energiewirtschaftliche Wertschöpfungskette, Geschäftsfelder und aktuelle Entwicklungen.....	34
3.2 Strategisches Management – Strategic Fit von Unternehmensumfeld und Strategie	48
3.2.1 Dynamik und Komplexität: Der konstante Wandel der Unternehmensumwelt	48
3.2.2 Langfristiger Unternehmenserfolg – Notwendigkeit, Definitionen und Ziele des Strategischen Managements	51

3.2.3	Prozess des Strategischen Managements von Zielplanung bis Strategieimplementierung	53
3.3	Corporate Foresight: Die elementare Bedeutung der Zukunftsorientierung in dynamischen Märkten im Rahmen des Strategischen Managements	57
3.3.1	Ausgewählte Konzepte der strategischen Umfeldbeobachtung	57
3.3.2	Entwicklung unterschiedlicher Foresight-Ansätze zu Corporate Foresight – Begriffsbestimmung und konzeptionelle Abgrenzung	61
3.3.3	Notwendigkeit von Corporate Foresight als wesentliches Instrument der Entscheidungsunterstützung sowie weitere Ziele und Aufgaben	65
3.3.4	Corporate Foresight in der Unternehmenspraxis	68
3.4	Ressourcenbasierte Ansätze und Anwendung der Kontingenztheorie zur theoretischen Erläuterung von Corporate-Foresight-Aktivitäten	77
3.5	Zwischenfazit: Corporate Foresight als rudimentär entwickeltes, aber strategisch wichtiges Konzept bei Energieversorgungsunternehmen	80
4	Entwicklung eines Modells zur Messung des Corporate-Foresight- Reifegrades bei Energieversorgungsunternehmen	85
4.1	Kontingenztheorie und Resource-based View als zentrale Konzeptrahmen von Corporate Foresight	85
4.1.1	Kontingenztheorie: Zusammenhang zwischen Umweltkontext und Organisation sowie zwischen Ausgestaltung der Organisation und Effizienz	85
4.1.2	Resource-based View sowie dessen Bedeutung für den Knowledge-based und Dynamic Capability View	91
4.2	Konzeptioneller Bezugsrahmen von Corporate Foresight in Energieversorgungsunternehmen	110
4.2.1	Verknüpfung der Kontingenztheorie und des Resource-based View zum Bezugsrahmen von Corporate Foresight in EVU	110
4.2.2	Bezugsrahmen von Corporate Foresight in Energieversorgungsunternehmen – Integration ausgewählter Forschungserkenntnisse	116
4.3	Konzipierung eines Modells zur Erfassung des Corporate- Foresight-Reifegrades in Energieversorgungsunternehmen	123
4.3.1	Dynamik und Komplexität als Dimensionen des externen Umweltkontextes	123
4.3.2	Organisations-, Strategie- und Managementbezug – die Dimensionen der internen Kontextfaktoren	126

4.3.3	Strukturen und Prozesse, Informationsnutzung, Akteure und Netzwerk, Methodenreife und Kultur – die relevanten Dimensionen des Corporate-Foresight-Reifegrades	133
4.3.4	Impact von Corporate Foresight sowie zusammenfassende Darstellung des Reifegrad-Messmodells	157
4.4	Corporate Foresight in Energieversorgungsunternehmen – Generierung von Hypothesen.....	162
4.4.1	Grundlage des Kritischen Rationalismus: Wissenschaftlicher Erkenntnisgewinn durch Prüfung von Hypothesen	162
4.4.2	Hypothesennetz zum reflektiven Konstrukt Corporate-Foresight-Reifegrad.....	164
4.4.3	Hypothesengruppe 1 – Parallelisierung des externen Kontextes sowie interne Kontextfaktoren als maßgebliche Einflussfaktoren für unterschiedliche Corporate-Foresight-Reifegrade.....	169
4.4.4	Hypothesengruppe 2 – Impact-Faktoren in Abhängigkeit der Corporate-Foresight-Reife.....	173
5	Empirie: Quantitative Überprüfung des Corporate-Foresight-Reifegrad-Modells und der kontingenztheoretischen Hypothesen sowie qualitative Erkenntnisse zu relevanten Zukunftsthemenfeldern.....	177
5.1.	Mixed-Method Design: Kombination der Vorteile unterschiedlicher Forschungsparadigmen.....	177
5.1.1	Zentrale Unterschiede von Deduktion und Induktion sowie quantitativer versus qualitativer Forschung.....	177
5.1.2	Breitere Phänomenbetrachtung und Triangulationseffekt als Vorzüge eines Mixed-Method-Designs	181
5.2	Quantitative Corporate-Foresight-Studie: Vorgehen, Gütekriterien, potenzielle Bias, Generalisierbarkeit und Ergebnisse	185
5.2.1	Telefonische Datenerhebung über ein Marktforschungsinstitut, potenzielle Bias und Anmerkungen zur internen und externen Validität von Querschnittbefragungen	185
5.2.2	Erläuterung zur Rücklaufquote sowie Vorstellung ausgewählter deskriptiver Befunde	195
5.2.3	Überprüfung des latenten, reflektiven Konstrukts und deskriptive Ergebnisse zum Corporate-Foresight-Reifegrad....	203
5.2.4	Bivariate Analysen der zentralen Zusammenhänge von Kontextfaktoren, Corporate-Foresight-Reifegrad und Impact-Faktoren	232

5.3	Multiple Fallstudie mit Schwerpunkt auf semi-strukturierte Interviews zur vertiefenden Analyse von Corporate Foresight und relevanten Zukunftsschwerpunkten von EVU	247
5.3.1	Zielsetzung und Ablauf eines multiplen Fallstudien-Designs.....	247
5.3.2	Auswahl der Forschungsobjekte, der theoretischen Sättigung sowie Inhalte, Leitfaden und Dokumentation der multiplen Fallstudie	251
5.3.3	Qualitative Datenanalyse auf Basis des Miles-und-Huberman-Ansatzes	255
5.3.4	Ergebnisaufbereitung: Ausgewählte Fallstudienresultate und Propositionen zu strategischen Zukunftsthemen von EVU	258
6	Ableitung von Gestaltungshinweisen und Propositionen zu Corporate Foresight und strategischen Zukunftsthemen in Energieversorgungsunternehmen	281
6.1.	Gestaltungshinweise zum Umgang mit der disruptiven Gesetzgebung sowie zu Innovationsorientierung und Top-Management-Unterstützung	281
6.2.	Ansatzpunkte zur Erhöhung der strukturellen Komponenten des Corporate-Foresight-Reifegrad-Modells.....	285
6.3	Empfehlungen zum Zeithorizont von Corporate Foresight.....	289
6.4	Ausgewählte Propositionen zu strategischen Zukunftsthemen von EVU.....	293
7	Zusammenfassung und Ausblick zur zukünftigen Ausgestaltung von Corporate Foresight in Energieversorgungsunternehmen.....	301
7.1	Zusammenfassende Darstellung der Forschungsfragen und Forschungsergebnisse sowie Mehrwert und Transfer durch das Promotionsprojekt	301
7.2	Einschränkungen des Forschungsprojektes, Forschungslücken und Ausblick.....	305
	Literaturverzeichnis.....	309
	Anhang	351