

Alexander Nick

Wirksamkeit strategischer Frühaufklärung

Eine empirische Untersuchung

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Ulrich Steger



GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	XVII
Abbildungsverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis.....	XXI
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	8
1.3 Aufbau der Arbeit	10
2 Grundlagen strategischer Frühaufklärung	15
2.1 Hinführung zur strategischen Frühaufklärung	15
2.1.1 Grundverständnis strategischer Frühaufklärung.....	15
2.1.1.1 Begriff der strategischen Frühaufklärung	15
2.1.1.2 Bestimmungselemente strategischer Frühaufklärung	16
2.1.1.3 Begriff und Begriffsverständnis in der angelsächsischen Literatur	22
2.1.2 Strategische Frühaufklärung im Kontext strategischen Managements	23
2.1.2.1 Strategieverständnis	23
2.1.2.2 Entwicklung zum strategischen Management.....	25
2.1.2.3 Einordnung strategischer Frühaufklärung in das strategische Management.....	25
2.1.2.4 Einbettung strategischer Frühaufklärung in die Subsysteme des strategischen Managements.....	28
2.1.3 Angrenzende Formen zukunftsorientierter Umfeldaufklärung	31
2.1.3.1 Angrenzung zur Zukunftsforschung	32
2.1.3.2 Angrenzung zur Technologiefrühaufklärung und Technikfolgenabschätzung	33
2.1.3.3 Angrenzung zum Issues Management	35
2.1.3.4 Angrenzung zur Competitive Intelligence	38
2.2 Forschungsentwicklung zur strategischen Frühaufklärung	39
2.2.1 Leitgedanken strategischer Frühaufklärung	39
2.2.1.1 Konzept der schwachen Signale	39
2.2.1.2 Diffusion neuer Erkenntnisse.....	45
2.2.1.3 Stakeholderbetrachtung.....	49

2.2.2	Unterscheidungsmerkmale von Frühaufklärungsansätzen.....	55
2.2.2.1	Operativer versus strategischer Führungsansatz.....	56
2.2.2.2	Umfang der Aufklärungsfunktion	58
2.2.2.3	Methodische Grundkonzepte der Frühaufklärung.....	58
2.2.2.4	Weitere Unterscheidungsmerkmale.....	61
2.3	Implementierung strategischer Frühaufklärung	63
2.3.1	Anforderungen an die Implementierung	63
2.3.1.1	Bedeutung der Unternehmenskultur	65
2.3.1.2	Bedeutung interner Kommunikation	68
2.3.2	Gestaltung der Implementierung	71
2.3.2.1	Prozess der strategischen Frühaufklärung	72
2.3.2.2	Aufbauorganisatorische Anbindung strategischer Frühaufklärung	78
2.3.2.3	Aufgabenträger und Nutzer strategischer Frühaufklärung	84
2.3.2.4	Instrumente strategischer Frühaufklärung	86
2.3.3	Implementierungsbarrieren.....	87
2.3.3.1	Ursachen für Implementierungsbarrieren.....	88
2.3.3.2	Ansätze zur Überwindung von Implementierungsbarrieren.....	92
2.4	Zusammenfassung der theoretischen Erkenntnisse	94
3	Empirische Bestandsaufnahme strategischer Frühaufklärung	97
3.1	Konzeption der Untersuchung.....	97
3.1.1	Forschungsmethodik.....	97
3.1.1.1	Fallstudienmethode als Forschungsstrategie	97
3.1.1.2	Informationsinstrumente.....	100
3.1.1.3	Auswertung der erhobenen Daten	103
3.1.2	Design und Ablauf der Untersuchung.....	104
3.1.2.1	Empirie A: Multiple Forschungsfallstudie	105
3.1.2.2	Empirie B: Singuläre Forschungsfallstudie.....	108
3.1.3	Gütekriterien qualitativer Forschung	112
3.2	Ergebnisse der multiplen Forschungsfallstudie.....	113
3.2.1	Analyserahmen für Aktivitäten strategischer Frühaufklärung.....	113
3.2.2	Analyse der strukturellen Faktoren	116

3.2.2.1	Analyse des Faktors Zielsetzung.....	116
3.2.2.2	Analyse des Faktors aufbauorganisatorische Anbindung	121
3.2.2.3	Analyse des Faktors Strategieanbindung	125
3.2.2.4	Analyse des Faktors Aufgabenträger	128
3.2.3	Analyse der kontextuellen Faktoren.....	132
3.2.3.1	Analyse des Faktors Top-Management Unterstützung	132
3.2.3.2	Analyse des Faktors Unternehmenskultur	133
3.2.4	Analyse der prozessuellen Faktoren.....	136
3.2.4.1	Analyse der Faktoren Erfassung und Bewertung.....	136
3.2.4.2	Analyse der Faktoren Kommunikation und Handlung	141
3.2.4.3	Analyse der Faktoren interne und externe Stakeholderinteraktion	144
3.2.4.4	Analyse des Faktors Evaluation.....	147
3.3	Ergebnisse der singulären Forschungsfallstudie.....	148
3.3.1	Beschreibung des Issues „gesellschaftliche Wirkungen von Pervasive Computing“	148
3.3.2	Beschreibung des Projektes „Wirkungen pervasiver IKT“	153
3.3.2.1	Zielsetzung und Überblick über das Projekt.....	153
3.3.2.2	Phase 1: Workshopreihe (März – Dezember 2005).....	155
3.3.2.3	Phase 2: Weichenstellung (Januar – März 2006).....	162
3.3.2.4	Phase 3: RFID-Selbstverpflichtung (April 2006 – März 2007).....	163
3.3.3	Analyse des Projektes „Wirkungen pervasiver IKT“.....	165
3.3.3.1	Strategische Frühaufklärung in der Techno AG	166
3.3.3.2	Analyse der strukturellen Faktoren	171
3.3.3.3	Analyse der kontextuellen Faktoren	173
3.3.3.4	Analyse der prozessuellen Faktoren	173
3.3.4	Bewertung des Projektes „Wirkungen pervasiver IKT“.....	180
3.4	Zusammenfassende Diskussion der empirischen Erkenntnisse.....	181
4	Handlungsempfehlungen für eine wirksame strategische Frühaufklärung.....	187
5	Zusammenfassung und Darstellung des weiteren Forschungsbedarfs.....	201
Anhang.....		205
Literaturverzeichnis		213