

Alexander Fink
Andreas Siebe

Szenario-Management

Von strategischem Vorausdenken zu
zukunftsrobusten Entscheidungen

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Vorwort	7
Einführung	9
Kapitel 1	
Wie wir mit Zukunft umgehen	29
Kapitel 2	
Szenarien in Unternehmen – Methoden und Konzepte	39
Teil I	
Szenario-Entwicklung	63
Kapitel 3	
Szenario-Entwicklung, Phase 1 – Schlüsselfaktoren	72
Kapitel 4	
Szenario-Entwicklung, Phase 2 – Zukunftsprojektionen	88
Kapitel 5	
Szenario-Entwicklung, Phase 3 – Szenarien und Zukunftsraum	100
Teil II	
Szenario-Interpretationen	123
Kapitel 6	
Szenarien aufbereiten und kommunizieren	126
Kapitel 7	
Szenarien bewerten und verfolgen	145
Kapitel 8	
Chancen, Gefahren und Handlungsoptionen ableiten	161

Teil III	
Strategie	169
Kapitel 9	
Mit Strategieszenarien den eigenen Möglichkeitsraum erfassen	176
Kapitel 10	
Mit Szenarien zukunftsrobuste Strategien entwickeln	194
Teil IV	
Innovation	231
Kapitel 11	
Mit Szenarien zu neuen Marktleistungen (New Product Development) .	240
Kapitel 12	
Mit Szenarien zu neuen Märkten (New Market Development)	253
Kapitel 13	
Mit Szenarien zu neuen Geschäftsfeldern und neuen Geschäftsmodellen (New Business Development)	266
Teil V	
Veränderung	281
Kapitel 14	
Organisation von Szenario-Prozessen	288
Kapitel 15	
Mit Szenarien zu strategischer Früherkennung	298
Danksagung	322
Register	324
Anmerkungen	329