

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
<b>Teil I</b>	
<b>Szenario-Entwicklung</b> .....	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
<b>Teil II</b>	
<b>Szenario-Interpretationen</b> .....	123
Kapitel 6	
Szenarien aufbereiten und kommunizieren .....	126
Kapitel 7	
Szenarien bewerten und verfolgen .....	145
Kapitel 8	
Chancen, Gefahren und Handlungsoptionen ableiten .....	161

<b>Teil III</b>	
<b>Strategie</b> . . . . .	169
Kapitel 9	
Mit Strategieszenarien den eigenen Möglichkeitsraum erfassen . . . . .	176
Kapitel 10	
† Mit Szenarien zukunftsrobuste Strategien entwickeln . . . . .	194
<b>Teil IV</b>	
<b>Innovation</b> . . . . .	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
<b>Teil V</b>	
<b>Veränderung</b> . . . . .	281
Kapitel 14	
Organisation von Szenario-Prozessen . . . . .	288
Kapitel 15	
Mit Szenarien zu strategischer Früherkennung . . . . .	298
Danksagung . . . . .	322
Register . . . . .	324
Anmerkungen . . . . .	329