

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Danksagung	7
Management Summary	8
1 Einführung	9
1.1 Ausgangslage und Zielsetzung	9
1.2 Aufbau der Arbeit	10
1.3 Konzeption und Begriffsabgrenzung	10
2 Gestaltungsfelder in Innovation Foresight	13
2.1 Organisation des Innovation Foresight	13
2.2 Innovation-Foresight-Prozessansätze	15
2.3 Innovation-Foresight-Reifegradmodell	17
2.4 Methoden im Innovation Foresight	21
2.4.1 Typologien von Foresight-Methoden	22
2.4.2 Beschreibung und Kombination ausgewählter Methoden	24
3 Thesen für ein wirksames Innovation Foresight	29
3.1 Innovation Foresight und Kontext	29
3.2 Vernetzung von technischen, ökonomischen und sozialen Faktoren in Innovation Foresight	30
4 Fall-Vignetten	37
4.1 Methodik	37
4.2 Swisscom	37
4.2.1 Unternehmen und Umfeld	37
4.2.2 Innovationsmanagement	38

4.2.3	Innovation Foresight	39
4.2.4	Diskussion der Fall-Vignette	41
4.3	Lonza	42
4.3.1	Unternehmen und Umfeld	42
4.3.2	Innovationsmanagement	43
4.3.3	Innovation Foresight	44
4.3.4	Diskussion der Fall-Vignette	46
4.4	Schweizerische Post	47
4.4.1	Unternehmen und Umfeld	47
4.4.2	Innovationsmanagement	48
4.4.3	Innovation Foresight	48
4.4.4	Diskussion der Fall-Vignette	49
4.5	Festo	49
4.5.1	Unternehmen und Umfeld	49
4.5.2	Innovationsmanagement	50
4.5.3	Innovation Foresight	52
4.5.4	Diskussion der Fall-Vignette	54
4.6	IBM	54
4.6.1	Unternehmen und Umfeld	54
4.6.2	Innovationsmanagement	55
4.6.3	Innovation Foresight	55
4.6.4	Diskussion der Fall-Vignette	59
4.7	Auswertung	59
5	Gestaltungsempfehlungen	63
6	Literatur	67