

Inhalt

Über die Autoren

Outline

1.	Einleitung: Ungewissheiten beim Innovieren mit Corporate Foresight.....	11
1.1	Spezifika deutscher betrieblicher Zukunftsforschung.....	14
1.2	Erkenntnisinteresse: Lohnt Planen ins Ungewisse?.....	20
2.	Das Beispiel Smart: Zukunftsforschung über urbane Mobilität.....	32
2.1	Entstehung des Konzepts.....	32
2.2	Die drei Phasen des Foresight-Prozesses.....	35
2.3	Lernkurven.....	49
3.	Antizipatorische Zukunftsforschung: Hypothesen, Leitlinien, Lernkurven.....	55
3.1	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	62
3.2	Schlussfolgerungen.....	66
	Literatur.....	73
	Es gibt noch Scheinriesen! Anstelle eines Nachwortes.....	79