

## Schlussbemerkung

Die Schwäche der pragmatischen Umsetzung der *Weak Signal Research* resultierte aus dem Versuch, sie zu einem strategischen Instrument der betrieblichen Routine zu standardisieren. Dieser Versuch ist, wie im betreffenden Kapitel beschrieben, nicht gelungen. Er ist aber auch nicht gescheitert, weil er ein wesentliches Element der Strategie deutlicher hat werden lassen: die Bereitschaft zur Offenheit und zur Anerkennung dessen, was Nassim Taleb als unausweichliche Kontingenz (Randomness) bezeichnete. Genau an diesem Punkt setzt das vernetzte Wissen der diversifizierten Mitarbeiterschaft an, die in einem klassischen Diskurs ihre jeweils individuellen Perspektiven zu der Erzählung über die Wirklichkeit beitragen kann – wenn das Strategische Management die Freiräume für diese Kommunikation eröffnet. Nur in dieser Konstellation kann jene soziologische Leistung begründet werden, die passgenau den Aufgaben des Unternehmens entspricht: Wissen über die Welt zu sammeln, zu ordnen, zu erklären und schließlich in die für ein Unternehmen bedeutsamen Kontexten produktiv zu integrieren. Das ähnelt keineswegs der Aufgabe eines Schwarms, der zwangsläufig zu besseren Ergebnissen komme als der Einzelne. Bei komplexen Herausforderungen, deren Struktur unbekannt ist, bietet ein Schwarm weit geringere Gewähr für Lösungen als ein Diskurs. Dass die Sozialwissenschaften – also noch einmal: die soziologisch inspirierte Wirtschaftswissenschaft wie die Soziologie, die Sozialpsychologie, die ernsthafte Version der Neuroökonomie wie die Kommunikations- oder die betriebswirtschaftliche Personalwissenschaft – als hilfreiche Grundierungen genutzt werden können, steht für alle Autoren außer Frage. Ob sie es denn als Disziplin insgesamt auf die angemessene Weise realisieren will, bleibt offen. Dass sie es kann, zeigt sie oft genug – auch in publizistisch durchaus ebenso interessanten wie unterhaltsamen und doch gleichzeitig kultur- und konsumtheoretisch bedeutsamen Projekten – etwa zur zeitlichen Logik der Austauschrate von Hunderassen und Babynamen (Bentley et al. 2007), der Frage, was die Wissenschaften in den nächsten 50 Jahren zu bieten haben könnten (Brockman 2002b), oder der Frage, warum Wellensittiche niemals *Hasso* heißen (Rust 2004).

Gleichzeitig werden gerade Unternehmen mit einer solchen Unternehmenskultur bereit sein, die unabhängige Wissenschaft zu konsultieren, um die tieferen Beweggründe der Gesellschaft zu begreifen, in der ihre Märkte entstehen. Der beste Weg, die Wissenschaft zu nutzen, ist ihr jene inhaltliche und methodologische Unabhängigkeit zu lassen, die die Trendforschung opportunistisch aufgege-

ben hat. Erst aus der Unabhängigkeit ohne die Zwänge, verkaufen zu müssen und zu diesem Zweck einem unablässigen Zwang zur Entwicklung von Zukünften ausgesetzt zu sein, werden jene Kompetenzen geschärft werden können, die zur Entdeckung von ‚schwachen Signalen‘, Trends, Anhaltspunkten oder überraschenden Einsichten hilfreich sind.

Die Geschichte der Organisationssoziologie ist voll von Erkenntnissen, die genau so entstanden sind und heute zu den wichtigen Elementen des Strategischen Managements zählen. Viele sind an illustren Universitäten (und nicht selten als Nebenprodukte einer Auftragsforschung) entstanden – wie Elton Mayos Begründung der Human Relations-Wissenschaft an der Harvard Business School, die Beobachtung der „Cultural Lags“ durch William Ogburn, die Feldtheorie des Kurt Lewin, Thorstein Veblens Beschreibung der „Conspicuous Consumption“ mehr als hundert Jahre vor der Wiederentdeckung durch die konsumorientierte Boulevardforschung oder die Motivationsforschung, die sich in den Arbeiten eines Howard Gardner vollendet – eines pädagogischen Psychologen, der regelmäßig in der *Harvard Business Press* publiziert. Diese Forscher hatten und ungezählte andere haben die Freiheit, über Dinge nachzudenken, die niemand in Auftrag gibt. Sie besaßen und besitzen das Vertrauen ihrer Universitäten und der Praxis, vor allem deshalb, weil sie nachweislich drei Dinge vermeiden: strategischen Opportunismus, methodologische Scharlatanerie und semantische Unsinnigkeiten des rhetorischen Konstruktivismus. Ihre Befunde und die angelegten Diskurse von ambitionierten Mitarbeitern unter der Ägide kooperativer Führungskräfte sind die Garanten für eine vorurteilsfreie und sachgerechte Gestaltung der Zukunft. Eine Wirtschaft, die sich wirklich mit der Zukunft auseinandersetzen will, wird auf diese beiden Quellen setzen: auf eine von ihnen unmittelbaren Interessen unabhängige Sozialwissenschaft und die Sensibilität aller Beteiligten, die in einem Diskurs flexibel auf die Herausforderungen reagieren, die keiner erwartet hat. Alle Versuche, die Zukunft auf der Grundlage von Trends zu beschreiben, so hübsch oder exotisch sie mitunter erscheinen, haben nichts zu Tage gefördert als Illusionen.

# Literaturliste

- Aburdene, P. 2005: Megatrends 2010: The Rise of Conscious Capitalism. Charlottesville, VA: Hampton Roads Publishing Company
- Aichholzer, G. 2001a: Delphi Austria: An Example of Tailoring Foresight to the Needs of a Small Country. ITA manu:script, ITA-01-02, December, S. 18 [http://www.oeaw.ac.at/ita/pdf/ita\\_01\\_02.pdf](http://www.oeaw.ac.at/ita/pdf/ita_01_02.pdf)
- Aichholzer, G. 2001b: The Austrian Foresight Program: Organization and Expert Profile. *International Journal of Technology Management* 21, 7/8, 739-755
- Albert, H. 1957: Theorie und Prognose in den Sozialwissenschaften. Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, 93. Jg. 60-67; später u.a. in: Topitsch, E. (Hg.) 1965: Logik der Sozialforschung. Köln: Westdeutscher Verlag
- Althoff, S. 1993: Auswahlverfahren in der Markt-, Meinungs- und empirischen Sozialforschung. Pfaffenweiler: Centaurus Verlagsgesellschaft
- Ansoff, I. 1980: Strategic Issue Management. *Strategic Management Journal* Jg. 1, 131-148
- Ansoff, I. 1976: Managing Surprise and Discontinuity. *Strategic Response to Weak Signals*. Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung. 28. Jg. S. 129-152
- Atteslander, P. 1995: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: de Gruyter
- Bell, D. 1963: Douze modes des Prévision. *Bulletin Sedeis* 863, Supplement Futuribles 64
- Bell, D. 1976: The Coming of the Postindustrial Society. New York: Basic Books
- Bentley, A. et al. 2007: Regular rates of popular culture change reflect random copying. *Evolution and Human Behavior*. Jg. 28, 3, 151-158
- Beutmeyer, W., Seidl, C. 2006: Die Marke Ich. Frankfurt/M.: Redline Wirtschaftsverlag
- Böltkén, F. 1976: Auswahlverfahren, eine Einführung für Sozialwissenschaftler. Stuttgart: Teubner
- Bortz, J. 1984: Lehrbuch der empirischen Forschung. Berlin: Springer
- Boudewijns, J. M. 2005: Learning organizations and Unwritten Rules. Dissertation Nijmegen School of Management: Universität Nijmegen.
- Boudewijns, J. M. 2001: An Interpretative Framework for Searching Barriers to Organisational Learning. In J. Streumer (Hg.): *Perspectives on Learning at the Workplace: Theoretical Positions, Organisational Factors, Learning Processes and Effects*. Proceedings Second Conference HRD Research and Practice across Europe, January 26-27, 101-106
- Brockman, J. 1991: The Third Culture. [http://www.edge.org/3rd\\_culture](http://www.edge.org/3rd_culture)
- Brockman, J. 1995: The Third Culture: Beyond the Scientific Revolution. New York: Simon & Schuster. Hier zitiert nach: <http://www.edge.org/documents/ThirdCulture/d-Contents.html>
- Brockman, J. 2002a: The New Humanists. *Edge* 100. <http://www.edge.org/documents/archive/edge100.html>

- Brockman, J. (Hg.) 2002b: *The Next Fifty Years. Science in the First Half of the Twenty-first Century*. New York: Vintage
- Canton, J. 2007: *The Extreme Future: The Top Trends That Will Reshape the World for the Next 5, 10, and 20 Years*. New York: Penguin Books
- Calvino, I. 2000: *Eremit in Paris. Autobiographische Blätter*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag
- Castells, M. 2001: *Das Informationszeitalter. Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur*. Bd. 1: *Die Netzwerkgesellschaft*. Opladen: Leske + Budrich
- Churchman C. W. 1961: *Prediction and Optimal Decision*. Eglewood Cliffs: Prentice Hall
- Clark. C. 1940: *The Condition of Economic Progress*. London: McMillan
- Clemens, W., Strübing, J. (Hg.) 2000: *Empirische Sozialforschung und gesellschaftliche Praxis*. Opladen: Leske + Budrich
- Coffman, S. 1997: *Weak Signal Research*. <http://www.mgtaylor.com/mgtaylor/jotm/winter97/wsrintro.htm>
- Cordini, M. 2007: *Vertrauen im Prozess komplexer Systeme: zur Führungsfunktion des Mittelmanagements als Hauptträger personellen Vertrauens*. Dissertation. Universität Hannover
- Cross, R. L., Parker, A. 2004: *The Hidden Power of Social Networks: Understanding How Work Really Gets Done in Organizations*. Boston: Harvard Business School Press
- Diekmann, A. 2005: *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Drucker, P. 1957: *America's Next Twenty Years*. New York: Harper & Brothers
- Drucker, P. 1969: *The Age of Discontinuity. Guidelines to Our Changing Society*. New York: Harper & Row
- Drucker, P. 1981: *Toward the Next Economics, and Other Essays*. New York: Harper & Row
- Dukes, W. F. 1965:  $N = 1$ . *Psychological Bulletin*. Jg. 64, 74-79
- Enzensberger, H. M. 1988: *Mittelmaß und Wahn*. Frankfurt/M.: Suhrkamp
- Fisher, A. 1939: *Production – Primary, Secondary, and Tertiary: The Economic Record* 15. Juni, 24-38
- Flechtheim, O. K. 1973: *Futurologie. Der Kampf um die Zukunft*. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuch
- Flick, U., von Kardoff, E., Steinke, I. 2000 (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Florida, R. 2004: *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books
- Florida, R. 2008: *Who's your City?* New York: Basic Books
- Forsthuber, M: *Futur unexakt*. *Trend. Das österreichische Wirtschaftsmagazin* 11/2005, 187-190
- Fourastié, J. 1949: *Le Grand Espoir du XXe siècle. Progrès technique, progrès économique, progrès social*. Paris: Presses Universitaires de France
- Fourastié, J. 1955: *La prévision économique et la direction des entreprises*. Paris: Presses universitaires de France
- Freund, A. M. (Hg.) 2005: *Selbstorganisation*. Wien: Böhlau,

- Friedrichs, J. 1973: Methoden empirischer Sozialforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Friedrichs, J. 2008: Gestatten Elite. Auf den Spuren der Mächtigen von morgen. Hamburg: Hoffmann & Campe
- de Francesco, G. 1936: Der Scharlatan. Ciba-Zeitschrift Sept. Nr.37b <http://www.amuseum.de/medizin/CibaZeitung/sep36.htm>
- Gansterer, H. 2004: Horx, Ludwig, Rust. Konstruktive Anmerkung zu drei Gentlemen, damit die kommende Wellness-Epoche nicht zu einer Illness-Katastrophe wird. In ders.: Good News, S. 20-22 [http://www.marketing-trendinformationen.de/studien/58/lebensstile2020\\_inh\\_vorw\\_fax.pdf](http://www.marketing-trendinformationen.de/studien/58/lebensstile2020_inh_vorw_fax.pdf)
- Gansterer, H. 2007: Essay. Trend 6/2007, 17 [http://www.conecta.com/deutsch/presse/interviews/carmann\\_stehaufmandln.html](http://www.conecta.com/deutsch/presse/interviews/carmann_stehaufmandln.html)
- Gartner, A., Riessmann F. 1978: Der aktive Konsument in der Dienstleistungsgesellschaft. Zur politischen Ökonomie des tertiären Sektors. Frankfurt/M.: Suhrkamp
- Gerken, G., Konitzer, M. 1995: Trends 2015. Ideen, Fakten, Perspektiven. Bern, München, Wien: Scherz
- Gloor, P. A., Cooper, S. 2007: Coolhunting: Chasing Down the Next Big Thing. Norwood, MA: American Management Association: (Amacom) Publishing
- Gloor, P. A. 2008: Schwarmkreativität. Selbstorganisation in virtuellen Teams fördert Innovation. HR Today 5, 2008, 34-37
- Groys, B. 1999: Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuch
- Gould, S. J. 2006: Die Lügensteine von Marrakesch. Vorletzte Erkundungen der Naturgeschichte. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Hammond J. L. 1986: Yuppies. The Public Opinion Quarterly, 50. Jg. 4, 487-501
- Harris, D., Zeisler S. 2002: Weak Signals: Detecting the Next Big thing. The Futurist 36, 21-28 <http://www.zeislerassociates.com/WeakSignalsFuturist.pdf>
- Hartmann, M. 2002: Der Mythos von den Leistungseliten: Spitzenkarrieren und soziale Herkunft in Wirtschaft, Politik, Justiz und Wissenschaft. Frankfurt/M.: Campus
- Heugens, P. 2003: Strategic Issues Management and Organizational Outcomes. Discussion Paper Series Nr: 03-11. Utrecht: Tjalling C. Koopmans Research Institute; vgl. auch ders.: Strategic Issues Management: Implications for Corporate Performance. Business Society 2002; 41: 456-468
- Hopf, C., Weingarten, E. (Hg.) 1993: Qualitative Sozialforschung. Stuttgart: Klett-Cotta
- Horx, M. 1997: Das Zukunftsmanifest. Aufbruch aus der Jammerkultur. München: Econ/List
- Horx, M. 2001: Smart Capitalism. Frankfurt/M.: Eichborn
- Horx, M. 2003: Das neo-politische Manifest. Die Zukunft der Politik und das Elend der derzeitigen Reformdebatte. Website des Zukunftsinstituts 2003; auch veröffentlicht in der Wirtschaftszeitschrift *brand eins*, Juli 2003; [http://www.horx.com/Zukunfts\\_texte/Das\\_Neo-Politische\\_Manifest.pdf](http://www.horx.com/Zukunfts_texte/Das_Neo-Politische_Manifest.pdf)
- Horx, M. 2005a: Sehnsucht nach dem Feudalismus. Rezension des Buches: Richard Sennett, Die Kultur des neuen Kapitalismus. <http://www.welt.de/data/2005/05/28/723812.html?s=1>
- Horx, M, 2005b: Wie wir leben werden. Die Zukunft beginnt jetzt. Frankfurt/M.: Campus

- Horx, M. 2005c: Gesellschaft im Wandel. In: PM 11, 46-49; Fortsetzung in weiteren Ausgaben
- Horx, M. 2005d: Trend-Report 2006. Soziokulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen. Kelkheim: Eigenverlag 2005
- Horx, M. 2005e: Leserbrief zu Forsthuber 2005, trend, Heft 11
- Horx, M. 2007a: Anleitung zum Zukunftsoptimismus. Frankfurt/M.: Campus
- Horx M. 2007b: Trend Report 2008. Soziokulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen. Kelkheim: Eigenverlag 2007
- Horx, M. 2008: Steckt Gott im Quant? PM Magazin 1, 2008, 61-65
- Horx, M, Wippermann, P. 1996: Was ist Trendforschung? München: Econ
- Horx-Straßtern, O. 2007: A Brief History of the Future: Wien: Zukunftsinstitut
- Inglehart, R. 1998: Modernisierung und Postmodernisierung. Kultureller, wirtschaftlicher und politischer Wandel in 43 Gesellschaften. Frankfurt/M.: Campus
- Janowitz, M 1975: Diskussionsbericht in Public Opinion Quarterly 39. Jg. 3, 407
- de Jouvenel, H. 1986: Cent Futuribles, et après? Futuribles 100, Juni, 3-6
- Jürgs, M. 2002: Opa Schowski und seine trendigen Enkel. In: ders.: Keine Macht den Drögen. Menschen, Medien, Sensationen. München, Goldmann, 48-50
- Kamenz, U., Wehrle 2007: Professor Untat. Was faul ist hinter den Hochschulkulissen. Berlin: Econ
- Kant, I. 1795: Zum ewigen Frieden. <http://www.philosophiebuch.de/ewfried.htm>
- Kappelhoff, P. 2001: Komplexitätstheorie: Neues Paradigma für die Managementforschung? Download unter: [http://www.wiwi.uni-wuppertal.de/kappelhoff/papers/kt\\_management.pdf](http://www.wiwi.uni-wuppertal.de/kappelhoff/papers/kt_management.pdf); publiziert in G. Schreyögg, P. Conrad (Hg.) 2002: Managementforschung 12, 49-101;
- Kelly, P. 1996: Rezension Naisbitt, J.: Megatrends Asia. Pacific Affairs. 69, 3, 397-39
- Kets de Vries, M. 2004: Führer, Narren und Hochstapler: Die Psychologie der Führung. Stuttgart: Klett Cotta
- Könnöla, T., Brummer, V., Salo, A. 2005: Diversity in Foresight. Insights from the Fostering of Innovation Ideas. <http://www.sal.hut.fi/Publications/pdf-files/mkon05c.pdf>
- Koolwijk, van, J., Wieken-Mayser, M. (Hg.) 1974: Techniken der empirischen Sozialforschung. Band 3. Erhebungsmethoden: Beobachtung und Analyse von Kommunikation. München: Oldenburg
- Korn Ferry 1989: Reinventing the CEO. 21st Century Report. New York: Korn Ferry, Columbia University
- Koschnick, W. J. 2006: Von der Poesie der schönen Namensgebung. Glanz und Elend der Lifestyle-Typologien. In: Koschnick W. J. (Hg.): Focus Jahrbuch 2006. Schwerpunkt Lifestyle-Forschung. München: Focus Verlag, 43-96
- Kracht, C. 1995: Faserland. München: Goldmann
- Kreibich, R. 2006: Zukunftsforschung. Arbeits-Bericht Nr. 23. Berlin: Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung. Download unter: [http://www.izt.de/fileadmin/downloads/pdf/IZT\\_AB23.pdf](http://www.izt.de/fileadmin/downloads/pdf/IZT_AB23.pdf)
- Kromrey, H. 1986: Empirische Sozialforschung. Opladen: Leske + Budrich
- Kühl, S. 2003: Das Theorie-Praxis-Problem in der Soziologie. Soziologie. 32. Jg. Heft 4, S. 7-19

- Kuran, T. 1997: *Leben in Lüge: Präferenzverfälschungen und ihre gesellschaftlichen Folgen*. Tübingen: Mohr, Siebeck
- Lamiell, J. T. 1981: *Toward an Idiographic Psychology of Personality*. *American Psychologist* 36, 276-289
- Lanthaler, W., Zugmann, J. 2000: *Die Ich-Aktie. Mit neuem Karrieredenken auf Erfolgskurs*. Frankfurt/M.: Frankfurtur Allg. Buch
- Lanier, J. 2006: *Digital Maoism: The Hazards of the New Online Collectivism* [http://edge.org/3rd\\_culture/lanier06/lanier06\\_index.html](http://edge.org/3rd_culture/lanier06/lanier06_index.html); Diskussion zu Laniers Essay: [http://edge.org/discourse/digital\\_maoism.html](http://edge.org/discourse/digital_maoism.html)
- Lazarsfeld, P. F., Berelson B., Gaudet, H. 1968: *The People's Choice*. New York: Columbia University Press
- Lazarsfeld, P. F., Henry. N. W. 1968: *Latent Structure Analysis*. Boston: Houghton Mifflin. Eine kürzere Fassung findet sich in Lazarsfeld, P. F. 1959: *Latent Structure Analysis. Psychology: A Study of a Science*, Vol. 3, S. Koch (ed.). New York: McGraw-Hill.
- Levinson, J. C. 1992: *Guerilla-Marketing. Offensives Werben und Verkaufen für kleinere Unternehmen*. Frankfurt/M.: Campus
- Lienert, G. A., Raatz, U. 1994): *Testaufbau und Testanalyse*. Weinheim: Beltz
- Liessmann, K. P. 2007: *Zukunft kommt! Über säkularisierte Heilserwartungen und ihre Enttäuschung*. Graz: Styria
- Massenet, M. 1963a: *Méthodologiques sur les futuribles*, *Bulletin Sedeis, Futuribles* 52; ders. 1963b: *Les methodes de prévision en sciences sociale*, *Bulletin Sedeis, Futuribles* 66.
- Michaels, E., Handfield-Jones, H., Axelrod, B. 2001: *The War for Talents*. New York: McGraw Hill (erstmalig 1997 Harvard Business School Press)
- Michalski, K., Schenck, P. 2007: *Flexibilität – Müssen, Können, Wollen*. Hamburg: Trendbüro
- Mousli, B., Roëls, C. 1995: *Futuribles. Naissance et Histoire d'une Revue de Prospective*. *La Revue des Revues*, 20, 105-116
- Müller, F. 2003: *Alles wird gut: Wie Matthias Horx den Weg vom Trendpapst zum Nostradamus unserer Zeit bewältigt hat*. *Jungle World* 53 [jungle-world.com/seiten/2003/52/2324.php](http://jungle-world.com/seiten/2003/52/2324.php)
- Naftulin D. H. et al. 1973: *The Doctor Fox Lecture: A Paradigm of Educational Seduction*. *Journal of Medical Education* 48, 7, 630-635
- Naisbitt, J. 1982: *Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives*. New York: Warner Books
- Naisbitt, J. 2002: *Das Gesetz der Gesellschaft. Selbstorganisation als Zentrum unserer Zukunft*. In: Kühlen, M. (Hg): *Was kommt nach der Informationsgesellschaft?* Gütersloh: Verlag der Bertelsmann-Stiftung, 222-248
- Naisbitt, J. 2006: *Mind-Set!* München: Hanser
- Neff, T., Citrin J. M. 1999: *Lessons from the Top. The Search for America's Best Business Leaders*. New York: Doubleday
- Noelle-Neumann, E., Köcher, R. 1987: *Die verletzte Nation. Über den Versuch der Deutschen, ihren Charakter zu ändern*. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt

- ÖVP-Pressedienst: Das Österreich-Geheimnis. Rezension Horx, M. Glückliches Österreich. [http://www.modernpolitics.at/service/buchrezensionen/index.php?id\\_text=197](http://www.modernpolitics.at/service/buchrezensionen/index.php?id_text=197)
- Opaschowski, H. 2002: Wir werden es erleben. Zehn Zukunftstrends für das Leben von morgen. Darmstadt: Primus
- Opaschowski, H. 2006: Deutschland 2020. Wie wir morgen arbeiten und leben – Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag
- Opp, K. D. 1999: Methodologie der Sozialwissenschaften. Einführung in Probleme ihrer Theoriebildung und praktischen Anwendung. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Osgood, C. E., Saporta, S. Nunnally J. G., 1956: Evaluative Assertion Analysis. *Litera*, 3. Jg. Heft 1, 47-102
- Peters, T. 2001: Selbstmanagement. Machen Sie aus sich eine Ich-AG. München: Econ; im Original: Reinventing Work. The Brand You. New York: Knopf
- Pfadenhauer, M. 2004: Wie forschen Trendforscher? Zur Wissensproduktion in einer umstrittenen Branche. 5, No. 2, Art. 36-Mai 2004. <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-04/2-04pfadenhauer-d.htm>
- Popcorn, F. 1990: The Popcorn Report: Faith Popcorn on the Future of Your Company, Your World, Your Life, New York: Harper Collins/Harperbusiness
- Popcorn, F., Marigold, L., Bierenbroodspot, G. 1996: Clicking: 16 Trends to Future Fit Your Life, Your Work, and Your Business. New York: Harper Collins/Harperbusiness
- Popcorn, F. 1996: Trend spotting: futurist reveals 16 forces shaping America. Interview Robert McGarvey mit Faith Popcorn. *Entrepreneur*, Dezember
- Rammert, W. 1998: Innovation im Netz. Neue Zeiten für technische Innovationen: heterogen verteilt und interaktiv vernetzt. Hier zitiert nach: <http://www2.tu-berlin.de/~soziologie/Crew/rammert/articles/Motor.html#fn0#fn0>
- Rampton, S., Stauber, J. 2001: Questioning Authority: Trust Us, We're Experts! New York: Jeremy P. Tarcher: Putnam Publisher
- Rapaille, C. 2006: Gespräch mit GDI Impuls, Ausgabe Winter 2006; siehe auch: Interview mit Public Broadcasting System, 9. November 2004 unter: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/persuaders/interviews/rapaille.html>
- Rheingold, H. 2002: Smart Mobs: The Next Social Revolution. New York: Basic Books
- Rust, H. 1995: Trends. Das Geschäft mit der Zukunft. Wien: Kremayr & Scheriau
- Rust, H. 1998: Österreich 2013. Eine Querschnittanalyse des Programms Delphi-Austria. Wien: Bundesministerium für Wissenschaft, Technologie und Verkehr
- Rust, H. 2002: Zurück zur Vernunft. Wenn Gurus, Powertrainer und Trendforscher nicht mehr weiterhelfen. Wiesbaden: Gabler
- Rust, H. 2004: Warum der Wellensittich niemals Hasso heißt. Wien: Picus Verlag
- Rust, H. 2005: Das Elitemisverständnis. Wiesbaden/Hamburg: Gabler Wirtschaftsverlag/Financial Times
- Rust, H. 2006: Trend-Soziologismen. Die Überfremdung der professionellen Soziologie durch feuilletonistische Nutzwerttheorien und ihre Lieferanten. *Soziologie* 35. Jg. 2, 143-160
- Rust, H. 2007: Homo neurooeconomicus. *Soziologie*. 36, 3, 264-279
- Sattelberger, T. 1999: Wissenskapitalisten oder Söldner? Personalarbeit in Unternehmensnetzwerken des 21. Jahrhunderts. Wiesbaden: Gabler



- Schnell, R., Hill, P.B., Esser, E., 1995: Methoden der Empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Scholl, W. 2006: Evolutionäres Ideenmanagement. In: Sommerlatte, T., Beyer, G. (Hg.): Innovationskultur und Ideenmanagement. Düsseldorf: Symposium.
- Schonfield, A. 1969: Thoughts About the Future. Der Monat. Volltext unter <http://files.osa.ceu.hu/holdings/300/8/3/text/98-1-181.shtml>
- Scott-Morgan, P. 2004: The Unwritten Rules of the Game: Master Them, Shatter Them, and Break Through the Barriers to Organizational Change. New York: McGraw-Hill Companies
- Senge, P. 2006: Die fünfte Disziplin, Kunst und Praxis der lernenden Organisation. Stuttgart: Klett Cotta
- Sherden, W. A. 1998: The Fortune Sellers. The Big Business of Buying and Selling Predictions. New York: John Wiley & Sons
- Simon H. 1996: Hidden Champions. Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer. Frankfurt/M.: Campus
- Simon, H. 2007: Hidden Champions des 21. Jahrhunderts: Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer. Frankfurt/M.: Campus
- Steinmüller, K.H. 1997: Grundlagen und Methoden der Zukunftsforschung. Szenarien, Delphi, Technikvorausschau. Gelsenkirchen: Sekretariat für Zukunftsforschung. Werkstattbericht 21; [http://www.institutfutur.de/\\_service/download/methodenzukunftsforschung\\_sfz-wb21.pdf](http://www.institutfutur.de/_service/download/methodenzukunftsforschung_sfz-wb21.pdf)
- Tichy, G. 2001a: Erfordert die Informationsgesellschaft flexiblere Arbeitszeiten? Perspektiven der Wirtschaftspolitik 4, 1, 29-41 <http://www.oeaw.ac.at/ita/ebene5/GTperspektiven.pdf>
- Taleb, N. 2001: Fooled by Randomness: The Hidden Role of Chance in the Markets and Life. New York: Texere Publishing
- Tichy, G. 2001b: The Decision Delphi As a Tool of Technology Policy. The Austrian Experience, International Journal of Technology Management. 21 7/8, 765-766
- Tomlin, R. 2004: Neuroscience Breaks down Soft Drink ‚Battle‘ Inside Brain. Baylor College Website. 3, 9: [http://www.bcm.edu/fromthelab/vol03/is9/04nov\\_n2.htm](http://www.bcm.edu/fromthelab/vol03/is9/04nov_n2.htm)
- Toffler, A. 1970: Future Shock. Hier zitiert nach der Taschenbuchausgabe 1971, London: Pan Books
- Tortorello, M. 1998: How a Minneapolis Consulting Trio Discovered the ‚Iconogasm‘ and other Tales from the Trendspotting Business. City Pages. Minneapolis, 25. Februar
- Trendbüro 2007: Sinnstifter Design – der Wert von Design für den Lifestyle der Upgrade-Gesellschaft. Hamburg
- Uskali, T. 2005: Paying Attention to Weak Signals – the Key Concept for Innovation Journalism. Innovation Journalism 2, 11, Aug 30. <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-11.pdf>
- Watts, D. J., Dodds P. S. 2007: Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. Journal of Consumer Research. Download unter [http://cdg.columbia.edu/uploads/papers/watts2007\\_influentials.pdf](http://cdg.columbia.edu/uploads/papers/watts2007_influentials.pdf)
- Wolfe T. 2001: Zwei Männer auf dem Weg nach Westen. In ders.: Hooking Up. München: Karl Blessing, 25-81

# Web-Dokumente

Web-Dokument 1:

[http://www.gwa.de/index.php?id=302&no\\_cache=1&tx\\_drwiki\\_pi1%5Bkeyword%5D=Trendforschung](http://www.gwa.de/index.php?id=302&no_cache=1&tx_drwiki_pi1%5Bkeyword%5D=Trendforschung)

Web-Dokument 2:

<http://www.mckinsey.de/html/profil/initiativen/d2020.asp>

Web-Dokument 3:

<http://www.wilhelm-salber.de/>

Web-Dokument 4:

[http://www.beate-uhse.ag/popup/h2\\_popup\\_vortraege.php?news=0&m=4&s=4](http://www.beate-uhse.ag/popup/h2_popup_vortraege.php?news=0&m=4&s=4)

Web-Dokument 5:

[http://www.dpv.de/grunerjahr/html/1179/emotiontrendstudie\\_die\\_gluecksstrateginnen.html](http://www.dpv.de/grunerjahr/html/1179/emotiontrendstudie_die_gluecksstrateginnen.html)

Web-Dokument 6:

<http://www.persoendlich.com/pdf/interviews/interviews10.pdf>

Web-Dokument 7:

[http://www.gdi.ch/4th\\_ECTC\\_Statusfaction\\_Vom.1758.0.html?&L=0](http://www.gdi.ch/4th_ECTC_Statusfaction_Vom.1758.0.html?&L=0)

Web-Dokument 8:

<http://www.z-punkt.de/futurecheck.html>

Web-Dokument 9:

[http://www.welt.de/lifestyle/article1393104/Die\\_Frau\\_die\\_zielsicher\\_Trends\\_vorhersagt.html](http://www.welt.de/lifestyle/article1393104/Die_Frau_die_zielsicher_Trends_vorhersagt.html)

Web-Dokument 10:

<http://www.mgtaylor.com/mgtaylor/jotm/winter97/wsrintro.htm>

Web-Dokument 11:

<http://www.european-futurists.org/wEnglisch/programm/Presentations2007/Hiltunen1.pdf>

Web-Dokument 12:

<http://www.suck.com/daily/96/05/29>

Web-Dokument 13:  
[http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune\\_archive/1996/04/15/211475/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/1996/04/15/211475/index.htm)

Web-Dokument 14:  
<http://www.horx.com/Schluesselfragen.aspx>

Web-Dokument 15:  
<http://www.horx.com/Zukunftsforschung.aspx>

Web-Dokument 16:  
<http://www.horx.com/Schluesselfragen.aspx>

Web-Dokument 17:  
<http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/9/0,3672,2248297,00.html>

Web-Dokument 18:  
[http://www.zukunftsletter.de/zkl\\_static/about.html](http://www.zukunftsletter.de/zkl_static/about.html)

Web-Dokument 19:  
[http://www.2000x.de/zkl\\_static/about.html](http://www.2000x.de/zkl_static/about.html)

Web-Dokument 20  
<http://www.trendwatching.com/trendreport>

Web-Dokument 21  
<http://blog.nutzbar.ch/veranstaltungen/&page=1>

Web-Dokument 22  
<http://daby.baytm.de/de/2aeec0d7-271d-d46a-1f53-9ee4363c971a.html>

Web-Dokument 23:  
<http://www.zeitzuleben.de/buch/pe/deutschland.html>

Web-Dokument 24:  
[http://www.mountainrider.ch/?view\\_page=17&land=ch&stichwort=marketingman](http://www.mountainrider.ch/?view_page=17&land=ch&stichwort=marketingman)

Web-Dokument 25:  
[http://www.anita-abele.de/vortragsredner/redner\\_detail.asp?id=97](http://www.anita-abele.de/vortragsredner/redner_detail.asp?id=97)

Web-Dokument 26:  
<http://www.energiedialog.net/inhalte/programm/redner/Horx.pdf>

Web-Dokument 27:  
<http://www.wirtschaftsblatt.at/home/advertorial/264701/index.do>

Web-Dokument 28:

[http://www.gantrischpost.ch/aktuelleausgabe\\_archiv/0501/0501\\_05\\_02.php](http://www.gantrischpost.ch/aktuelleausgabe_archiv/0501/0501_05_02.php)

Web-Dokument 29:

<http://www.vorwerk.com/de/html/pressemitteilungen,archivlang,61,2006.html>

Web Dokument 30:

[http://www.rigips.de/aktuelles\\_nachrichtenarchiv\\_meldung.asp?id=227](http://www.rigips.de/aktuelles_nachrichtenarchiv_meldung.asp?id=227)

Web-Dokument 31:

<http://openpr.de/pdf/150788/EinBlick-e-in-die-Zukunft.pdf>

Web-Dokument 32:

<http://www.megatech.at/ireds-6657.html>

Web-Dokument 33:

[http://www.mvregio.de/nachrichten\\_region/74017.html](http://www.mvregio.de/nachrichten_region/74017.html)

Web-Dokument 34:

[http://www.sparinvest.at/sparinvest/faces/content/news\\_neu/presse\\_veranstaltungen/AT/20040917/default.jsp](http://www.sparinvest.at/sparinvest/faces/content/news_neu/presse_veranstaltungen/AT/20040917/default.jsp)

Web-Dokument 35:

<http://www.gutesbad.de/news.html?newsid=605>

Web-Dokument 36:

[http://www.lazardnet.com/lam/de/pdfs/trend\\_fonds.pdf](http://www.lazardnet.com/lam/de/pdfs/trend_fonds.pdf)

Web-Dokument 37:

<http://www.jalag.de/687.0.html>

Web-Dokument 38:

<http://www.e2a.de/html/archivbis1203.htm>

Web-Dokument 39:

<http://www.landtag.hessen.de/Dokumente/Plenarsitzungen/4200anl05.pdf>

Web-Dokument 40:

[http://www.modernpolitics.at/service/buchrezensionen/index.php?id\\_text=197](http://www.modernpolitics.at/service/buchrezensionen/index.php?id_text=197)

Web-Dokument 41:

<http://www.presse-service.de/data.cfm/static/690247.html>