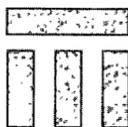


Holger Rust

Zukunfts- illusionen

Kritik der Trendforschung



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Vorbemerkung	11
1 Strategischer Opportunismus als Geschäftsidee	13
1.1 Zukunft als pragmatische Herausforderung	13
1.2 Erfolgsversprechen der Trendforschung	16
1.3 Google-Publicity als Qualitätsnachweis	20
1.4 Konfrontation mit der professionellen Forschung	22
2 Analyse der methodologischen Strategie	27
2.1 Kritik und Gegenkritik	27
2.2 Vorwurf kommerzieller Interessen	29
2.3 Wechselseitige Netzwerklegitimation	31
2.4 Methodologische ‚Scharlatanerie‘	33
3 Regeln professioneller Markt- und Zukunftsforschung	37
3.1 Akademische Quellen	37
3.2 Nichtakademische Quellen	39
3.3 Kriterien für Forschungsqualität	41
3.4 Publizistische Aufbereitung	44
4 Studien und rhetorische Konstruktionen als Agenda Setting	47
4.1 Jammerkultur, faule Professoren, arrogante Elite	47
4.2 Sex und das ‚Zukunftsinstitut‘	50
4.3 Trend-Reports und weitere ‚Studien‘	52
4.4 Variationen oberflächlicher Ausdrucksaktivitäten	55
5 Wettbewerb und Konkurrenz auf den Trend-Märkten	59
5.1 Gesellschaftsbilder aus dem ‚Trendbüro‘	59
5.2 Konsum als Identitätsmanagement	61
5.3 Weitere Konkurrenz mit identischem Angebot	63
5.4 Transatlantische Konkurrenz	66
6 Traditionen der professionellen Zukunftsforschung	69
6.1 Optimismus der Sechziger Jahre	69
6.2 Technologischer Pragmatismus	72

6.3	Betriebswirtschaftliche Strategiekonzepte	74
6.4	Überkomplexität und Relativierung	78
7	Traditionen der boulevardesken Trendforschung	81
7.1	Leitmotiv ‚Future Shock‘	81
7.2	Leitbegriff ‚Megatrends‘	83
7.3	Leitmotiv ‚Naming‘	87
7.4	Trendforschung als ‚Universalwissenschaft‘	90
8	Diskreditierung der professionellen Sozialwissenschaft	93
8.1	Enzyklopädische Anmaßung	93
8.2	Neoliberale Gesellschaftstheorie	95
8.3	Boulevardforschung als ‚Kritische Theorie‘	97
8.4	Diskreditierung der Sozialwissenschaft	99
9	Trivialitäten, Irrtümer, Fehler und blinde Flecken	103
9.1	Vergangene Zukunft	103
9.2	Zukunft der ‚Creative Class‘	106
9.3	Zukunft der Dienstleistungswirtschaft	109
9.4	Zukunft der Arbeit	112
10	Zukunfts-Illusionen durch Mind-Set und Methodik	117
10.1	Methodologischer Zirkelschluss	117
10.2	Konstruktionen aus dem Zettelkasten	119
10.3	Kreislauf der Trend-Forschung	122
10.4	Methodologischer Gegencheck	126
11	Erfolgreiche Trendgeschäfte im affirmativen Zirkel	131
11.1	Unsichtbarkeit der Kritik	131
11.2	Affirmativer Zirkelschluss in den Medien	133
11.3	Science-Faction und veredelte Biografien	137
11.4	Affirmativer Zirkelschluss durch Unternehmen	140
12	Pragmatische Alternative zum Strategischen Opportunismus	147
12.1	Angst vor dem Zufall	147
12.2	Dr. Fox und die Nonsense-Wissenschaft	150
12.3	Überwindung der Opportunismus-Falle	153
12.4	Diversity in Foresight	156

Schlussbemerkung	163
Literaturliste	165
Web-Dokumente	172