

Inhaltsverzeichnis

Teil I Corporate Think Tanks im Kontext zukunftsgerichteter Themen

1 Die Herausforderung: Hohe Komplexität und permanente Veränderung	3
Literatur	8
2 Der Ursprung: Think Tanks für die strategische Kriegsführung und in der Politikberatung	9
Literatur	11
3 Der Business-Kontext: Think Tanks in der unternehmerischen Praxis	13
Literatur	17
4 Das Einsatzspektrum: Beispiele für unternehmerische Think Tanks	19
4.1 Visionär und eigenständig: Corporate Think Tanks als ausgegliederte Bereiche	19
4.1.1 Xerox Corporation: PARC	19
4.1.2 Alphabet: Google X; We Solve for X; Jigsaw	21
4.1.3 Cisco Systems: Emerging Technology Group; Innovation Centre	24
4.1.4 Global Player: Technologisches Trendscouting, Akzeleratoren und Inkubatoren	26
4.1.5 BASF: New Business GmbH	28
4.1.6 Merck: Innovation Center	29
4.1.7 Ikea: Space10	31
4.1.8 Procter & Gamble: Clay Street Project	32
4.1.9 SAP: AppHäuser	34
4.1.10 Big Four: Innovation Center & Digital Experience Center	35
4.1.11 Tech Labs: AI und Digitalisierung für die Zukunftsgestaltung	35
4.2 Experimentell und temporär: Corporate Think Tanks als Projektgruppen/Workshops/Events	36
	XV

4.2.1	Atlassian: ShipIt Days	37
4.2.2	Google Ventures: Design Sprint	38
4.2.3	Zalando: Hack Week	40
4.2.4	TUI: Think Tank „Freizeit & Tourismus“	41
4.2.5	ARAG: Führungskräftekonferenz als Think Tank	43
4.2.6	Tchibo: Tchibo Think Tank	44
4.2.7	Palomar 5: Außergewöhnlicher „Do Tank“	44
4.3	Unterstützend und extern: Corporate Think Tanks als Dienstleistung	46
4.3.1	IDEO: Legendäre Designschmiede	46
4.3.2	Brainstore: Maschinelle Ideenproduktion	47
4.3.3	British Quality Foundation: Ideas Jam	48
4.3.4	Singularity U: Technologie Think Tank	49
4.3.5	House of Beautiful Business: Initiative für eine bessere Welt	50
	Literatur	50

Teil II Vorbereitung eines Corporate Think Tanks

5	Die Vorüberlegung: Planung eines Think Tanks	59
5.1	Aus Fehlern lernen: Gescheiterte Think-Tank-Initiativen	59
5.2	Mindset verstehen: Inkrementelle oder visionäre Zukunftsgestaltung	63
5.3	Zusammenhänge berücksichtigen: Corporate Think Tanks im Kontext der unternehmerischen Strategie	65
5.4	Erste Quintessenz ableiten: Zehn Erfolgsvoraussetzungen für einen Corporate Think Tank	66
	Literatur	68
6	Die Menschen: Querdenker, Intrapreneure und Visionäre für den Think Tank	69
6.1	Kreativität forcieren: Schlüsselqualifikation für den Think Tank	70
6.2	Heterogenität sichern: Vielfalt konstruktiv nutzen	74
6.3	Kollektive Intelligenz zurate ziehen: Potenzial „der Vielen“ erschließen	76
6.4	Aufgaben zuordnen: Rollen im Think Tank	78
	Literatur	81
7	Die Location: Inspirierende Raumkonzepte für kreative Höchstleistung	83
7.1	Den „Tank“ wörtlich nehmen: Störungsfreies Arbeiten als höchste Priorität	84

7.2 Bedarfsgerechte Raumkonzepte nutzen: Ausstattung und Flexibilität als Grundvoraussetzung 85

7.3 Kreativität entfachen: Inspirierende Spielplätze für Erwachsene 86

Literatur 88

8 Der Toolkasten: Hilfsmittel und Techniken für die Arbeit im Think Tank 89

8.1 Phasenmodell einsetzen: ThinkX – Productive Thinking Model 90

8.2 Future Trend Intelligence durchführen: Inspirierende Quellen zur Ableitung von Suchfeldern 93

8.3 Rollierende Planung für multiple Zukünfte anwenden: Szenariotechnik 97

8.4 Kreativität freisetzen: Techniken des Advanced Brainstorming 100

8.4.1 Klassisches Brainstorming und seine Weiterentwicklung 101

8.4.2 Reverse Brainstorming 102

8.4.3 Kreative Zerstörung 105

8.4.3.1 Rule Breaking 105

8.4.3.2 Destroy Your Business 106

8.4.4 Scamper 107

8.4.5 Fragen Sie Persönlichkeiten 109

8.4.6 Random Input 112

8.4.7 Virtuelle Tools, Apps & Co 114

8.5 Nutzerzentrierte Vorgehensweise sichern: Trendtool Design Thinking 116

8.6 Tiefgründig analysieren und spielerisch arbeiten: LEGO® SERIOUS PLAY® [34] 124

8.7 Geschäftsmodell neu erfinden: Business Model Canvas 131

8.8 Technologie nutzen: Künstliche Intelligenz in Zukunftsprojekten 136

Literatur 136

**Teil III Durchführung eines Corporate Think Thanks und
Ergebnisumsetzung**

**9 Die Durchführung: Praxistipps für ein strukturiertes und
ergebnisorientiertes Vorgehen 141**

9.1 Zeitrahmen festlegen: Praxisbeispiele für Ablaufpläne 141

9.2 Phasen bewusst steuern: Divergenz und Konvergenz aktiv moderieren 145

9.3 Probleme souverän meistern: Vorbereitung und Reaktion auf schwierige Situationen 146

Literatur 149

10 Die Umsetzung: Think-Tank-Ergebnisse zielorientiert implementieren	151
10.1 Entscheidungen treffen: Optionen bewerten, priorisieren und auswählen	152
10.2 Konzepte erarbeiten: Optionen konkretisieren	153
10.3 Akzeptanz erreichen: Überzeugungsarbeit und Einwandargumentation	155
10.4 Umsetzungsschritte planen: Agile Methoden und Prozesse	157
Literatur	159
11 Die Erkenntnisse: Rückblick auf den Corporate Think Tank	161
Anhang	165