

Frank-Martin Belz, Ulf Schrader,  
Marlen Arnold (Hg.)

# **Nachhaltigkeitsinnovation durch Nutzerintegration**

Metropolis Verlag  
Marburg 2011

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<http://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2011

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 978-3-89518-850-3

# Inhalt

Vorwort .....	11
---------------	----

## **Kapitel A1**

### **Nachhaltigkeitsinnovationen durch Nutzerintegration:**

<b>Einführung.....</b>	<b>13</b>
------------------------	-----------

Frank-Martin Belz, Ulf Schrader und Marlen Arnold

## **Kapitel A2**

<b>Offene Innovationsprozesse .....</b>	<b>23</b>
---	-----------

*Frank-Martin Belz und Ulf Schrader*

1 Grundlagen offener Innovationsprozesse .....	23
2 Lead-User-Ansatz.....	28
3 Formen der Kundenintegration .....	30
4 Dimensionen offener Innovationsprozesse .....	31
5 Gründe für offene Innovationsprozesse .....	34

## **Kapitel A3**

<b>Methoden der Nutzerintegration.....</b>	<b>39</b>
--	-----------

Marlen Arnold

## **Kapitel A4**

<b>Nachhaltige Entwicklung und offene Innovationsprozesse.....</b>	<b>51</b>
--	-----------

*Gabriele Weber-Blaschke und Marlen Arnold*

1 Nachhaltige Entwicklung und Nachhaltiger Konsum.....	51
2 Prioritäre Bedarfsfelder und notwendige Nachhaltigkeitsinnovationen.....	52
3 Nachhaltigkeit in unternehmerischen Innovationsprozessen .....	56
4 Nachhaltigkeit durch offene Innovationsprozesse .....	58

## **Kapitel B1**

### **Auswahl der Teilnehmer der Innovationsworkshops.....65**

Sunita Ramakrishnan und Marc Requardt

1	Einführung.....	65
2	Festlegung der Kriterien zur Nutzerselektion .....	66
3	Abfrage der Selektionskriterien mit Screening-Fragebögen.....	71
4	Bildung eines Lead-User-Scores .....	74
5	Selektion der Nutzer/innen.....	75
6	Abschließende Anmerkungen .....	76

## **Kapitel B2**

### **Durchführung der Innovationsworkshops .....81**

Susanne Steiner und Benjamin Diehl

1	Allgemeine Aspekte .....	82
2	Introduktion.....	83
3	Ideengenerierung.....	86
4	Ideenauswahl.....	90
5	Ideenausarbeitung.....	91
6	Fazit.....	95

## **Kapitel B3**

### **Kreativitätsbewertung.....99**

*Benjamin Diehl und Susanne Steiner*

1	Einleitung: Kreativität für Innovation.....	99
2	Kreativitätsbewertung von Produkten.....	101
3	Kreativitätsbewertung im Forschungsprojekt .....	106

## **Kapitel B4**

### **Nachhaltigkeitsscreening.....109**

*Henriette Cornet und Gabriele Weber-Blaschke*

1	Problemstellung.....	109
2	Bewertungsmethoden zu Nachhaltigkeit.....	110
3	Konkretisierung von Ideen und Szenarien-Bildung .....	111
4	Auswahl von allgemeinen Kernindikatoren und spezifischen Indikatoren.....	113
5	Analyse der Indikatoren .....	115
6	Gesamtbewertung der Ideen anhand der Indikatorenergebnisse.....	118

## **Kapitel C1**

### **Nachhaltigkeitsinnovationen im Bedarfsfeld Wohnen .....121**

*Benjamin Diehl*

1	Einführung.....	121
2	Auswahl der Nutzer/innen.....	122
3	Durchführung und Ergebnisse der Innovationsworkshops .....	126
4	Kreativitätsbewertung .....	130
5	Diskussion .....	135

## **Kapitel C2**

### **Nachhaltigkeitsinnovationen im Bedarfsfeld Ernährung .....145**

*Marc Requardt*

1	Einführung.....	145
2	Auswahl der Nutzer/innen.....	146
3	Durchführung der Innovationsworkshops .....	150
4	Kreativitätsbewertung .....	154

## **Kapitel C3**

### **Nachhaltigkeitsinnovationen im Bedarfsfeld Mobilität.....169**

*Sunita Ramakrishnan*

1	Einführung .....	169
2	Auswahl der Nutzer/innen.....	170
3	Durchführung der Innovationsworkshops .....	176
4	Kreativitätsbewertung .....	180

## **Kapitel C4**

### **Nachhaltigkeitscreening innovativer Ideen und Konzepte.....195**

*Henriette Cornet und Gabriele Weber-Blaschke*

1	Bedarfsfeld Mobilität .....	196
2	Bedarfsfeld Ernährung .....	206
3	Bedarfsfeldübergreifendes Fazit.....	212

## **Kapitel D1**

### **Nutzermotivation .....215**

*Susanne Steiner und Hugo M. Kehr*

1	Grundlegende Annahmen der Motivationspsychologie.....	215
2	Grundlegende Annahmen der Motivationspsychologie.....	217
3	Ergebnisse .....	221

4 Diskussion .....	227
--------------------	-----

## **Kapitel D2**

### **Diversity in Nachhaltigkeitsinnovationsprozessen.**

#### **Diversityspezifische Auswertung von Innovationsworkshops .....233**

*Sabrina Gebauer, Lea Schütze, Susanne Ihnen*

1 Soziale und kulturelle Vielfalt als Einflussfaktor in Innovationsprozessen .....	223
2 Nutzerintegration: Durch Diversity (Management) zu erfolgreichen Nachhaltigkeitsinnovationen? .....	235
3 Diversityspezifische Auswertung der Innovationsworkshops .....	239
4 Reflexion der Ergebnisse.....	251

## **Kapitel D3**

### **Diffusionsszenarien: Verbreitung von Nachhaltigkeits-**

#### **innovationen durch Nutzerintegration?.....257**

*Gerald Beck und Cordula Kropp*

1 Nutzerintegration und Diffusionsszenarien für die erfolgreichere Verbreitung von Nachhaltigkeitsinnovationen.....	257
2 Entwicklung von Diffusionsszenarien für Nachhaltigkeitsinnovationen .....	259
3 Diffusionsszenarien zum Bereich „Mobile Mobilität“ .....	263
4 Diffusionsszenarien zum Bereich „Passivhäuser“ .....	269
5 Zukunftsbilder und Pfadabhängigkeiten: Chancen und Risiken der Diffusion von Nachhaltigkeitsinnovationen.....	276

## **Kapitel D4**

### **Institutionelle Rahmenbedingungen von Nutzerintegration.....281**

*David Sichert und Bernd Siebenhüner*

1 Untersuchungsperspektive.....	281
2 Methodik .....	282
3 Institutionalisierung von Nutzerintegration auf Unternehmensebene (Mikroebene) .....	285
4 Institutionalisierung von Nutzerintegration in Bedarfsfeldern (Mesoebene) .....	292
5 Rahmenbedingungen auf politischer Ebene (Makroebene) .....	296
6 Resümee .....	298

## **Kapitel E1**

### **Das Toolkit – Verstehen und Gestalten von Passivhäusern.....303**

*Benjamin Diehl, Susanne Steiner und Eva Reinstadler*

1	Das Toolkit als Methode der Nutzerintegration .....	303
2	Primäre Zielsetzungen im Kontext von Nachhaltigkeitsinnovationen .....	305
3	Einzuplanender Ressourcenaufwand in der Umsetzung .....	307
4	Empfehlungen zur Gestaltung und der konkreten Umsetzung.....	307
5	Optimiertes Design für eine erfolgreiche Informationsvermittlung .....	310
6	Fazit .....	313

## **Kapitel E2**

### **Ideenwettbewerbe als Methode offener Innovationsprozesse?.....317**

*Marlen Arnold*

1	Merkmale und Ausgestaltung von Ideenwettbewerben .....	318
2	Ideenwettbewerbe in den Projekten Nutzerintegration und OFFIES 2020+ .....	320
3	Ideenwettbewerb zur Generierung von Nachhaltigkeitsinnovationen? .....	326
4	Fazit .....	329

## **Kapitel F**

### **Nutzerintegration in Nachhaltigkeitsinnovationen:**

#### **Ein- und Ausblicke.....331**

*Ulf Schrader und Frank-Martin Belz*

1	Einführung.....	331
2	Einblicke.....	332
3	Ausblicke.....	340
4	Fazit .....	344

Autorenverzeichnis .....	347
--------------------------	-----