

HOW² INNOVATE

HOW TO ... GET YOUR PRODUCT GREEN AND SOCIAL

Wir wollen den Blick auf technologische Innovationen mit gesellschaftlichem Mehrwert richten. Es geht um Soziale Innovationen und Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich dem Sozialen Unternehmertum verpflichtet haben und wie Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen challenge können.

Bei jeder Innovation ist es von großer Bedeutung, technologische Neuerungen und Nachhaltigkeit zusammen zu denken und damit gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen und gleichzeitig einen Mehrwert zu schaffen. Die gesellschaftliche Wirkung von Sozialen Innovationen zählt auf mindestens eines der 17 SDGs ein, den Zielen der Vereinten Nationen (UN) für eine nachhaltige Entwicklung. Jedes SDG bietet ausgezeichnete Denkanstöße, um den Innovationsprozess auch von einer anderen Seite aus zu starten: ausgehend vom SDG, also vom Blickwinkel der Herausforderung.

MAKE YOUR PRODUCT GREEN AND SOCIAL

Das ist Ihre Challenge:

Ihre Produkte und Dienstleistungen auf gesellschaftlichen Mehrwert zu prüfen. Der erste Schritt zur Sozialen Innovation ist die Auseinandersetzung mit der Thematik. Dazu können Sie sich Fragen stellen wie: Tragen Ihre Produkte und Dienstleistungen auch zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen, zu einer nachhaltigen Entwicklung bei und haben sie einen gesellschaftlichen Mehrwert? Oder beziehen Sie bereits soziale und ökologische Aspekte im Innovationsprozess ein und haben diese sogar integriert? Mit dieser Challenge finden Sie es heraus!

DAS PRODUKT

1. Dieses Produkt, diese Dienstleistung möchte ich betrachten

Betrachten Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung aus Ihrem Unternehmensportfolio oder eine Idee eines Produktes, das sich gerade in der Entwicklung befindet und gehen Sie die Blaupause damit beispielhaft durch.

2. Das kann mein Produkt, meine Dienstleistung

Beschreiben Sie kurz, was die Funktionen des Produktes sind oder wo die Dienstleistung ansetzt.

3. Welches Bedürfnis erfüllt das Produkt und welchem Zweck dient die Dienstleistung?

Eine Kundin oder ein Kunde kauft Ihr Produkt oder nimmt Ihre Dienstleistung in Anspruch, welcher Mehrwert wird den Käuferinnen und Käufern geboten?

4. Welchen Impact hat das Produkt?

Betrachten Sie Ihr ausgewähltes Produkt und erläutern Sie kurz in welcher Weise es einen sozialen oder ökologischen Mehrwert bietet.

DAS GESCHÄFTSMODELL

HOW2
INNOVATE

5. Impact getriebene Geschäftsmodellinnovationen: Betrachten wir das Geschäftsmodell des Produktes, der Dienstleistung, wo kann hier Impact generiert werden?

	Schlüsselpartner
	Schlüsselressourcen
	Schlüsselaktivitäten
	Kunden
	Leistungsversprechen
	Ertragsmodell
	Kostenstruktur
	Kundenbeziehung
	Kanäle

Ein Getränkehersteller beispielsweise möchte „trinkend die Welt verändern“ und hat hier bei den Rohstofflieferanten angesetzt. Die Konsumierenden unterstützen mit ihrem Kauf faire und ökologische Rohstoffe und können gleichzeitig mehr darüber erfahren, wie der Kauf das Leben in den Anbauregionen verbessert. Hier wurde also in mehreren Bausteinen des Geschäftsmodells innoviert.

6. Trendgetriebenes Innovieren:

Welchen Trends der Neo-Ökologie kann das Produkt oder die Dienstleistung zugeordnet werden?

Eine Innovation für Lastenräder soll die Nutzung von Rädern in Städten fördern. Mobilität wird durch einen Anhänger ermöglicht, mit dem auch schwerere Lasten ohne größere Anstrengung mit dem Rad transportiert werden können. Der Anhänger, der sich dank Solarmodulen selbst mit Energie versorgt, verfügt über ein Elektro-Konzept und erkennt eigenständig den Bedarf an Antriebs- oder Bremsunterstützung.

TRENDS

Achtsamkeit

Bio-Boom

Circular-Economy

Direct Trade

E-Mobility

Flexitarier

Green Tech

Gutbürger

Minimalismus

Post-Carbon-Gesellschaft

6. Trendgetriebenes Innovieren:

Welchen Trends der Neo-Ökologie kann das Produkt oder die Dienstleistung zugeordnet werden?

Trendgetriebenes Innovieren mit Impact: Wir haben weitere Denkanstöße für bedürfnis- und herausforderungsorientiertes Innovieren für Sie: Sharing-Modelle, die der Sharing Economy entspringen, fokussieren beispielsweise die Erfüllung des zugrundeliegenden Bedürfnisses. Das eigentliche Bedürfnis ist zum Beispiel Mobilität, nicht der Besitz eines Autos. So werden Güter für ihren Einsatzzweck von mehreren Nutzenden geteilt, statt im Besitz nur einer Person zu sein. Dadurch werden gänzlich neue Geschäftsmodelle ermöglicht. Auch im Fall von Car-Sharing stellen Unternehmen Fahrzeuge zur Verfügung, die mit entsprechenden Sharing-Modellen genutzt werden können. Diese Soziale Innovation trägt einem besseren Energie- und Ressourcenverbrauch Rechnung und stellt einen Gegenpol zur Massenproduktion oder Wegwerfmentalität dar.

TRENDS

Postwachstumsökonomie

Sharing Economy

Sinn-Ökonomie

Slow Culture

Social Entrepreneurship

Urban Farming

Zero Waste

Eine besondere Form von Unternehmertum ist das Impact-orientierte. Die sogenannten Social Entrepreneurs nutzen Soziale Innovationen, um einen gesellschaftlichen Mehrwert durch unternehmerisches Handeln zu erreichen. Ihr Geschäftsmodell ist darauf ausgelegt, dass alle Kosten selbst getragen werden und die erzielten Gewinne vollständig in die Skalierung des Geschäftsmodells fließen. Soziale Innovationen bewältigen gesellschaftliche Herausforderungen auf innovative Weise, oft sogar effektiver als herkömmliche Ansätze. Ihre Initiatorinnen und Initiatoren leisten einen großen Anteil im Hinblick auf die Zukunfts- und Innovationsfähigkeit einer Gesellschaft.

7. **SDG getriebenes innovieren:** Gehen wir weiter ins Detail: In welchem Bereich könnte das Produkt, die Dienstleistung einen Impact generieren, welche Herausforderung unserer Zeit löst das Produkt, die Dienstleistung?

Fragen Sie sich, welche Herausforderung können Sie mit Ihrem Produkt lösen?

SOZIAL

keine Armut, kein Hunger, Gesundheit und Wohlergehen, Hochwertige Bildung, Geschlechtergleichheit, Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen, Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, weniger Ungleichheiten, Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Betrachten wir ein Beispiel Big Data im Medizinbereich genauer. Der Umgang mit Patientendaten ist ein sensibles Thema und deren Verwendung sowie der Besitz dieser durch profitorientierte Unternehmen wird divers diskutiert. Patientendaten aus Screenings könnten in einer Open Source genutzt werden, um Diagnosen mittels Datenanalysen, die größere Mengen an Vergleichsdaten benötigen, zu stützen. So wird es ermöglicht, sie für die Entwicklung innovativer medizinischer Lösungen zu nutzen. Werden die Screenings großflächig angeboten und durch eine Open Source breiter zugänglich gemacht, kann eine viel größere Bevölkerungszahl von der Innovation profitieren. Es wird also nicht nur wenigen privilegierten Personen, sondern der breiten Masse ermöglicht von neuen Technologien im Gesundheitssektor zu profitieren. So könnte es eben auch im Beispiel der medizinischen Screenings gewesen sein: die Herausforderung ist, dass mehr Menschen trotz einer gleichbleibenden Anzahl an Ärztinnen und Ärzten, genauere und zuverlässige Diagnosen erhalten und auch die Arbeit der Ärztinnen und Ärzte unterstützt wird.

7. **SDG getriebenes innovieren:** Gehen wir weiter ins Detail: In welchem Bereich könnte das Produkt, die Dienstleistung einen Impact generieren, welche Herausforderung unserer Zeit löst das Produkt, die Dienstleistung?

Fragen Sie sich, welche Herausforderung können Sie mit Ihrem Produkt lösen?

ÖKOLOGISCH

Bezahlbare und saubere Energie, nachhaltige Städte und Gemeinden, nachhaltiger Konsum und Produktion, Maßnahmen im Klimaschutz, Leben unter Wasser, Leben an Land

ÖKONOMISCH

Industrie, Innovation und Infrastruktur, Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Im Beispiel aus der Medizinbranche werden hier außerdem neue Technologien wie Big Data und Künstliche Intelligenz sowie die digitale Infrastruktur gefördert. Auch das Beispiel der Lastenräder, das weiter oben aufgeführt wird lässt sich hier nennen.



Worauf warten wir? Lassen Sie uns die Herausforderungen unserer Zeit durch Innovation angehen. Wenn Sie Interesse haben mehr über Soziale Innovationen und Impact-orientiertes Unternehmertum zu erfahren, dann besuchen Sie unsere Webseite.

<https://www.bayern-innovativ.de/de/beratung/uebersicht-technologie-und-innovationsmanagement>



HOW2 INNOVATE

Kreativität, gute Ideen, marktfähige Innovationen – Erfolgsfaktoren mit wachsender Bedeutung. Mit zielgerichtetem methodischen Arbeiten gelingt es im Unternehmen, genau die Lösungen zu generieren, die jetzt und in Zukunft einen Unterschied machen können.

Legen Sie los!

Das Team rund um das Innovationsmanagement begleitet, inspiriert und berät die bayerische Wissenschaft und Wirtschaft, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen. Die Fokusthemen liegen hierbei im Trend- und Technologiemanagement, Produkt- und Innovationsdesign sowie Coaching und Training zu Innovationsfragen und dem Technologietransfer.

Das Angebot von TIM umfasst Workshops rund um Design Thinking, Geschäftsmodelle und Ideenentwicklung sowie Scouting für neue Geschäftsfelder, um Unternehmen den Schritt zum tragfähigen Geschäft zu erleichtern.

tim@bayern-innovativ.de

QUELLEN

GoodMotion. (o. D.). Der intelligente Fahrradanhänger. Abgerufen am 15. Februar 2024 von <https://goodmotion.de/#start>

Bayern Innovativ. (o. D.). KI im Gesundheitswesen. Abgerufen am 15. Februar 2024 von Besser, schneller und die heilsbringende Lösung?: <https://www.bayern-innovativ.de/netzwerke-und-thinknet/uebersicht-gesundheit/digitale-gesundheit-und-medizin/seite/ki-im-gesundheitswesen>

Bundesministerium für Bildung und Forschung. (August 2021). Ressortkonzept zu Sozialen Innovationen. Berlin. Abgerufen am 15. Februar 2024 von https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/168520_Ressortkonzept_zu_Sozialen_Innovationen.html

Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland. (2019). Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2019. Abgerufen am 15. Februar 2024 von <https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2021/03/DSEM2019.pdf>

United Nations Department of Economic and Social Affairs. (o. D.). Do you know all 17 SDGs? Abgerufen am 15. Februar 2024 von The 17 Goals: <https://sdgs.un.org/goals>

Rückert-John, J., & Jaeger-Erben, M. (2016). Alternative Konsumformen als Herausforderungen für die Verbraucherpolitik. In C. Bala, & W. Schuldzinski (Hrsg.), Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum: Aspekte kollaborativer Formen von Konsumtion und Produktion (Bd. Beiträge zur Verbraucherforschung 4, S. 63–83). Düsseldorf. doi:10.15501/978-3-86336-909-5_3

Lemonaid & Charitea. (o. D.). Trinkend die Welt verändern. Abgerufen am 15. Februar 2024 von <https://lemon-aid.de/uber-uns/>

Zukunftsinstitut. (o. D.). Megatrend Neo-Ökologie. Abgerufen am 15. Februar 2024 von <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrend-glossar/neo-oekologie-glossar>