

Vom ersten Impuls zum dauerhaften Markterfolg

Ökologische Produktentwicklung in Unternehmen

Kathrin Graulich

Fachtagung „Wider die Verschwendung III“

Berlin, 11. Mai 2017



1

Erfolgsfaktoren und Hemmnisse bzgl. ökologischen Produktdesigns in Unternehmen

- Folgende Ansatzpunkte findet man in der Literatur

Literaturauswertung – Kategorisierung interner Erfolgsfaktoren bzw. Hemmnisse

Kategorie	Interne Erfolgsfaktoren bzw. Hemmnisse
Normative und strategische Verankerung	Unterstützung durch das Management
	Strategische Zielsetzung
R&D	Investitionen
Wissensressourcen	Wissen & Know-how
	Analyse des Marktumfelds
	Wissensmanagement
	Training
	Einbindung externer Stakeholder
Organisation und Prozesse	Organisationskultur
	Infrastruktur
	Kooperation zwischen Abteilungen
	Lieferkette
Festlegung der Designkriterien	Operationelle Zielsetzung
	Integration ökologischer Kriterien
	Zielkonflikte im Design
Instrumente	Interne Richtlinien
	Ökologische Analyse

Literaturauswertung – Kategorisierung **externer** Erfolgsfaktoren & Hemmnisse

Kategorie	Externe Erfolgsfaktoren bzw. Hemmnisse
Marktumfeld	Verbraucher
	B2B
	Handel
Verbraucherbildung	Allgemein
	Informationsmaßnahmen
Staatliche Rahmenbedingungen	Gesetzliche Vorgaben
	Öffentliche Beschaffung
	Öffentliche Finanzierung

2

Erfolgsfaktoren und Hemmnisse bzgl. ökologischen Produktdesigns in Unternehmen

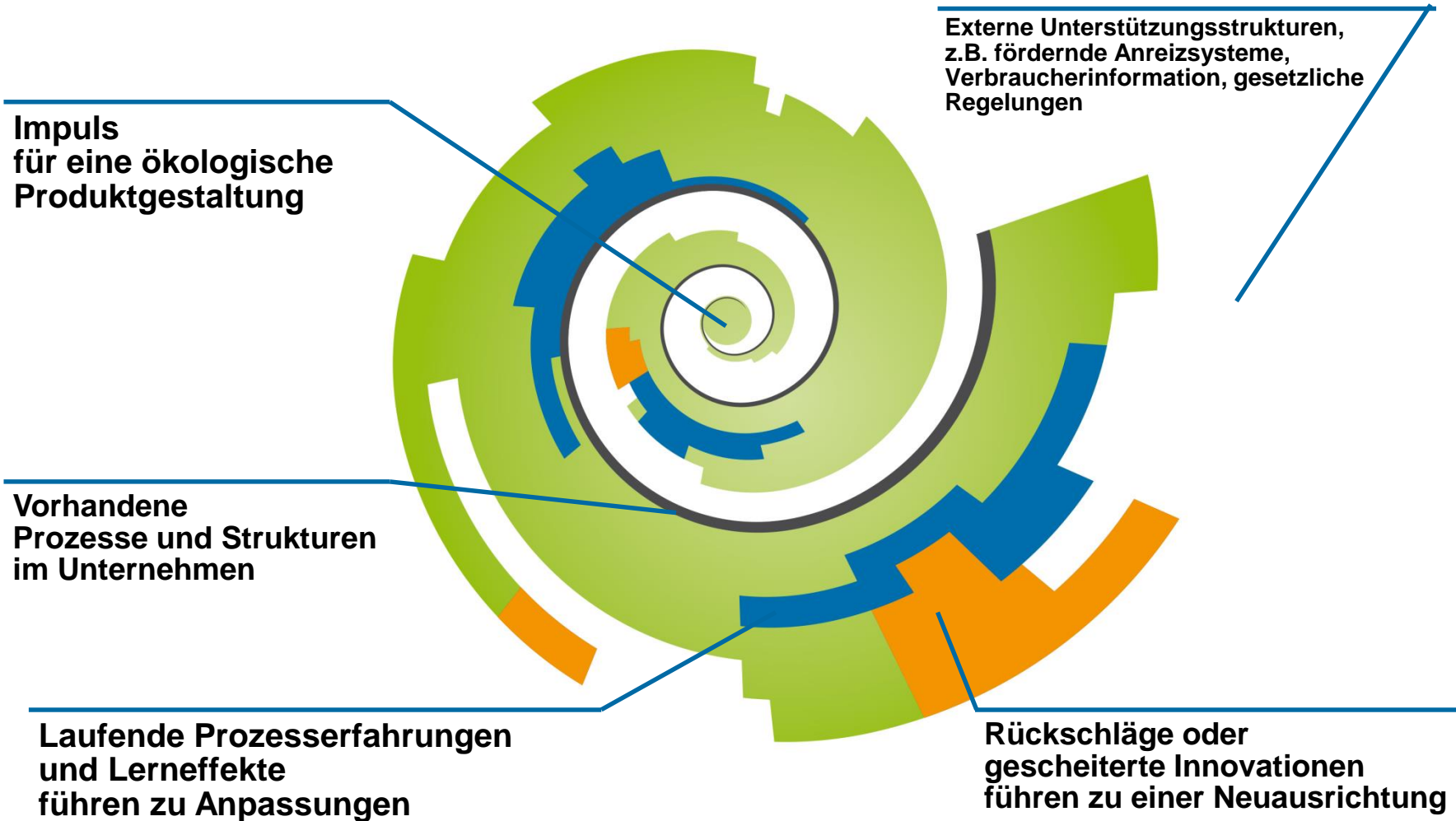
- Wesentliche Erfahrungen erfolgreicher Unternehmen

Schlussfolgerungen aus 19 Unternehmensinterviews

In der Praxis verläuft die Verankerung ökologischer Prinzipien je nach intern vorhandenen Strukturen und Prozessen sowie äußeren Rahmenbedingungen von Unternehmen zu Unternehmen häufig unterschiedlich und besitzt individuelle Schwerpunkte:

- Leitplanken durch z.B.
 - Klare Strukturen, Kriterien und Zielvorgaben von oben
 - Einbindung und weitgehende Eigenverantwortung der Mitarbeitenden bei ökologischen Innovationsprozessen
- Impulse, Know-How und Unterstützung durch z.B.
 - Intensive abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
 - Vertrauensvolle Kooperation mit Akteuren der eigenen Lieferkette
 - Einbezug externer Experten, z.B. in Open-Innovation Prozessen

Der Weg ist nicht einfach...



Wegweisender Impuls für einen nachhaltigen Erfolg

Überzeugung der Unternehmensleitung,
dass das zugrunde liegende Geschäftsmodell
ohne Integration ökologischer Designprinzipien
mittel- bis langfristig in Frage steht.

Das „grüne Licht von oben“ hilft bei Zielkonflikten,
ökologische Ziele nicht vorzeitig zu Gunsten anderer,
vor allem ökonomischer Ziele aufzugeben.

Erfolgsformel für Unternehmen

- unabhängig von Branche, Struktur und Größe

- 1. Entschlossenheit**, ökologisches Produktdesign als zentrales unternehmerisches Ziel zu definieren
- 2. Risikobereitschaft**, den nicht ganz einfachen Weg zu bestreiten
- 3. Durchhaltevermögen** bei der Überwindung von Hemmnissen und möglichen Rückschlägen

Dauerhafter Markterfolg: Interne Definition von Erfolg ↔ Umgang mit Scheitern

- Erfolg von ökologischen Produktinnovationen nicht ausschließlich am Umsatzziel bemessen.
- Ganzheitliche Sichtweise => Wissensaufbau zu Materialien, Produkten und Prozessen, das Knüpfen nützlicher Kontakte sowie andere indirekte Faktoren mit einpreisen.
- Aus vermeintlich „gescheiterten“ Projekten Kraft für Anpassungen und Neuausrichtungen ziehen.
- Erfolgreiche Pilotansätze („Leuchtturm-Projekte“) wirken erfahrungsgemäß als Motivator für das gesamte Unternehmen.

3

Wie geht es weiter...?

Just do it – Wie können weitere Unternehmen gewonnen werden?

Von der Überzeugungskraft und den individuellen Managementstrategien der erfahrenen Unternehmen sollte ein größerer Adressatenkreis profitieren.

- Kein x-ter Leitfaden!
- ✓ Plattformen zum Erfahrungsaustausch schaffen, z.B. bei
 - Gründerseminaren,
 - Unternehmensmessen,
 - unternehmerischen Management-Fortbildungen,
 - u.v.m.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie noch Fragen?



Ihre Ansprechpartnerin

Kathrin Graulich

Stellv. Leiterin

Bereich Produkte & Stoffströme

Öko-Institut e.V.

Geschäftsstelle Freiburg

Postfach 17 71

79017 Freiburg

Telefon: +49 761 45295-251

E-Mail: k.graulich@oeko.de