

EVALUIERUNG VON UMWELTINNOVATIONEN FÜR GROßVERBRAUCHER - MARKTEINTRITTSBARRIEREN, NUTZENEINBUßEN, UMWELTRELEVANZ

**Edith HOLLÄNDER¹, Felipe TORO²,
Felix REITZE³, Sabine Langkau⁴, Annette ROSER⁵,**

Inhalt

Für eine funktionierende Marktwirtschaft und eine stetige Entwicklung der Gesellschaft sind innovative Produkte unabdingbar, um den sich ändernden Bedürfnissen und Lebensgewohnheiten der Menschen gerecht zu werden. Gleichzeitig sollten diese neuartigen Produkte aber auch zum Umwelt- und Klimaschutz bzw. dem Wohlbefinden der Menschen beitragen. Lösungsansätze für effiziente Produkte, die speziell verschiedenartige Umweltaspekte (Material- und Ressourceneinsatz, Energiebedarf, Toxizität, usw.) berücksichtigen gewinnen im Hinblick auf zukünftige Ressourcenknappheit und steigende Energiepreise deshalb immer mehr an Bedeutung. Zudem leisten sie einen essentiellen Beitrag zur Energiewende.

Dennoch haben viele Umweltinnovationen, die bereits auf dem Markt sind noch keine breite Diffusion erfahren. Im Rahmen des Projektes „Marktmacht bündeln: Großverbraucher als Treiber für Innovationen beim nachhaltigen Konsum“ im Auftrag des Umweltbundesamt in Deutschland wird daher untersucht, welche Innovationen vielversprechend genug sind, um in Deutschland weiter gefördert zu werden. Das Projektteam – bestehend aus Wissenschaftlern des Fraunhofer Instituts für System- und Innovationsforschung (ISI), dem Institut für Ressourceneffizienz und Energiestrategien (IREES) unter der Leitung des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) baut dabei auf den vorliegenden Erfahrungen mit dem öffentlichen Beschaffungswesen (GPP) auf, beschreitet jedoch Neuland, indem nicht-öffentliche Großverbraucher im Fokus stehen, die als innovationsorientierte Nachfrager einzeln oder gebündelt Innovationsimpulse an die Angebotsseite geben könnten.

Das Paper stellt die Evaluierung ausgewählter Umweltinnovationen insbesondere im Hinblick auf deren Relevanz für die Energieeffizienzsteigerung in der Industrie dar.

Methodik

Eine Reihe von marktreifen und besonders interessanten Umweltinnovationen wurden anhand von Literatur- und Wettbewerbsauswertungen identifiziert und hinsichtlich essentieller Aspekte auf deren Markteintrittsbarrieren untersucht: Wodurch hebt sich das Produkt von anderen Produkten ab? Welche Hemmnisse bestehen bei Verbrauchern, die Innovation zu nutzen? Ist deren Umweltnutzen eventuell umstritten? Sind es finanzielle Aspekte oder Informations- bzw. Nutzungsaspekte, die eine breite Diffusion behindern? Birgt das Produkt auch Nutzeneinbußen im Vergleich zu herkömmlichen

¹ IREES GmbH, Schönfeldstr. 8, 76131 Karlsruhe, Deutschland, Tel. +49 721 9152636-25, Fax +49 721 9152636-11, E-Mail: e.hollaender@irees.de, www.irees.de

² IREES GmbH, Schönfeldstr. 8, 76131 Karlsruhe, Deutschland, Tel. +49 721 9152636-21, Fax +49 721 9152636-11, E-Mail: f.toro@irees.de, www.irees.de

³ IREES GmbH, Schönfeldstr. 8, 76131 Karlsruhe, Deutschland, Tel. +49 721 9152636-24, Fax +49 721 9152636-11, E-Mail: f.reitze@irees.de, www.irees.de

⁴ Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), Breslauer Straße 48, 76139 Karlsruhe, Deutschland, Tel. +49 721 6809-498, Fax +49 721 6809-0, E-Mail: Sabine.Langkau@isi.fraunhofer.de, www.isi.fraunhofer.de

⁵ IREES GmbH, Schönfeldstr. 8, 76131 Karlsruhe, Deutschland, Tel. +49 721 9152636-33, Fax +49 721 9152636-11, E-Mail: a.rosler@irees.de, www.irees.de

Produkten? Hat die Umweltinnovation neben der Umweltrelevanz weitere Vorteile für Unternehmen (z.B. Imagegewinn)? Welche Großverbraucher kommen für die Umweltinnovation in Frage?

Grundlage der Evaluation sind Recherchen zu Produktinformationen und Experteninterviews. Das Paper stellt einige ausgewählte Umweltinnovationen dar, die aufgrund der Ergebnisse für eine wissenschaftliche Diskussion besonders interessant sind und insbesondere auf Energieeffizienz Aspekte im industriellen Sektor abzielen.

Ergebnisse

Die identifizierten Umweltinnovationen betreffen hauptsächlich Energieeffizienz- und Energieerzeugungstechnologien. Dafür kämen beispielsweise Großverbraucher aus den Bereichen Gastgewerbe, Industrie, Gewerbe-, Handel-, Dienstleistung, Gesundheitswesen oder Einzelhandel in Frage.

Eine erste Einschätzung nach umfangreichen Recherchen bescheinigte allen Innovationen ein hohes Potenzial. Dennoch bewerten Experten einzelne Innovationen durchaus kritisch. Dargestellt werden sowohl die Vorteile als auch die Problematiken der Umweltinnovationen, um eine gute Diskussion zu ermöglichen.