GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
Plastik in der Umwelt
Quellen • Senken • Lösungsansätze

FONA
Forschung für Nachhaltige Entwicklung
BMBF

Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette: Wege zu innovativen Trends im Handel (Innoredux)



Plastik in der Umwelt.
Quellen. Senken. Lösungsansätze.
Statuskonferenz 2019
9.-10.4.2019

Dr. Frieder Rubik
IÖW – Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Heidelberg

ifeu INSTITUT FÜR ENERGIE- UND UMWELTFORSCHUNG HEIDELBERG

i | ö | w



Projektziele und -koordinaten

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
Plastik in der Umwelt
Quellen • Senken • Lösungsansätze
ifeu
i | ö | w



Projektidee und -ziele

- **Kooperative Erarbeitung** und **praktische Umsetzung von Verpackungslösungen** auf lokaler Ebene
- Erarbeitung und Umsetzung **kommunaler Maßnahmen** in Heidelberg (Reallabor-Ansatz)
- Bestehende und potentielle - sowohl **technische** als auch **soziale** - **Innovationen** des Handels zur Abfallvermeidung und -reduktion im Rahmen von **Geschäftsmodellen** und den dahinterliegenden **Wertschöpfungsketten**
- **Verringerungsmaßnahmen**
  - durch effizienteren Materialeinsatz,
  - durch Substitution (ökologisch verträglichere Materialien) und
  - durch Beeinflussung des Entscheidungsverhaltens der Konsument/innen
- **Potential ihrer Verbreitung von der Nische in die Breite**



Projektkoordinaten

- Förderschwerpunkt: „Plastik in der Umwelt“ (BMBF)
- Projektlaufzeit: 1.2.2019 – 31.1.2022 (36 Monate)
- Fördervolumen: 1.457.808 Euro
- Verbundpartner:
  - Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), Berlin/Heidelberg (Projektkoordination)
  - Institut für Energie- und Umweltforschung (ifeu), Heidelberg
- Praxispartner:
  - Alnatura GmbH
  - Annas Unverpacktes Heidelberg
  - Avocado Store GmbH
  - BUND Bundesverband e.V.
  - BUND Landesgruppe Baden-Württemberg e.V., Kreisgruppe Heidelberg
  - dm-drogerie markt GmbH & Co. KG
  - Memo AG
  - Stadt Heidelberg
  - Unverpackt e. V.
  - Zalando SE



Projektaufbau

AP PM: Projektmanagement, Verbundkoordination und Berichtswesen

AP 5: Verbreitung der Ergebnisse

AP 1: Typologisierung Plastikmüll vermeidender Geschäftsmodelle durch innovative Verpackungslösungen

Filter A: 4 Warengruppen

Filter B: 2 Vertriebskanäle

AP 2: Bilanzierung, Identifizierung von Best Practices und Erfolgsfaktoren

- TS 2.1: Ökologische, soziale und ökonomische Bilanzierung der identifizierten Geschäftsmodell-Innovationen (GMI)
- TS 2.2: Untersuchung interner und externer Erfolgsfaktoren dieser GMI, Blockaden und Hemmnisse für eine Übertragbarkeit auf Second-movers

AP 3: Entwurf von Handlungsoptionen und Erprobung im Reallabor

- TS 3.1: Entwicklung von Handlungsoptionen (regions- und warengruppenübergreifend)
- TS 3.2: Anpassung und Erprobung der Handlungsoptionen in einer Strategie für den lokalen Kontext Heidelbergs
  - TS 3.2.1: Regionale Bestandsanalyse und Interviews
  - TS 3.2.2: Entwicklung & Umsetzung zielgruppenspezifischer Maßnahmen
  - TS 3.2.3: Prozessbegleitende Evaluation der Reallaborwirkungen

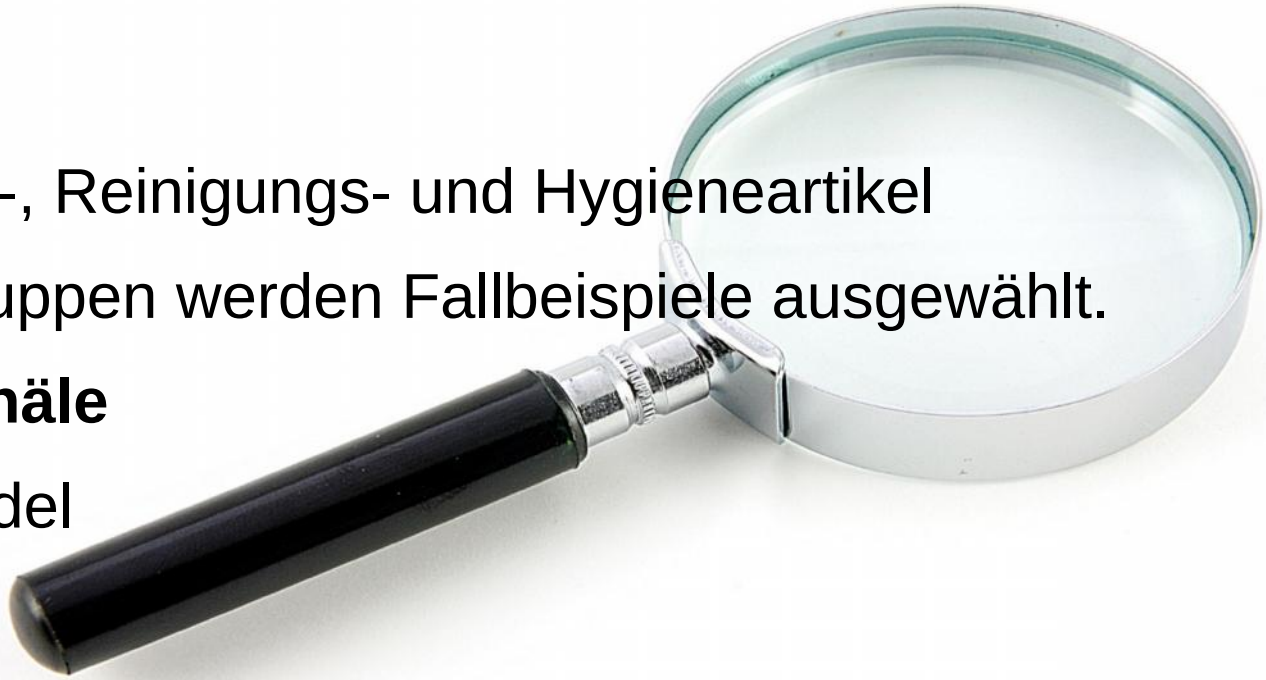
AP 4: Strategiebildung, Entwicklung von Unternehmenschecklisten und einer konzeptionellen Handreichung für Kommunen

Transdisziplinärer Forschungsansatz

Vertiefung

- **Filter A: Warengruppen**
  - Lebensmittel
  - Büroartikel
  - Textilien
  - Kosmetika, Wasch-, Reinigungs- und Hygieneartikel

  Aus diesen Warengruppen werden Fallbeispiele ausgewählt.
- **Filter B: Vertriebskanäle**
  - Onlineversandhandel
  - Stationärer Handel





Schnappschuss auf AP 1

Typologisierung Plastikmüll vermeidender Geschäftsmodelle durch innovative Verpackungslösungen

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
Plastik in der Umwelt
Quellen • Senken • Lösungsansätze

ifeu

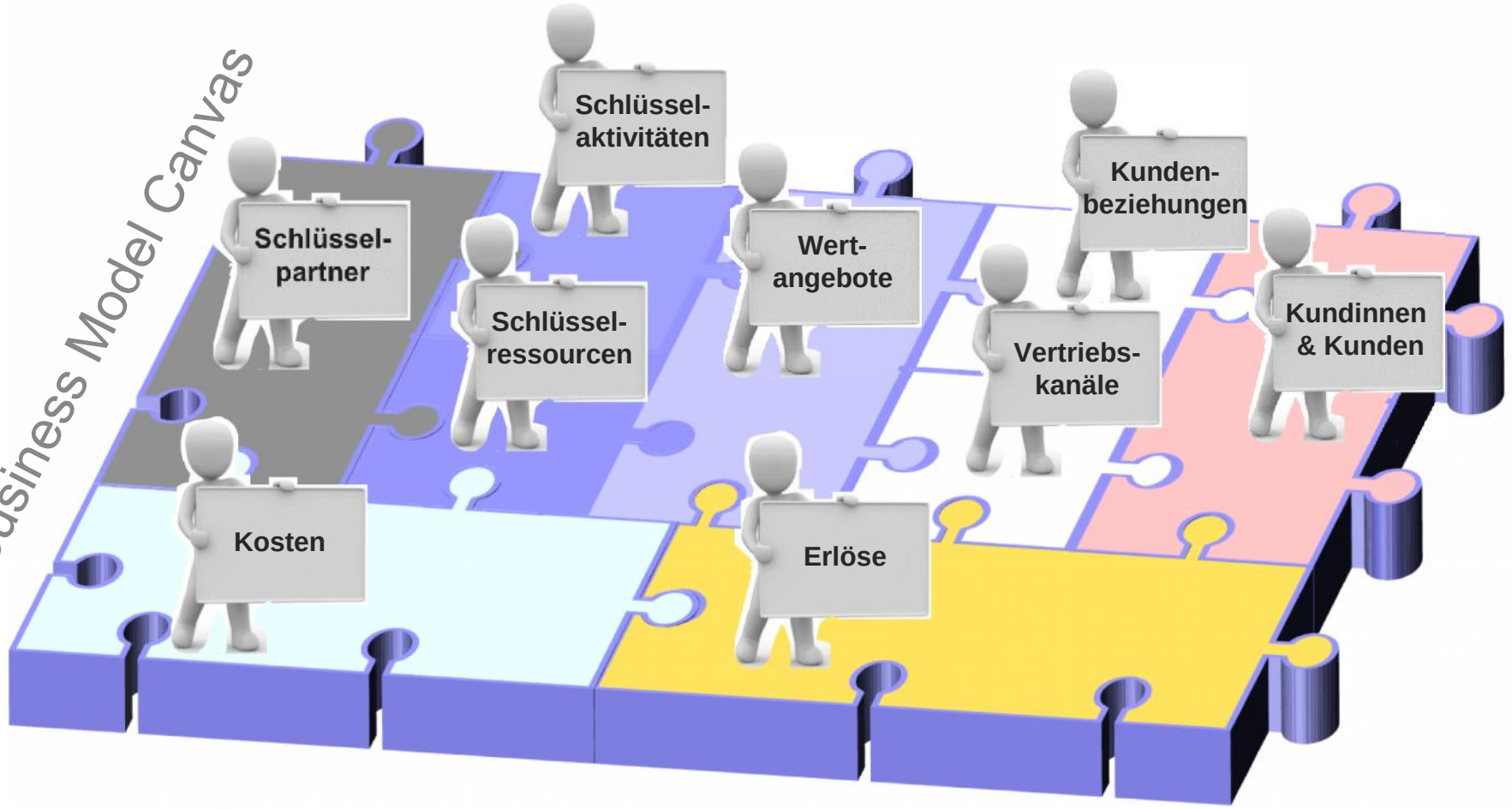
i | ö | w

AP 1 – Begriff „Geschäftsmodell“ und Elemente



„Ein Geschäftsmodell ist die Grundlogik eines Unternehmens, die beschreibt, welcher Nutzen auf welche Weise für Kunden und Partner gestiftet wird.“ (Schallmo 2013, 22).

Das sog. Business Model Canvas



Quelle: Nach Osterwalder und Pigneur 2011, 48; eigene Darstellung



AP 1 – Geschäftsmodelle

Ausgangspunkte Innoredux:

- Innovationen im Handel:
  - technische
  - soziale
  - organisatorische
- Resultieren in Neu- bzw. Rekonfigurationen der Elemente eines Geschäftsmodelle

➔ Eine Geschäftsmodellinnovation ist ein geplanter Prozess der Entwicklung, Implementierung und Vermarktung eines neuartigen Geschäftsmodells. Dies umfasst einerseits

➔ die Schaffung völlig neuer Geschäftsmodelle oder andererseits

➔ die Veränderung von mindestens zwei oder allen Elementen eines bestehenden Geschäftsmodells und/oder ihrer Beziehung zueinander.

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
Plastik in der Umwelt
Quellen • Senken • Lösungsansätze
ifeu
i | ö | w

AP 1: Realweltliche Beispiele im Kontext von Innoredux



- **Völlig neue Geschäftsmodelle (Neukonfiguration):**
  - Unverpackt-Läden
  - TurtleBox
  - ECOMOVISTAND
- **Teile einer Geschäftsmodell-Innovationen mit Potentialen zur Änderung von Geschäftsmodellen (Rekonfiguration):**
  - Versand in Mehrwegboxen (Memo, RePack)
  - Anpassung der Verpackungsgrößen (Amazon)
  - Nachfüllverpackungen (dm)
  - Nutzung von Verpackungen aus erneuerbaren Rohstoffen (Dell)
  - Vermeidung von Verpackungen (Rewe Biogemüse) / Onlinebereitstellung

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
Plastik in der Umwelt
Quellen • Senken • Lösungsansätze
ifeu
i | ö | w



Kurzblick auf die weiteren AP 2 bis 4

AP PM: Projektmanagement, Verbundkoordination und Berichtswesen

AP 5: Verbreitung der Ergebnisse

AP 1: Typologisierung Plastikmüll vermeidender Geschäftsmodelle durch innovative Verpackungslösungen

Filter A: 4 Warengruppen

Filter B: 2 Vertriebskanäle

AP 2: Bilanzierung, Identifizierung von Best Practices und Erfolgsfaktoren

TS 2.1: Ökologische, soziale und ökonomische Bilanzierung der identifizierten Geschäftsmodell-Innovationen (GMI)

TS 2.2: Untersuchung interner und externer Erfolgsfaktoren dieser GMI, Blockaden und Hemmnisse für eine Übertragbarkeit auf Second-movers

AP 3: Entwurf von Handlungsoptionen und Erprobung im Reallabor

TS 3.1: Entwicklung von Handlungsoptionen (regions- und warengruppenübergreifend)

TS 3.2: Anpassung und Erprobung der Handlungsoptionen in einer Strategie für den lokalen Kontext Heidelbergs

TS 3.2.1: Regionale Bestandsanalyse und Interviews

TS 3.2.2: Entwicklung & Umsetzung zielgruppenspezifischer Maßnahmen

TS 3.2.3: Prozessbegleitende Evaluation der Reallaborwirkungen

AP 4: Strategiebildung, Entwicklung von Unternehmenschecklisten und einer konzeptionellen Handreichung für Kommunen

Transdisziplinärer Forschungsansatz

Dissemination



Kontinuierlich zum Projektablauf

- Multimediale Website
- Corporate Design
- Filme
- Infografiken
- Unternehmenschecklisten
- Konzeptionelle Handreichung für Kommunen
- Schulung und Beratung: Webinare „Online-Roadshow“
  – Plastik in Unternehmen vermeiden
- Pressearbeit
- Messen/ Foren / Fachkonferenzen



Rollen der Praxispartner

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
Plastik in der Umwelt
Quellen • Senken • Lösungsansätze

ifeu

i | ö | w



Rolle Praxispartner

- **Wissensträger** (Praxiswissen)
- **Erfahrungsträger** (Geschäftsmodelle und deren Innovationspotenziale)
- **Mitforschende – Reflektion der Ergebnisse** (Ko-Design, Ko-Produzenten, Ko-Evaluation)
- **Change Agents** (Umsetzung der FuE-Ergebnisse)
- **Knowledge Broker** (eigene Kanäle, Glaubwürdigkeitsstärker)

GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Eine Initiative des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung

Plastik
in der Umwelt

Quellen • Senken • Lösungsansätze

FONA
Forschung für Nachhaltige
Entwicklung
BMBF

Vielen Dank.



Dr. Frieder Rubik
IÖW – Institut für ökologische
Wirtschaftsforschung, Berlin
frieder.rubik@ioew.de

10.4.2019

ifeu INSTITUT FÜR ENERGIE-
UND UMWELTFORSCHUNG
HEIDELBERG

i | ö | w