



## INNOVATION & KOOPERATION | SDG-INNOVATIONSWORKSHOP (1/6)

### Erläuterung

Der Fragenkatalog dient dazu, im Vorfeld das Ziel des Workshops zu definieren. Erst nach einer klaren Zielstellung sollte der Workshop weiter ausgearbeitet werden.



## Fragenkatalog

### Welches SDG soll vertieft werden?

Wählen Sie ein SDG im Vorfeld aus. Dies kann im Rahmen der SDG-Priorisierung (siehe gesondertes Arbeitsmaterial Workshop-Leitfaden SDG-Priorisierung) geschehen. Das ausgewählte SDG ist der „rote Faden“ des Workshops und gibt allen Teilnehmenden Orientierung.

### Was soll hinterher anders sein als vorher?

Überlegen Sie sich, was nach dem Workshop anders sein soll als vorher. Dabei können auch weiche Faktoren eine Rolle spielen, wie z.B. die Sensibilisierung für Nachhaltigkeit im Unternehmen aber auch die Entwicklung von neuen Ideen und bestenfalls daraus abgeleitete Maßnahmen.

### Welche Teilnehmenden gilt es einzuladen?

Achten Sie bei der Auswahl der Teilnehmenden auf vielfältige Perspektiven, d.h. binden Sie bewusst verschiedenen Abteilungen und gerne auch externe Kooperationspartner mit ein, denn dies tut jedem Innovationsprozess gut.

### Was sollen die Teilnehmenden bereits im Vorfeld erfahren?

Lassen Sie die Teilnehmenden wissen, was Sie im Grunde vorhaben. Dies kann bereits im Vorfeld motivierend wirken und Ungewissheiten verringern.

### Wer moderiert den Workshop?

Machen Sie sich Gedanken, wer den Workshop moderieren wird. Die Moderation hat die Aufgabe, den Rahmen vorzugeben und kann sich selbst aus der inhaltlichen Ausarbeitung raushalten.



## INNOVATION & KOOPERATION | SDG-INNOVATIONSWORKSHOP (2/6)

### Erläuterung

Die Identifizierung einer WKW-Frage („Wie können wir...“) ist i.d.R. der schwierigste Bestandteil des Workshops, aber auch elementar für die weitere gemeinsame Arbeit.

Nur wenn eine klare und offene Frage formuliert wurde, können anschließend auch Antworten gefunden werden, die konkret auf die Fragestellung einzahlen. Hier lohnt es sich, die Frage in ihre Elemente aufzuteilen, diese zu erfassen und anschließend als Frage zusammenzusetzen.

Wichtig ist, dass die korrekte Reihenfolge berücksichtigt wird. Nachdem ein SDG ausgewählt wurde, definieren Sie zunächst die Problemstellung. Anschließend wird die WKW-Frage erstellt.

Zum Schluss ist es Aufgabe der Teilnehmenden, sich auf eine Frage festzulegen.



## WKW-Frage

### Wie können wir [für wen] [was tun], um [was zu verändern bzw. welches Ziel zu erreichen]?

- Für wen: Zahlt ein auf die Zielgruppe
- Was tun: Konkretisiert die Aufgabe
- Was zu verändern: Beschreibt den Impact im Kontext der SDGs

### Beispielhafter Ansatz und Fragestellung

1. SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie  
Unterziel 7.2: Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen.
2. Problemstellung: Heizpumpen verwenden konventionelle Energie
3. WKW für unsere Kunden in der Gewächshausparte die Heizpumpen neu gestalten, um den Anteil erneuerbarer Energien (SDG 7.2) zu erhöhen?

### Hinweis

An dieser Stelle sollte noch nicht der Business Case thematisiert werden. Dies geschieht nach der Ideenfindungsphase. Erst dann wird diskutiert, welche Ideen umsetzbar sind und auch wirtschaftlich tragfähig sind.

### Methodischer Ablauf

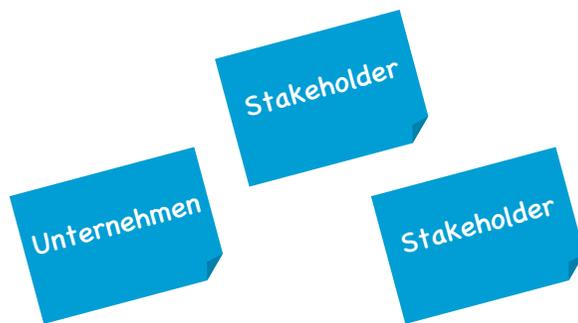
Die Teilnehmenden werden in Paare aufgeteilt, um zunächst Vorschläge für die WKW-Frage zu formulieren. Anschließend werden die Fragen auf Haftnotizen den anderen Teilnehmenden präsentiert und eine Fokusfrage für den weiteren Innovationsprozess ausgewählt.



## INNOVATION & KOOPERATION | SDG-INNOVATIONSWORKSHOP (3/6)

### Erläuterung

Um Nachhaltigkeit und Innovation zusammenzudenken, sollten die Anspruchsgruppen des KMU erkannt und verortet werden. Diese Übung hilft dabei, die Perspektive von Stakeholdern einzunehmen, sich in sie hineinzusetzen und in der weiteren Ausarbeitung zu berücksichtigen. Denn durch die Kooperation mit anderen Stakeholdern können neue Chancen erkannt werden.



## Stakeholder-Landkarte

### Methodischer Ablauf

1. **Sammeln:** Die Teilnehmenden sammeln gemeinsam auf Haftnotizen die Namen der Zielgruppen und kleben diese an eine Pinnwand o.ä.
2. **Verorten:** Auf einer weiteren Pinnwand wird eine Haftnotiz mit dem eigenen Unternehmensnamen aufgehängt. Anschließend werden die Zielgruppen kreisförmig, mit dem Unternehmensnamen im Zentrum, ergänzt. Wie stufen die Teilnehmenden die Gruppen ein: welche sind näher am Unternehmen, welche weiter entfernt?
3. **Auswählen:** Die Teilnehmenden treffen eine kleine Auswahl an nahestehenden, zentralen Zielgruppen und teilen sich entsprechend in Gruppen ein.
4. **Einfühlen:** Nun werden je Stakeholdergruppe drei Elemente ausgearbeitet (hinsichtlich der Fokusfrage): Welche Ziele hat die Stakeholdergruppe? Welche Wünsche hat die Stakeholdergruppe? Welche Frustrationen erfährt die Stakeholdergruppe?
5. **Präsentieren:** Zuletzt präsentieren die Teilnehmenden kurz und knapp die Ergebnisse.



## INNOVATION & KOOPERATION | SDG-INNOVATIONSWORKSHOP (4/6)

### Erläuterung

Bei der Ideenfindung sammeln Teilnehmende (in Gruppen) Antworten auf die Fokusfrage. Dies kann im Stillen oder im mündlichen Austausch geschehen.

### Ablauf

Wichtig ist, Ideen nicht zu bewerten. (Dies erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt.) Deshalb ist es von Bedeutung, die Regeln des Brainstormings vorzustellen. Die Moderation achtet dabei auf die Einhaltung dieser Regeln.

Eine Idee  
pro  
Haftnotiz

Eine Idee  
pro  
Haftnotiz

Eine Idee  
pro  
Haftnotiz

## Ideenfindung

### Methodischer Ablauf

Die Ideenfindung kann in drei Phasen aufgeteilt werden:

1. Freie Ideenfindung
2. Ideenfindung unter der Berücksichtigung der Stakeholderperspektiven
3. Ideenfindung unter Berücksichtigung des ausgewählten SDGs bzw. der Kombination aus zwei bis drei SDGs inkl. relevanter Unterziele

Nach der Ideenfindung werden die Ergebnisse vorgestellt.

### Brainstorming-Regeln

- Quantität ist wichtiger als Qualität.
- Auf Ideen anderer aufbauen.
- Ideen nicht bewerten (das wird später getan).
- Insbesondere auch wilde Ideen sind willkommen.

### Weiterführende Informationen

Design Thinking für Nachhaltigkeit

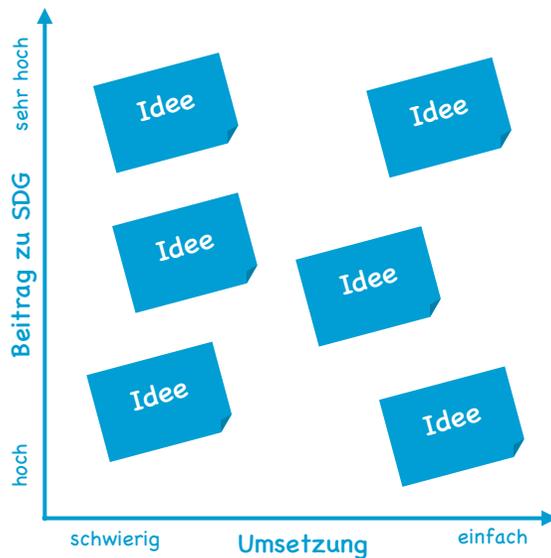
[http://sustainable-innovation-playbook.de/templates\\_pdf/ProblemVerstehen\\_5\\_Fokusfrage.pdf](http://sustainable-innovation-playbook.de/templates_pdf/ProblemVerstehen_5_Fokusfrage.pdf)



## INNOVATION & KOOPERATION | SDG-INNOVATIONSWORKSHOP (5/6)

### Erläuterung

Um die gesammelten Ideen zu priorisieren, kann eine Matrix verwendet werden, die aus zwei Dimensionen besteht.



## Priorisierung von Ideen

### Matrix

- Dimension 1 (z.B. auf der y-Achse): Beitrag zu ausgewähltem SDG (inkl. Unterziele) bzw. eine Kombination von zwei bis drei SDGs von hoch bis sehr hoch
- Dimension 2 (z.B. auf der x-Achse): Einschätzung der Umsetzung von schwieriger bis einfacher

### Methodik

Die Teilnehmenden verorten ausgewählte Ideen in einer Matrix auf einer Pinnwand. Anschließend wird eine finale Idee, die einen hohen Beitrag im Kontext der SDGs und leichter umzusetzen ist, für die weitere Ausarbeitung festgehalten.

### Hinweis

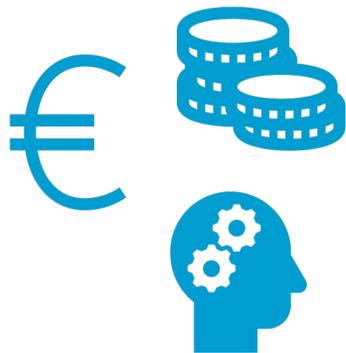
Es müssen nicht alle Ideen auf der Matrix ausgewählt werden.



## INNOVATION ET KOOPERATION | SDG-INNOVATIONSWORKSHOP (6/6)

### Erläuterung

Ziel dieser Workshopphase ist es, dass sich die Teilnehmenden mit der Geschäftsrelevanz der priorisierten Idee auseinandersetzen. Als Erwartungshaltung sollte verdeutlicht werden, dass es nicht Ziel des Workshops ist, einen umfangreichen Geschäftsplan auszuarbeiten. Dies kann im Nachgang geschehen.



## Wertversprechen

### Methodik

Der Business Model Canvas hilft dabei, die Geschäftsrelevanz einer Idee zu verdeutlichen – unter Berücksichtigung des SDG-Impacts (siehe unten). Der „Canvas“ verdeutlicht auf einen Blick die wichtigsten Schlüsselfaktoren des jeweiligen Geschäftsmodells – von Schlüssel-Partnern, -Aktivitäten, -Ressourcen über das Nutzen-Versprechen gegenüber dem Kunden bis hin zur Aufschlüsselung verschiedener Kundenarten und -beziehungen sowie Vertriebs- und Kommunikationskanäle. Zu jedem Schlüsselfaktor bestehen einfache Fragestellungen, beispielsweise „Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?“ (siehe untenstehende verlinkte Arbeitsmaterialien).

Die Moderation stellt den Teilnehmenden einige ausgewählte Fragen je Schlüsselfaktor. Auf Haftnotizen werden die Gedanken der Teilnehmenden festgehalten. Damit werden die zuvor erarbeiteten Ideen zielgerichtet auf ihre Geschäftsrelevanz geprüft. Fragen, die sich an dieser Stelle (noch) nicht beantworten lassen, zeigen auf, wo die Idee noch nachgeschärft werden sollte.

### Weiterführende Informationen

Business Model Canvas mit SDG-Impact vom Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (siehe S. 18):  
<https://www.undp.org/content/dam/sgd-accelerator/docs/190117%20SDG%20Accelerator%20Toolbox.pdf>

Hintergrundinformationen zum Business Model Canvas des BMWi:

<https://www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Businessplan/Business-Model-Canvas/inhalt.html>



Industrie- und Handelskammern  
in Bayern



Bayerisches Landesamt für  
Umwelt



Dieses Dokument ist Teil des SDG-Wegweisers aus dem Online-Tool Nachhaltigkeitsmanagement für KMU. Die Arbeitsmaterialien wurden im Rahmen des Umweltschutzpakt Bayern vom Bayerischen Landesamt für Umwelt (LfU) und dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e. V. erstellt.

---

#### Impressum:

##### Herausgeber:

Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU)  
Bürgermeister-Ulrich-Straße 160  
86179 Augsburg

Telefon: 08219071-0

E-Mail: [poststelle@lfu.bayern.de](mailto:poststelle@lfu.bayern.de)

Internet: [www.lfu.bayern.de](http://www.lfu.bayern.de)

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e. V.

Gerti Oswald, Geschäftsführerin

Max-Joseph-Straße 2

80333 München

Telefon: 0895116-0

E-Mail: [info@bihk.de](mailto:info@bihk.de)

Internet: [www.bihk.de](http://www.bihk.de)

##### Bearbeitung:

akzente kommunikation und beratung GmbH  
Corneliusstraße 10/IV  
80469 München

##### Redaktion:

LfU, Ref. 11, BIHK e.V.

Internet: [www.izu.bayern.de](http://www.izu.bayern.de)

##### Bildnachweis:

LfU, BIHK e.V.

##### Stand:

Januar 2020

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird um Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars gebeten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Broschüre wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Diese Broschüre wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden.

Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter [direkt@bayern.de](mailto:direkt@bayern.de)

erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.