



NewFoodSystems
Neue Lebensmittelsysteme

Innovationsraum NewFoodSystems

Sustainable Innovation Process

Interner Leitfaden für die FuEul-Projekte im Innovationsraum NewFoodSystems

Anhang I: Das SIP-Canvas



Hinweise zur Nutzung des SIP-Canvas

Hier finden Sie das SIP-Canvas, welches eine Sammlung von Fragen darstellt, deren Beantwortung Sie im Laufe des Innovationsprozesses unterstützen kann. Wir empfehlen Ihnen, dass Sie diese gleich zu Beginn Ihres Projektes durchgehen, um zu sehen was im Laufe des SIP auf Sie zukommen wird. Nehmen Sie es außerdem in jeder Phase wieder zur Hand und versuchen Sie, es nach und nach zu füllen. So werden Sie immer wieder daran erinnert, sich die richtigen Fragen zu stellen. Die Leitfragen finden sich auch in den jeweiligen Phasen wieder.

Das Canvas basiert auf dem klassischen Business Model Canvas und dem Sustainable Business Model Canvas und wurde speziell für den Innovationsraum NewFoodSystems angepasst. Es beinhaltet sowohl klassische als auch nachhaltigkeitspezifische Leitfragen.

SIP Canvas

Ziele & Ausrichtung der Innovation • Welches langfristige Ziel verfolgen wir mit unserer Innovation? (o) • Zur Lösung welcher (gesellschaftlichen) Herausforderung soll unsere Innovation beitragen? (o) • Zu welchem NFS Innovationsfeld soll unsere Innovation einen Beitrag leisten? (o) • Welche Art von Innovation (Produkt, Dienstleistung, Prozess) wollen wir entwickeln? (o)		Innovation vor dem Hintergrund von Nachhaltigkeit • Zum Erreichen welcher Nachhaltigkeitsziele (SDGs) soll unsere Innovation beitragen? (o) • Wie können wir sicherstellen, dass Entwicklung, Herstellung, Vertrieb und Nutzung des Produktes nachhaltig erfolgt und der Fußabdruck im Rahmen der planetaren Grenzen liegt? (o) • Welchen konkreten Beitrag soll unsere Innovation zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen (insb. den SDGs, speziell zu nachhaltigen Lebensmittelsystemen) zukünftig leisten? (1)	
Kunden & andere Stakeholder • Wer sind unsere (künftigen) Stakeholder? (o) • Wie sind die Stakeholder gegenüber unserer Innovation eingestellt? (o) • Wie groß ist der Einfluss der jeweiligen Stakeholder auf den Erfolg der Innovation? (o) • Wer ist die zukünftige Zielgruppe und was sind deren Anforderungen und Bedürfnisse? (1) • Gibt es Schlüssellkunden? (2) • Wie können Stakeholder bestmöglich in die Geschäftsmodellentwicklung integriert werden? (2) • Welche Bedeutung hat „Nachhaltigkeit“ für unsere Zielgruppe jetzt und voraussichtlich in der Zukunft? (1) • Welche Zielgruppen können als Türöffner für den Markteintritt geeignet sein? (5) • Ist ein glaubwürdiges Nachhaltigkeitszertifikat/-siegel für unsere Stakeholder wichtig? (5) • Wie können wir Kunden befähigen, nachhaltig zu handeln? (5)	Nutzenversprechen • Welchen (gesellschaftlichen) Mehrwert soll unsere Innovation leisten? (o) • Was sind Funktion und Form unseres Produkts / unserer Dienstleistung? (1) • Ist Eigentum des Innovationsprodukts notwendig oder ist ein Dienstleistungsmodell denkbar? (2) • Wie lässt sich unsere Innovation kurz und verständlich beschreiben? (4) • Warum sollte man unser Innovationsprodukt/-dienstleistung erwerben? Was ist einzigartig an unserem Nutzenversprechen? (4) • Sind die benötigten Ressourcen und Aktivitäten im Einklang mit den Planetary Boundaries realisierbar? (1) • Welche positiven und negativen Effekte hat unsere Innovation auf Umwelt und/oder Gesellschaft? Wie können diese entlang des gesamten Lebenszyklus maximiert bzw. minimiert werden? (2) • Wie trägt die Integration der Nachhaltigkeit zum Kundennutzen bei? (4) • Welche Nachhaltigkeitsaspekte und welcher (gesellschaftliche, Umwelt- und Kunden-) Nutzen sollen gezielt kommuniziert werden? (5) • Wann und wie kommunizieren wir diese Nachhaltigkeitsaspekte? (5)	Vernetzung & Partner • Welche Partner benötigen wir, um unser Nutzenversprechen zu erfüllen? Für was brauchen wir sie jeweils? (2) • Welche Schnittstellen im Innovationsraum NFS können wir nutzen? (2) • Welche Nachhaltigkeitsanforderungen sind entlang der Wertschöpfungskette relevant? (2) • Welche möglichen Partner sind für die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen nützlich? (2) • Wie können wir die gesamte Wertschöpfungskette nachhaltig, transparent und zirkulär gestalten? (3) • Können wir regulatorische Rahmenbedingungen beeinflussen, indem wir mit relevanten Partnern kooperieren? (4) • Welche Organisationen könnten hilfreiche Partner bei der Vermarktung sein? (5)	
Ertragsmodell • Welche Arten von Ertrag möchten wir erzielen? Wie soll das Preismodell gestaltet sein? (2) • Für welche Werte/Nutzen sind unsere Kunden wirklich zu zahlen bereit? Kennen wir die Zahlungsbereitschaft der Kunden? (3) • Gibt es Subventionen oder Förderungen für unsere Innovation? (4) • Kann die Innovation wirtschaftlich sein? (2 & 3) • Sind durch die Einhaltung von Nachhaltigkeitsprinzipien höhere Preise oder ein Wettbewerbsvorteil erzielbar? (4)	Nutzengenerierung • Welche zentralen Aktivitäten sind für die Umsetzung unserer Innovation notwendig? (3) • Welche Mittel und Kompetenzen brauchen wir? Was steht uns zur Verfügung? (3) • Wie bewerten wir den Erfolg unserer Innovation und die Erreichung unserer Ziele? (5) • Gibt es Aktivitäten (bspw. in Beschaffung, Herstellung, Transport) oder Ressourcenverbräuche, die nachhaltiger gestaltet oder ersetzt werden können? (4) • Können bestimmte Risiken (Z.B. Reputationsverlust, gesetzliche Auflagen) durch nachhaltigere Aktivitäten vermieden werden? (3) • Was passiert am Ende des Produktlebenszyklus? Kann das Produkt wiederverwendet, recycelt o.ä. werden? (3) • Können wir den Produktlebenszyklus verlängern? (4)		Kostenstruktur • Welche Kosten und Investitionen sind notwendig für unsere Innovation? An welchen Stellen in der Wertschöpfungskette fallen diese an? (2) • Können Kosten durch Einsparungen im Ressourcenverbrauch gesenkt werden? (3) • Können zukünftig Kosten entstehen, wenn Nachhaltigkeitsprinzipien nicht beachtet werden? (3) • Sind nachhaltigere Alternativen in der Produktion verfügbar und wirtschaftlich sinnvoll? (3) • Fallen zusätzliche Kosten für die Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsaspekte an? Z.B. für Zertifizierungen oder Rücknahmesysteme. (4)

- Klassische Leitfragen (Phase)
- Nachhaltigkeitspezifische Leitfragen (Phase)