

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Die Autoren.....	VII
1 Einführung.....	1
1.1 Blitzlicht auf Innovationen und Innovatoren	1
1.2 Hintergrund und Aufbau des Buches	3
1.3 Der Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung.....	6
1.4 Innovationen und Nachhaltigkeits-Innovationen	15
2 Bio und Nachhaltigkeit in der Ernährungs- wirtschaft	21
2.1 Entwicklungsgeschichte der Bio-Branche	21
2.2 Neuere Entwicklungen im Markt.....	27
2.3 Nachhaltigkeits-Aktivitäten in der Branche.....	30
2.4 Leitbilder für Nachhaltigkeit	37
2.4.1 Die IFOAM-Prinzipien – ein Leitbild für Nachhaltigkeit	39
2.4.2 Leitbilder des deutschen Lebensmittelhandwerks	42
2.4.3 Der Kodex des Bundesverbands Naturkost – Naturwaren – Herstellung und Handel e.V.	45
3 Nachhaltigkeits-Innovationen in der Praxis	49
3.1 Innovationsverständnis in der Ernährungswirtschaft.....	49
3.2 Ursprünge von Innovationen und ihre Reichweite im Bio-Markt	57
3.3 Im Vergleich: Innovationen konventioneller Unternehmen	62
3.4 Kategorien von Akteuren	67
3.5 Rolle von Händlern	71
3.6 Rolle weiterer Innovationsakteure	74

4	Innovationsformen, Erfolgsfaktoren und Hemmnisse im Prozess	77
4.1	Innovationsformen und -leistungen	77
4.2	Innovation als Prozess	81
4.3	Erfolgsfaktoren.....	85
4.3.1	Blick in die Literatur.....	85
4.3.2	Erfolgsfaktoren in der Praxis	88
4.4	Innovationshemmnisse	91
4.4.1	Blick in die Literatur.....	92
4.4.2	Hemmnisse in der Praxis	94
5	Perspektiven für die Marktentwicklung.....	101
5.1	Strategische Ansätze	101
5.2	Innovationsstrategien für den Massenmarkt.....	106
5.3	Ausblick: Potenziale aus Nachhaltigkeits-Innovationen realisieren	115
6	Management von Nachhaltigkeits-Innovationen in der Praxis	119
6.1	Einführung	119
6.2	Schwerpunkte für konventionelle Unternehmen.....	124
6.2.1	Trendidentifizierung: Spezifische Ansätze für Nachhaltigkeits-Innovationen	126
6.2.2	Weitere Ansätze zur Trendidentifizierung aus dem Innovationsmanagement.....	130
6.2.3	Ideenfindung: Spezifische Ansätze für Nachhaltigkeits-Innovationen.....	131
6.2.4	Weitere Ansätze zur Ideenfindung aus dem Innovationsmanagement	137
6.3	Schwerpunkte für Bio-Pioniere.....	146
6.3.1	Ideenbewertung/-auswahl: Spezifische Ansätze für Nachhaltigkeits-Innovationen	147
6.3.2	Weitere Ansätze zur Ideenbewertung/-auswahl aus dem Innovationsmanagement.....	155

6.3.3	Marktrealisierung: Spezifische Ansätze für Nachhaltigkeits-Innovationen	157
6.3.4	Weitere Ansätze zur Marktrealisierung aus dem Innovationsmanagement	159
6.4	Gewinnung von Kunden für Nachhaltigkeit als Zukunftsaufgabe	161
	Literaturverzeichnis	165
	Anhang	175
	Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung der Schweisfurth-Stiftung	175
	Beratungs- und Trainingsangebote zu Nachhaltigkeits-Innovationen	176