



Abstract-Vorlage DLG-Innovation Award „Junge Ideen“

Thema: Produktentwicklung

Titel der Arbeit: „Umsetzung und Potenziale von Crowdsourcing
in der Produktentwicklung von Lebensmitteln“

Erstellungsjahr der Forschungsarbeit: 2020

Art der Arbeit: Bachelorarbeit im Rahmen des Studiengangs Ökotrophologie
mit Schwerpunkt Lebensmittel, Produktentwicklung, Marketing

Autoren und Anschriften:

Verfasserin:

Valeria Lotz
Elsässer Straße 35
22049 Hamburg
+49 1771685736
Valeria_Lotz@hotmail.de

Hochschule und Betreuer der Abschlussarbeit:

Prof. Dr. Christoph Wegmann & Prof. Dr. Birgit Peters
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Life Sciences, Department Ökotrophologie, Ulmenliet 20, 21033 Hamburg
Tel.: +49 40 428 75-6116
christoph.wegmann@haw-hamburg.de
birgitkaethe.peters@haw-hamburg.de

Abstract:

Das Thema dieser Bachelorarbeit ist Crowdsourcing. Crowdsourcing ist ein Neologismus, der sich aus den beiden Wörtern „Crowd“ und „Outsourcing“ zusammensetzt. Es handelt sich dabei um eine Ausprägungsform der Open Innovation. Bei Crowdsourcing werden Aufgaben, die üblicherweise von Erwerbstätigen innerbetrieblich durchgeführt werden, durch einen offenen Aufruf an eine große Masse von Menschen über das Internet ausgelagert. So kann eine Vielzahl an externen Akteuren in das Innovationsgeschehen eingebunden und dadurch auf die Kreativität, die Expertise, die Zeit oder auch das Kapital der Masse zurückgegriffen werden.

Auf Grund der zunehmenden Vernetzung und der Weiterentwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien hat Crowdsourcing in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen und sich vermehrt auch in Low-Tech-Branchen, wie der Lebensmittelindustrie, verbreitet. Demzufolge konnten durch Crowdsourcing bereits

einige neue Lebensmittel, die den Bedürfnissen der Verbraucher besser gerecht werden, entwickelt und vermarktet werden. Gerade für die Lebensmittelindustrie könnte Crowdsourcing somit einen neuen Lösungsansatz darstellen. Hier herrscht ein besonders harter Verdrängungswettbewerb auf dem weitgehend gesättigten Markt und die hohen Verbraucheransprüchen nehmen bezüglich der Qualität der Lebensmittel stetig zu. In der Wissenschaft wurde das Thema allerdings nur wenig im Lebensmittelbereich untersucht, in der Praxis fehlt es daher aktuell an konkreten Empfehlungen zur Umsetzung für die Unternehmen der Lebensmittelindustrie. Die bisherige Umsetzung von Crowdsourcing findet zudem bislang vergleichsweise selten in Unternehmen der deutschen Lebensmittelindustrie statt, sodass nur wenig Erfahrung hierzulande dazu vorliegt.

Die Bachelorarbeit befasst sich deshalb konkret mit der Umsetzung und den Potenzialen von Crowdsourcing in der Produktentwicklung von Lebensmitteln. Crowdsourcing wird dabei unter produkt-, branchen- und länderspezifischen Gesichtspunkten betrachtet. Um die Fragestellung beantworten zu können, wurde eine systematische Literaturrecherche durchgeführt. Anhand von Unternehmensbeispielen konnte aufgezeigt werden, dass Crowdsourcing grundsätzlich in allen Phasen des Produktentwicklungsprozesses von Lebensmitteln auf sehr vielfältige Weise umgesetzt werden kann. Die beschriebenen Beispiele können dabei als ein erster Orientierungsrahmen für Unternehmen, die bisher noch keine Crowdsourcing-Projekte umgesetzt haben, verstanden werden. Des Weiteren konnten anhand der aufgeführten Beispiele mögliche Potenziale von Crowdsourcing für die Unternehmen der deutschen Lebensmittelindustrie aufgedeckt und beschrieben werden. Demnach bietet Crowdsourcing den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Leistungs- und Innovationsfähigkeit zu steigern und Wettbewerbsvorteile zu generieren. Auch können durch Crowdsourcing, neben den wirtschaftlichen Zielen, zeitgleich weitere Ziele aus dem sozialen oder ethischen Bereich, verfolgt werden (z. B. durch die Entwicklung nachhaltiger Produkte, die auch die Verbraucherwünsche treffen). Den Unternehmen der deutschen Lebensmittelindustrie kann somit grundsätzlich der Einsatz von Crowdsourcing empfohlen werden, da es einen neuen und innovativen Lösungsansatz für die aktuellen Herausforderungen auf dem Markt liefert. In der Bachelorarbeit wurden dazu konkrete Maßnahmen zur Umsetzung dargelegt, die auch die spezifischen Voraussetzungen der Betriebe in der deutschen Lebensmittelindustrie berücksichtigen. Zu den wichtigsten Maßnahmen zählen dabei eine ausreichend gute Vorbereitung des Betriebs hinsichtlich der Unternehmenskultur, sowie das Hinzuziehen von speziellen Crowdsourcing-Intermediären.

Die Ergebnisse dieser Arbeit können somit insgesamt erste Anhaltspunkte für die Unternehmen der deutschen Lebensmittelindustrie zur Umsetzung und zu den Potenzialen von Crowdsourcing in der Produktentwicklung von Lebensmitteln liefern. In der Wissenschaft sind aber noch deutlich tiefgehendere und umfassendere Untersuchungen notwendig, damit noch weitere Handlungsempfehlungen möglich werden.