

# Special Issue: Ökologische und soziale Nachhaltigkeit in der Kundenbeziehung

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Ein großer Teil davon ist vom Menschen verursacht. Digitale Technologien werden aufgrund ihres bemerkenswerten Einflusses und ihrer Allgegenwart in allen Bereichen unseres Lebens als ein wichtiges Werkzeug zur Bewältigung dieser Herausforderungen angesehen. Konsumenten tun sich allerdings schwer, wenn es um die Einschätzung der Umweltauswirkungen von Produkten und Services geht und sind sich derer oft nicht bewusst.

Im Rahmen dieses Themengebiets möchten wir die Doppelrolle von digitalen Technologien beleuchten:

- als Kaufobjekt und damit verbundene Implikationen für Nachhaltigkeit und
- als Enabler für eine technik-basierte Unterstützung, Kunden zu nachhaltigerem Verhalten zu ermutigen.



## Unternehmen

Die digitale Bioökonomie bietet Raum für innovative und kundenzentrierte Geschäftsmodelle mit dem Ziel eines nachhaltigen Wirtschaftens.

### Mögliche Fragestellungen:

- Welche kundenzentrierten IoT oder KI-basierten Geschäftsmodelle gibt es bzw. sind möglich?
- Welche Chancen und Herausforderungen existieren in der Nutzung von Crowdsourcing zur Verfolgung der Ziele der Bioökonomie?

**Mögliche Methoden:** Literatur- und Webrecherche, Fokusgruppen, Interviews

## Kundenschnittstelle

Wie nachhaltig digitale Produkte sind, ist nicht immer direkt ersichtlich. Für Unternehmen ist es daher wichtig zu verstehen, wie Nachhaltigkeit von Kunden wahrgenommen wird.

### Mögliche Fragestellungen:

- Wie bewerten Kunden verschiedene Nachhaltigkeitsdimensionen von digitalen und physischen Produkten?
- Welche Dimensionen prägen die allgemeine Nachhaltigkeitswahrnehmung am stärksten?

**Mögliche Methode:** Umfrage, Experiment, Literaturrecherche

## Kundenentscheidung

Wie können digitale Technologien Konsumenten unterstützen, sich nachhaltiger und gesünder zu verhalten?

### Mögliche Fragestellungen:

- Gamification, um Suchtverhalten zu reduzieren (z.B. Rauchen)
- Gamification, um Ernährungsverhalten zu verbessern
- Digital Nudging, um nachhaltige Kleidung zu fördern
- Digital Nudging, um nachhaltige Energienutzung zu fördern

**Mögliche Methoden:** Literaturrecherche, Umfrage, Experiment