

Digital Social Innovation: Der Einfluss von Kunden auf Nachhaltigkeit in Unternehmen - die Rolle von digitalen Technologien

Motivation

- **Kunden fordern** immer häufiger auch **nachhaltige Produkte** ein und haben damit einen großen Hebel für nachhaltige Innovationen
- Als Adidas zum Beispiel zu Beginn der Corona-Pandemie keine Mieten mehr zahlen wollte, hat die große Entrüstung der Kunden dazu geführt, dass Adidas schnell zurückgerudert ist
- Damit Kunden effektiv ihre **Bedürfnisse kommunizieren** können, spielen **digitale Technologien** (z.B. soziale Medien, Daten, etc.) eine große Rolle
- Der Einfluss von digitalen Technologien in Bezug darauf, wie Kunden Nachhaltigkeit in Unternehmen treiben können, ist bislang aber wenig erforscht
- Daher wäre wichtig zu wissen, **auf welche Weise digitale Technologien genutzt werden können, um Kunden in ihren Anforderungen zu unterstützen**



© <https://pixabay.com>

Mögliche Forschungsfragen

- Welche Rolle spielen digitale Technologien (z.B. soziale Medien) für den Einfluss von Kunden auf Nachhaltigkeit in Unternehmen?

Ansprechpartnerin



Ricarda Schäfer

Mögliche Herangehensweisen

- **Schritt 1. Literaturrecherche** zum Einfluss von Kunden und digitalen Technologien auf Nachhaltigkeit in Unternehmen
- **Schritt 2: Multiple Case Study:** Auswahl von Unternehmen mit Nachhaltigkeitsinitiativen und bekannten Nachhaltigkeitsskandalen; Analyse von digitalen Technologien in den verschiedenen Cases

Literatur

- “Case study research and applications”, Robert Yin
- „Using Web 2.0 and Social Media Technologies to Foster Proenvironmental Action“, Ballew et al.
- „The Networked Nonprofit: Connecting with Social Media to Drive Change“, Kanter
- “The impact of sustainability information on consumer decision making“, O’Rourke and Ringer