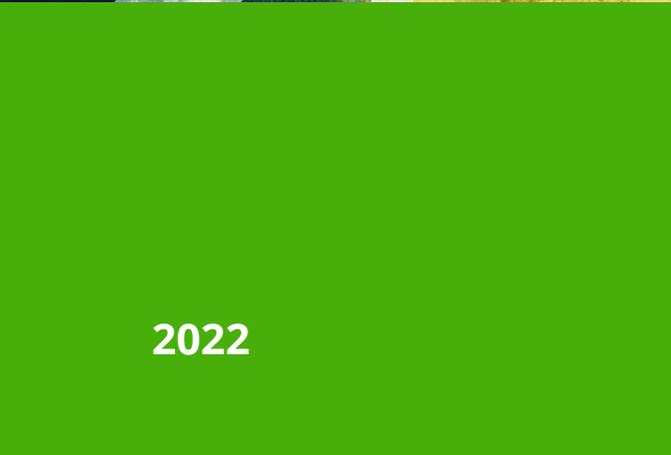


# Methodenhandbuch zur Umsetzung einer **Innovation Sandbox**



# Inhalte

<b>1. Worum geht es in diesem Methodenhandbuch?</b>	3
<b>2. Wer steht hinter dem Handbuch?</b>	4
<b>3. Kann meine Organisation eine Innovation Sandbox in die Praxis umsetzen?</b>	5
<b>4. Für welche Themenstellungen eignet sich die Innovation Sandbox?</b>	6
<b>5. Wie finde ich ein geeignetes Thema und formuliere eine gute Frage für die Nutzer:innen?</b>	7
<b>6. Wie können Nutzer:innen sinnvoll eingebunden werden?</b>	8
<b>7. Wie sollten Nutzer:innen angesprochen werden?</b>	10
<b>8. Wie können die Beiträge der Nutzer:innen verarbeitet werden?</b>	11
<b>9. Wie kann meine Organisation mit den Ergebnissen aus der Innovation Sandbox weiterarbeiten?</b>	13
<b>Impressum</b>	14

# 1. Worum geht es in diesem Methodenhandbuch?

Dieses Handbuch richtet sich an Organisationen, die **Zukunftstechnologien mithilfe von Nutzer:innen voran treiben möchten** und deren Ziel es ist, Bedürfnisse von **Nutzer:innen im Zusammenhang mit Zukunftstechnologien frühzeitig erkennen und entsprechend bei Lösungen berücksichtigen zu können**. Hier finden Leser:innen eine genaue Anleitung, wie sie die Methode der *Innovation Sandbox* in ihrer Organisation durchführen können.

Erfolgversprechend ist dabei vor allem das geschickte **Zusammenspiel zwischen Öffnungsschritten und geschlossenen Analysephasen**, was ein zentrales Element von gelungenen Open Innovation-Prozessen ist.

## Die sechs Schritte zum Nachmachen

Grob ist eine Innovation Sandbox in sechs wesentliche Prozessphasen unterteilbar (siehe dazu die untenstehende Abbildung):

1. **Erarbeitung des Themas und der Fragestellung:**  
Festlegung des inhaltlichen Rahmen gegebenenfalls auch unter Einbindung von Expert:innen
2. **Erste Öffnungsphase:** Mithilfe von unterschiedlichen Formaten wird Wissen von Nutzer:innen eingeholt

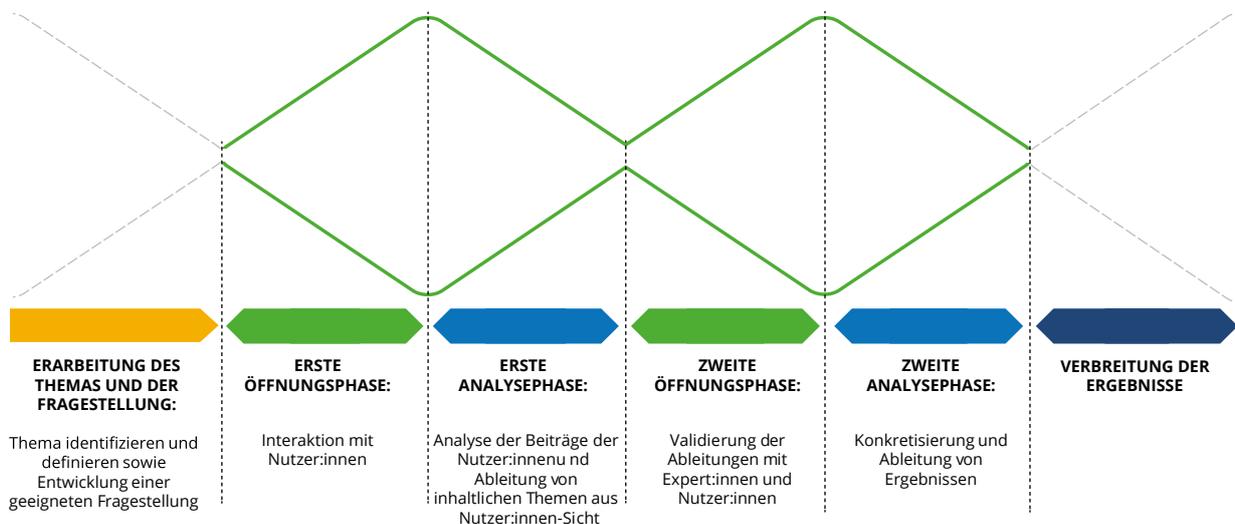
3. **Erste Analysephase:** Systematische Analyse der Beiträge der Nutzer:innen und Generieren von ersten Erkenntnissen

4. **Zweite Öffnungsphase:** Rückspielen der ersten Erkenntnisse an Expert:innen und Nutzer:innen zur Validierung und Erweiterung

5. **Zweite Analysephase:** Konkretisierung der Ableitungen und Ergebnisse auf Basis der Expert:innen und Nutzer:inneneinbindung

6. **Verbreitung der Ergebnisse:** Systematische und zielgruppengerechte Kommunikation

Der Wechsel zwischen gezielter Öffnung und Analyse sowie Fokussierung führt dazu, dass damit jene Entwicklungen herausgefiltert werden können, die tatsächlich in der Praxis gebraucht werden. Es wird nicht nur die **Innovationsgeschwindigkeit erhöht**, sondern auch vermieden, dass **an den Bedürfnissen der Nutzer:innen vorbei innoviert** wird, was ein häufiges Problem der Technologieentwicklung darstellt.



## 2. Wer steht hinter dem Handbuch?

Das Handbuch wurde 2022 im Zuge der Durchführung einer Innovation Sandbox durch winnovation und Green Energy Lab im Auftrag des Klima- und Energiefonds erstellt, um auch anderen Akteur:innen dieses Werkzeug zur Verfügung zu stellen. Die Erfahrungen mit der Nutzer:innen-Einbindung im Pilotprojekt zu gesteuertem und bidirektionalem Laden in Unternehmensflotten dienen zur Veranschaulichung der Methodik.

**Klima- und Energiefonds:** Mit richtungsweisenden Strategien, Konzepten und Programmen in den Bereichen Energie- und Mobilitätswende, Klimawandel und Bewusstseinsbildung unterstützt der Klima- und Energiefonds die österreichische Bundesregierung auf ihrem Weg zur Klimaneutralität 2040. Dabei verbindet er Politik, Wirtschaft und Wissenschaft und baut die Brücken zu den Menschen in den Städten, Regionen und Gemeinden. Der Fonds fördert innovative Lösungen und Technologien „Made in Austria“ und leistet damit einen wichtigen Beitrag für den Klimaschutz und zur Stärkung der heimischen Wirtschaft.

<https://www.klimafonds.gv.at/>

**winnovation** wurde 2006 als Österreichs erstes auf Open Innovation spezialisiertes Beratungsunternehmen gegründet. winnovation unterstützt Kunden aus den unterschiedlichsten Bereichen dabei, intelligente, zielgerichtete und nutzerorientierte Innovationsprozesse umzusetzen. Der Haupthebel hierfür liegt in der Gestaltung früher Innovationsphasen.

<https://www.winnovation.at/>

**Green Energy Lab** ist eine Forschungsinitiative für nachhaltige Energielösungen und Teil der österreichischen Innovationsoffensive „Vorzeigeregion Energie“ des Klima- und Energiefonds. Mit den Kernregionen Wien, Niederösterreich, Burgenland und Steiermark verfügt das Green Energy Lab über einen Testmarkt mit etwa fünf Millionen Endverbraucher:innen und ist damit Österreichs größtes „Innovationslabor“ für eine nachhaltige Energiezukunft.

<https://greenenergylab.at/>

### 3. Kann meine Organisation eine Innovation Sandbox in die Praxis umsetzen?

Eine *Innovation Sandbox* ist vielseitig einsetzbar und es sind unterschiedliche Umsetzungsvarianten möglich. Dennoch lassen sich gewisse Eigenschaften beziehungsweise Merkmale benennen, die förderlich für jene Organisation / Institution sind, die eine Innovation Sandbox umsetzen möchte:

**Glaubwürdigkeit:** Die Akteur:innen, welche Wissen einbringen, müssen Vertrauen zur umsetzenden Organisation / Institution haben und sich sicher sein, dass diese sorgfältig mit den Beiträgen umgeht und die Ergebnisse entsprechend den Zielen eingesetzt werden. In der öffentlichen Wahrnehmung haben häufig Non-Profit-Organisationen und öffentliche Einrichtungen eine erhöhte Glaubwürdigkeit. Auch Unternehmen können Innovation Sandboxes umsetzen, müssen jedoch den Nutzen des Projekts für die Allgemeinheit und die eigene Glaubwürdigkeit besonders belegen.

**Zugang zu Netzwerken, relevanten Akteur:innen und Nutzer:innen:** Die umsetzende Organisation / Institution sollte auf ein breites und vielfältiges Netzwerk zugreifen können, das Wissen zum Thema auf-

weist. Dadurch können relevante Personen, zum Beispiel Stakeholder, Akteur:innen und Nutzer:innen, eingebunden werden.

**Innovationsexpertise:** Die Umsetzung einer Innovation Sandbox profitiert von Open Innovation-Methodenwissen, Kommunikations- und Analysefähigkeiten.

**Ressourcen:** Erfolg und Aussagekraft der Ergebnisse sind eng mit dem Ressourceneinsatz gekoppelt. Eine Innovation Sandbox braucht ein Team, das sich intensiv um die Umsetzung kümmert. Wie groß das Team ist und wieviel Zeit zur Verfügung steht, sollte bereits bei der Planung berücksichtigt werden.

**Partnerschaften:** Nicht alles muss man selbst tun. Was in der eigenen Organisation / Institution nicht möglich ist, können unter Umständen Partner oder professionelle Dienstleister einbringen.

Je nach **Themenstellung und Zielsetzung der Innovation Sandbox** sowie den eingesetzten Ressourcen ist diese in **circa sechs bis zwölf Monaten** durchführbar.

#### Ein zwölfmonatiger Prozess für den Einsatz von gesteuertem und bidirektionalem Laden durch drei sich optimal ergänzende Partner

Der Klima- und Energiefonds ist in Österreich zentraler Umsetzer der Bundesstrategien im Bereich Technologie, Klimaschutz und Energie. Vom Klima- und Energiefonds wurden zwei Organisationen beauftragt die Innovation Sandbox umzusetzen: Green Energy Lab und winnovation. Das Green Energy Lab bringt als Forschungsinitiative für nachhaltige Energielösungen Netzwerkzugänge und Fachwissen zu gesteuertem und bidirektionalem Laden mit. winnovation bringt als Innovationsberatung Zugänge zur Innovationscommunity sowie Fachwissen zu Open Innovation und zur Umsetzung von Innovationsprojekten mit in das Projekt ein. Gemeinsam haben sie daher ideale Voraussetzungen, um eine Innovation Sandbox durchzuführen.

Insgesamt hat im Projektbeispiel die Durchführung der Innovation Sandbox circa zwölf Monate benötigt, wobei anzumerken ist, dass der Prozess sehr intensiv und ausführlich durchgeführt wurde.



#### Pilotprojekt

## 4. Für welche Themenstellungen eignet sich die Innovation Sandbox?

Die Geschwindigkeit, in der technologische Weiterentwicklung passiert und Innovationen entstehen, nimmt stetig zu. Das bietet neue Chancen, um große gesellschaftliche Herausforderungen, wie etwa den Klimawandel, zu adressieren.

Nutzer:innen spielen eine Schlüsselrolle beim raschen und breiten Einsatz von Technologien. Nur wenn sie bereit sind, Innovationen und Technologien anzunehmen, kann das gesellschaftliche und ökologische Potenzial tatsächlich gehoben werden. **Es ist daher von großer Bedeutung, ein Umfeld zu schaffen, das die Bedürfnisse von Nutzer:innen bereits früh in der Technologiegestaltung berücksichtigt.**

Werden unterschiedliche, im jeweiligen Kontext relevante Anwender:innen direkt eingebunden, kann damit zum einen eine

hohe **Nutzer:innen-Akzeptanz** geschaffen werden. Zum anderen können **hinderliche Barrieren (zum Beispiel gesetzliche Rahmenbedingungen oder gesellschaftliche Normen und Verhaltensweisen) rechtzeitig reduziert** werden. Um dies zu erreichen, kann die Methode der Innovation Sandbox genutzt werden.

Die **Einsatzbereiche einer Innovation Sandbox sind vielseitig**, fokussieren sich jedoch vor allem auf **Themen, die in der Zukunft liegen und bei denen der Mehrwert und tatsächliche Nutzen noch unklar** sind. Auch bei Fragestellungen, die nicht nur von einem Umsetzer abhängen, sondern die das **Zusammenspiel unterschiedlicher Akteure und passende systemische Rahmenbedingungen erfordern, kann eine Innovation Sandbox sinnvoll sein.**



### Pilotprojekt

#### Umsetzung eines Pilotprojektes zu gesteuertem und bidirektionalem Laden als Chance für den breiten Einsatz von erneuerbaren Energieträgern

Die Klimakrise und daraus resultierende Entwicklungen hin zu mehr erneuerbaren Energien fordern den schnellen Einsatz innovativer Technologien. Eine dieser vielversprechenden Technologien ist das gesteuerte und bidirektionale Laden von E-Autos. Durch dieses kann das Stromnetz stabilisiert werden, was die Integration von mehr erneuerbaren Energieträgern ins Netz ermöglicht. Die technischen Voraussetzungen hierfür sind weitestgehend ausgereift, jedoch gibt es bei den potenziellen Nutzer:innen und Stakeholdern (zum Beispiel Netzbetreibern, Energieversorgern, Ladeinfrastrukturbetreibern) noch kaum praktische Erfahrungen. Um zu erkunden, wie das Umfeld gestaltet werden sollte, um gesteuertes und bidirektionales Laden breit umzusetzen, wurde mit Beginn 2021 im Auftrag vom Klima- und Energiefonds eine Innovation Sandbox umgesetzt.

## 5. Wie finde ich ein geeignetes Thema und formuliere eine gute Frage für die Nutzer:innen?

Um eine Innovation Sandbox möglichst zielführend einsetzen zu können, sollte die gewählte **Themenstellung bestimmte Kriterien** erfüllen:

**Abgrenzung:** Die Themenstellung ist greifbar, nicht zu breit und deutlich abgrenzbar von anderen Themenstellungen.

**Gestaltungsspielraum:** Beim Thema gibt es aktuell Gestaltungsspielraum (beispielsweise sich ändernde Rahmenbedingungen, politische Zielsetzungen und Vorgaben).

**Relevanz für Nutzer:innen:** Potenzielle Nutzer:innen sind grundsätzlich am Thema oder Teilaspekten des Themas interessiert und dadurch motiviert, aktiv beizutragen.

**Nutzer:innen-Einbindung** ist zielführend: Beim Thema spielen Nutzer:innen (wie Bürger:innen, KMU, große Unternehmen, Vereine) grundsätzlich eine bedeutende Rolle und es macht Sinn, sie einzubinden.

Sollte die Themenstellung den Anforderungen nicht genügen, kann es hilfreich sein, diese stärker zu konkretisieren oder Subthemen auszuwählen.

Wichtig ist bei dieser Definition der Themenstellung nicht nur, eine konkrete **zukunftssträchtige Technologie** zu wählen, sondern darüber hinaus zu analysieren,

- wer die **zukünftige Zielgruppe** sein wird,
- wer einen (möglichst hohen) **Bedarf haben oder Vorteile aus dem Einsatz der Technologie** ziehen wird,
- sowie was das erwünschte Ziel ist, das durch den breiten Einsatz der Technologie erreicht werden soll.

Basierend auf diesen Vorarbeiten kann eine **Leitfrage für die Innovation Sandbox** entwickelt werden. Folgende Struktur hat sich dabei bewährt:

*„Wie muss \*der Einsatz der Technologie \_\_\* gestaltet und kommuniziert werden, um von \*der Zielgruppe \_\_\* vermehrt \*mit der Zielsetzung \_\_\* genutzt zu werden?“*

Aufbauend auf dieser Leitfrage können verschiedene Subfragen formuliert werden, um einzelne Dimensionen des Themas und die entsprechenden Bedürfnisse und Anforderungen der Nutzer:innen ausreichend zu berücksichtigen und abzufragen.

### Gezielte Expert:innen-Einbindung, um das Thema zu konkretisieren, in dem Handlungsbedarf besteht

Gesteuertes und bidirektionales Laden kann in vielen Anwendungskontexten genutzt werden. Um einen konkreten Fokus für die Innovation Sandbox zu ermöglichen, wurden Interviews mit ausgewählten Expert:innen durchgeführt, mit deren Hilfe die Anwendung in Flotten als erfolgversprechend definiert wurde. Nicht nur kann bei Flotten durch wenige Entscheidungsträger:innen eine weitreichende Umstellung bewirkt werden, diese Umstellung hat auch eine Vorbildwirkung für eine große Menge an Personen.

#### Folgende finale Frage wurde daher formuliert:

*Wie muss gesteuertes und bidirektionales Laden gestaltet und kommuniziert werden, um von Organisationen und Unternehmen durch ihre Flotten vermehrt zur Bereitstellung von Systemflexibilität genutzt zu werden?*



Pilotprojekt

## 6. Wie können Nutzer:innen sinnvoll eingebunden werden?

Auf Basis der konkreten Fragestellung gilt es zu analysieren, wer neben der definierten Zielgruppe noch einen möglichen Einfluss auf die Umsetzung hat. Welche Gruppen werden die Technologie direkt nutzen und / oder die Nutzung ermöglichen? Diese Gruppen gilt es in Folge ebenso einzubinden, um ihre Bedürfnisse und Erwartungen abzufragen.

**Wichtig ist hierbei, sich bereits zu Beginn Gedanken zu machen, wie eine Verteilung der jeweiligen Zielgruppen (theoretisches Sampling) aussehen könnte.** Dabei ist darauf zu achten, dass neben **themenspezifischen Charakteristika** auch weitere Merkmale berücksichtigt werden. Unter anderem können das sein: **Gender, Herkunft, Alter, Lebenssituation und Einkommen.**

Je nach Zielgruppen können **verschiedene Formate** genutzt werden. Für die Auswahl des Formats gibt es keine pauschal richtige Antwort, es gilt jedoch mit dem Format die **Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.** Je nach Zielsetzung und Zielgruppe lassen sich auch unterschiedliche Formate miteinander kombinieren.

Im Folgenden werden fünf Formate grob skizziert und ihre Ziele dargelegt. Es ist zu beachten, dass diese Liste nicht vollständig ist.



### Interviews

**Ablauf:** Für Interviews werden gezielt Personen identifiziert und kontaktiert. Die Interviews selbst können sowohl digital wie auch physisch durchgeführt werden. Ein personalisierter Gesprächsleitfaden strukturiert das Interview. Wichtig ist eine ausreichende Dokumentation der Ergebnisse und eine neutrale sowie offene Art der Fragestellung.

**Vorteile:** flexibel durchzuführen, wenige Personen zur Durchführung nötig, sehr gezielte und individuelle Fragestellungen möglich

**Nachteile:** zeitintensiv, aufwändige Analyse, geringe Anzahl an erreichten Personen, dadurch mitunter limitierte Aussagekraft



### Fokusgruppen

**Ablauf:** Für eine Fokusgruppe werden gezielt Personen zur gemeinsamen Diskussion eingeladen. Ideale Größe sind circa fünf bis sieben Teilnehmende. Mit diesen wird anhand eines vorbereiteten Leitfadens semistrukturiert diskutiert. Erfahrung in der Moderation sowie eine gute Dokumentation sind wichtig.

**Vorteile:** mittlere Anzahl an eingebundenen Personen, Möglichkeit, individuell und gezielt auf Teilnehmende einzugehen, wechselseitige Interaktion der Teilnehmenden

**Nachteile:** aufwendige Analyse, geringe zeitliche Flexibilität, Moderationserfahrung wichtig



### Co-Creation-Workshops

**Ablauf:** Um einen Workshop durchzuführen, werden gezielt Personen der entsprechenden Zielgruppen eingeladen. Der Workshop selbst kann sowohl digital wie auch physisch stattfinden. Bei einem Workshop können viele Personen auf einmal eingebunden werden, für ideale Ergebnisse sollten diese jedoch im Workshop in Kleingruppen von fünf bis sieben Personen aufgeteilt werden. Wichtig ist eine zielgerichtete Aufgabenstellung im Workshop, wie auch erfahrene Moderator:innen, um eine entsprechende Diskussion zu gewährleisten und gut mitzudokumentieren.

**Vorteile:** größere Anzahl an eingebundenen Personen, Möglichkeit individuell und gezielt auf Teilnehmende einzugehen, wechselseitige Interaktion der Teilnehmenden

**Nachteile:** aufwendige Analyse, geringe zeitliche Flexibilität, Moderationserfahrung nötig



### Quantitative Online-Umfrage

**Ablauf:** Eine quantitative Online-Umfrage ist gekennzeichnet von geschlossenen Fragen. Bei der Durchführung einer Online-Umfrage ist eine gute Führung durch die Umfrage wichtig und komplexe Themen sollten gut erklärt werden. Auch die Auswahl der geschlossenen Fragen ist zentral, damit sie im Nachgang aussagekräftige Ergebnisse bringen. Die Rekrutierung und Ansprache der einzubindenden Personen muss strategisch geplant werden, da sie weniger personalisiert erfolgt als bei anderen Formaten.

**Vorteile:** große Reichweite möglich und daher auch eine große Anzahl an eingebundenen Personen, standardisierte Antworten entsprechend dem Fragebogen ermöglichen Vereinfachung der Auswertung

**Nachteile:** Kaum grundsätzlich neue Erkenntnisse möglich, aufwendige Rekrutierung der einzubindenden Personen, geringe Steuerung der Beteiligung, intensive Vorbereitung der Fragen

Tool genutzt. Die offenen Fragen sollen Teilnehmende motivieren, persönliche Beiträge zu formulieren und ermöglichen neue Erkenntnisse. Die Führung der Teilnehmenden durch das Crowdsourcing, die Formulierung der einzelnen Fragen und das Rekrutieren der Teilnehmenden sind auch hier Erfolgskriterien.

**Vorteile:** große Reichweite möglich und daher auch eine große Anzahl eingebundener Personen, individuelle Antworten und daher auch die Möglichkeit eines Gewinns von neuen Erkenntnissen

**Nachteile:** Aufwendige Rekrutierung der einzubindenden Personen, geringe Steuerungsmöglichkeit hinsichtlich der Teilnehmenden, intensive Vorbereitung der Fragen, aufwendige Analyse der individuellen Beiträge

Je nach gewähltem Format kann auch während der Einbindung eine Nachschärfung und Änderung der Fragen hilfreich sein, um beispielsweise bestimmte neue Themenfelder näher zu erörtern. Auch eine Änderung und gezieltere Ansprache gewisser Nutzer:innengruppen kann während der Einbindung nötig sein, um das erwünschte theoretische Sample zu erreichen.



### Crowdsourcing

**Ablauf:** In einem Crowdsourcing werden offene Fragen einer breiten Teilnehmerschaft („Crowd“) gestellt. Dazu wird üblicherweise ein Online-



### Pilotprojekt

#### Eine Kombination aus Online-Umfrage und Crowdsourcing mit Beiträgen von 1.665 Mitarbeiter:innen und Flottenverantwortlichen

Um die Frage zu beantworten, welche Rahmenbedingungen gegeben sein müssen, um gesteuertes und bidirektionales Laden in Unternehmensflotten breit umzusetzen, wurden als Zielgruppe zum einen Mitarbeiter:innen und zum anderen Flottenverantwortliche identifiziert. Um hier eine breite Diversität zu erreichen, wurde entschieden, eine Kombination von quantitativer Online-Umfrage und Crowdsourcing durchzuführen, welche entsprechend der beiden Zielgruppen unterschiedlich gestaltet wurde. Die geschlossenen Fragen wurden intelligent mit offenen Fragen verknüpft. Gezielt wurde auch mit der Darstellung von Szenarien gearbeitet, um ein Bild der Zukunft zu beschreiben und so besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen einzugehen. Mit offenen Fragen wurden persönliche Erwartungen, Bedenken und Befürchtungen erfragt. Die geschlossenen Fragen dienten dazu, Erkenntnisse aus der Vorrecherche zu validieren und eine Einordnung zu erhalten.

Insgesamt war das Online-Tool acht Wochen geöffnet, der Zugangslink wurde in den Netzwerken der Partner (Klima- und Energiefonds, Green Energy Lab und winnovation) gestreut, vereinzelt wurden gezielt weitere Multiplikator:innen angeschrieben. 1.665 Personen haben insgesamt teilgenommen.

## 7. Wie sollten Nutzer:innen angesprochen werden?

Um die relevanten Nutzer:innengruppen zu finden, gibt es unterschiedliche Startpunkte:

- zu Beginn die **eigenen Kontakte und Netzwerke** sowie
- eine **Desktop-Recherche** zu:
  - Communitys,
  - Vereinen und
  - Interessensgruppen
- danach können **unterschiedliche Multiplikator:innen als Brücke** zu den Nutzer:innen fungieren, denn sie kennen oftmals viele relevante Personen und können im Idealfall auch direkt den Kontakt herstellen
- Eine breitere Streuung kann durch den Versand über **entsprechende E-Mail-Verteiler**, zum Beispiel Newsletter unterstützt werden

In der Ansprache ist es von höchster Wichtigkeit, darzulegen, was das **Ziel der Ein-**

**bindung** ist, was im Weiteren mit den Ergebnissen geschehen wird und weshalb ein Beitrag der Teilnehmenden von hoher Relevanz ist. Eine **wertschätzende Kommunikation auf Augenhöhe**, passend zu Zielgruppe und Thema, unterstützt bei der Motivation zur Teilnahme.

Dieser wertschätzende Umgang ist auch während des Prozesses ein Schlüsselfaktor. Die Teilnehmer:innen haben eine wichtige Expertise und unterstützen damit das Projekt. Daher sollte darauf geachtet werden, dass alle Fragestellungen so formuliert sind, dass sie einfach verständlich und mit dem zu erwartenden Wissensstand der teilnehmenden Personen gut zu beantworten sind. Die Fragen sollten die aktuelle Lebenssituation der Zielgruppe ausreichend abbilden. Hilfreich kann es hierbei sein, in **iterativen Schleifen die Fragestellungen und die Kommunikation vorab zu testen**, bevor die Ansprache der Zielgruppe erfolgt. Nach der Einbindung ist eine Danksagung unumgänglich.



### Pilotprojekt

#### Gezielte Nutzung bestehender Kanäle und Verteiler zur effizienten Einbindung der Nutzer:innen

Zur Verbreitung des Crowdsourcings wurden sowohl gezielt Multiplikator:innen angesprochen, wie auch Verteiler des Green Energy Labs und der Kontakte des Klima- und Energiefonds genutzt. Zur Verbreitung wurden daher verschiedene zielgruppengerechte Anschreiben entwickelt, welche die Ziele und Inhalte erklärten. Eine individuelle Ansprache war aufgrund der breiten Streuung im Pilotprojekt nicht möglich.

## 8. Wie können die Beiträge der Nutzer:innen verarbeitet werden?

Die während der Nutzer:inneneinbindung generierten Beiträge müssen im Anschluss systematisch analysiert werden, um wichtige Erkenntnisse in Bezug auf die idealen Rahmenbedingungen und Nutzer:innenbedürfnisse zu identifizieren und Ableitungen für den weiteren Prozess treffen zu können. Je nach Anzahl der generierten Beiträge können diese vollständig oder stichprobenartig analysiert werden. Es ist auch möglich, das ursprünglich anvisierte theoretische Sampling heranzuziehen, um zu entscheiden, welche Beiträge in der Analyse prioritär behandelt werden.

Je nach verwendetem Format (siehe dazu auch die Seiten 8-9) sind die Beiträge unterschiedlich und verlangen nach einer entsprechend angepassten Verarbeitung.



### Interviews

Beiträge in Form von Interviews sind entweder in wortwörtlichen Transkripten oder sehr detaillierten Protokollen unmittelbar nach dem Interview festzuhalten. Sprachlich entspricht die Dokumentation häufig dem exakten Wortlaut. Die Transkripte beziehungsweise Protokolle verlangen nach einer detaillierten Textanalyse (siehe Exkurs Seite 12).



### Fokusgruppe

Auch die Ergebnisse aus Fokusgruppensitzungen müssen in einem detaillierten Protokoll festgehalten werden. Sprachlich entspricht die Dokumentation häufig dem exakten Wortlaut und die Wortmeldungen sollten möglichst wenig aggregiert werden. Die Dokumentation wird im Nachgang systematisch analysiert.



### Workshop

Die Ergebnisse aus einem interaktiven Workshop sind häufig in einem Fotoprotokoll, im Optimalfall jedoch durch eine ausführliche Dokumentation festgehalten. Die Dokumentation inkludiert im Gegensatz zu Fokusgruppen- und Interviewdokumentationen meist keine wortwörtlichen Informationen, sondern Zusammenfassungen.



### Quantitative Online-Umfrage

Vergleichsweise einfach zu verarbeiten sind generierte Daten aus Online-Umfragen mit geschlossenen Fragen. Häufig unterstützen auch bereits Online-Tools selber die Aufbereitung der Daten.



### Crowdsourcing

Aus einem Crowdsourcing erhält man individuelle Beiträge, die sich in der Qualität sehr unterscheiden können. Dabei ist es wichtig, dass ein erfahrenes Team die Textanalyse übernimmt.



### Exkurs: Textanalyse

Die Analyse der Beiträge sollten im Idealfall Expert:innen von qualitativen Analysemethoden durchführen, die gleichzeitig kein tiefgehendes Wissen im Themenbereich haben. Damit wird das Risiko minimiert, dass Aussagen ignoriert werden und persönliche Annahmen zu einem Thema die Ergebnisse verfälschen.

Sollten mehrere Personen die Textanalyse durchführen – was ausdrücklich von Vorteil ist – ist es zentral, dass sich das Analyseteam am Beginn gut abstimmt und in der Bewertungsqualität annähert. Das bedeutet, dass nach einer gewissen Anzahl von analysierten Beiträgen, welche am Beginn

immer von zwei Personen parallel analysiert werden, diese Personen zum gleichen Analyseergebnis kommen. Ist ein Intercooder Agreement im Analyseteam gegeben, dann weist die Analyse eine hohe Übereinstimmung auf.

Während dem Analyseprozess achtet das Team auch bereits auf Muster, welche sich wiederholt zeigen. Diese Muster sind im späteren Prozess relevant, weil besonderes Augenmerk auf sie gelegt wird. Es kann auch ratsam sein, zu analysieren, welche Muster überraschenderweise nicht genannt wurden und warum diese erwarteten Muster fehlen.



### Pilotprojekt

#### Systematische Analyse qualitativer und quantitativer Beiträge von 1.665 Teilnehmenden

Im Pilotprojekt wurden 1.665 Beiträge sowohl von Mitarbeiter:innen wie auch Flottenverantwortlichen vollständig quantitativ analysiert und die Beiträge auch entsprechend dem davor entwickelten theoretischen Sampling qualitativ ausgewertet. Basierend auf diesen Beiträgen konnten Muster identifiziert werden und drei große Themenstellungen zeichneten sich ab. Um diese noch stärker zu konkretisieren, aber auch erste Lösungsideen zu erarbeiten, wurde darauf folgend ein Workshop mit 18 Stakeholdern und Expert:innen aus dem Feld durchgeführt. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden vier Dimensionen für die Rahmenbedingungen ausgearbeitet und sieben erste Handlungsempfehlungen für den weiteren Weg hin zu einem breiteren Einsatz von gesteuertem und bidirektionalem Laden abgeleitet. Diese wurden in einem letzten Schritt nochmals für Feedback geöffnet und im März 2022 finalisiert.

## 9. Wie kann meine Organisation mit den Ergebnissen aus der Innovation Sandbox weiterarbeiten?

Schon während der Arbeit mit Nutzer:innen beziehungsweise im Optimalfall bereits bei der Planung des Prozesses sollte regelmäßig darauf geachtet werden, dass diese Frage nicht aus dem Blick verloren wird.

Da bei einer Innovation Sandbox neue, zukunftsfähige Technologien angesprochen werden, welche noch nicht dem Mainstream entsprechen, gibt es vor allem zwei Varianten der Weiterverarbeitung und Kommunikation der Ergebnisse:

1. **Ableitung von Ergebnissen für Entscheidungsträger:innen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft**
2. **Information einer interessierten Fachöffentlichkeit**

Entlang des gesamten Prozesses sollte möglichst transparent kommuniziert werden. Laufend soll gezielt die Kommunikation mit Stakeholdern und Multiplikator:innen gesucht werden, um die Ergebnisse der unterschiedlichen Prozessschritte zu kommunizieren. Wichtig ist dabei eine zielgruppengenaue Ansprache.



### Pilotprojekt

#### Die Ergebnisse der Innovation Sandbox als Startpunkt für weitere Entwicklungen gezielt kommunizieren

Die finalen Erkenntnisse aus der Nutzer:innen-Einbindung wurden im Frühjahr 2022 in einem Co-Creation-Workshop mit 18 Expert:innen aus unterschiedlichen Fachbereichen und mit unterschiedlichen Expertisen diskutiert. Gemeinsam wurden Rahmenbedingungen und Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Ebenso im Frühjahr 2022 wurden die Ergebnisse des gesamten Prozesses in übersichtlichen und zielgruppengerechten Dokumenten aufbereitet und entsprechend an verschiedene Stakeholder aktiv kommuniziert und versandt. Zusätzlich sind die Ergebnisse online unter <https://energieforschung.at/projekt/mit-beteiligung-von-nutzerinnen-buergerinnen-unternehmen/> abrufbar.

Die Ergebnisse bilden die Startrampe für weitere Entwicklungen hin zu einem breiteren Einsatz von gesteuertem und bidirektionalem Laden in Österreich.

# Impressum

**Eigentümer, Herausgeber und Medieninhaber:**

Klima- und Energiefonds  
Leopold-Unger-Platz 2/1/Top 142, 1190 Wien

**Verfasser:innen:**

**winnovation consulting gmbh:**

Bettina Gerbl  
Gertraud Leimüller  
Lena Müller-Kress  
Johanna Rohrhofer

**Forschungsinitiative Green Energy Lab:**

Francois Laurent  
Lisa Wolf  
Susanne Supper

Das Methodenhandbuch wurde im Auftrag des Klima- und Energiefonds erstellt.

**Grafische Gestaltung:**

winnovation consulting gmbh

**Fotos:** alle unsplash.com

Titelseite: Jacek Dylag (oben), thisisengineering Raeng (unten)

Wien, April 2022