



ÖGUT-Themenfrühstück

Energieeffizientes Bauen

Der Weg von der Avantgarde zum Mainstream

DI Christiana Hageneder MSc,

ÖGUT – Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik

Fragestellung



Was sind die **Erfolgsfaktoren** für die Einführung von Innovationen am Markt?

Welcher Markt? → in der Bauwirtschaft

Welche Innovationen? → Energieeffizienzmaßnahmen

Innovation = eine Idee, eine Technik, oder ein Produkt, das als neu von einem Individuum oder einer Gruppe von Anwendern gesehen wird.

Hintergrund¹

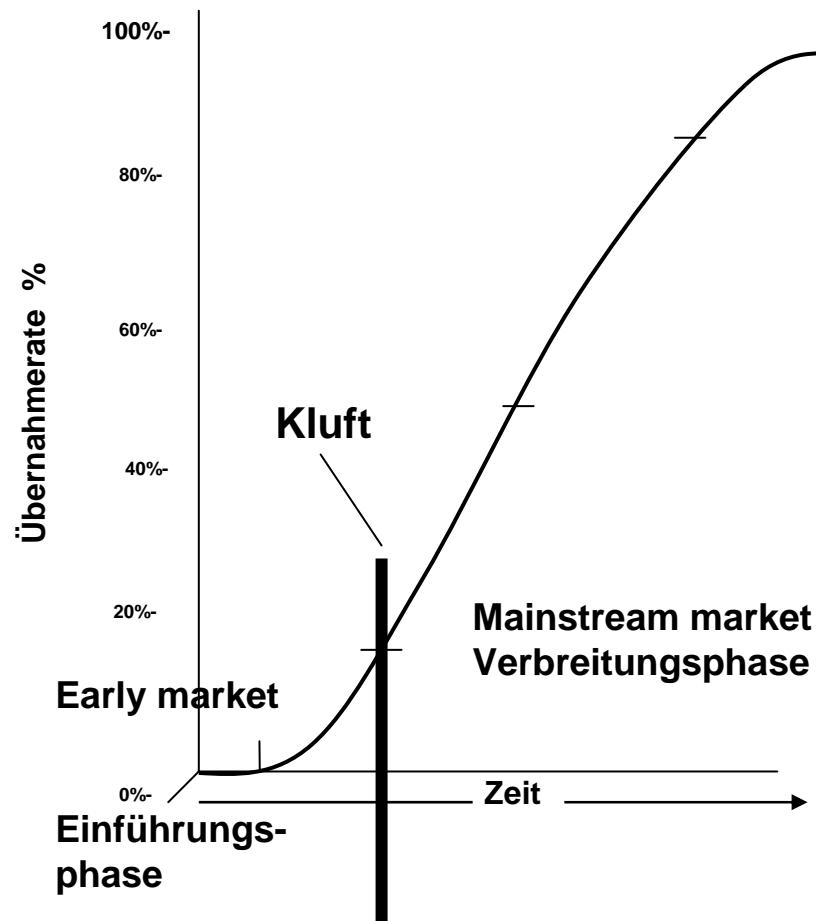


Die Entwicklung von Innovationen am Markt verläuft in drei Phasen:

- die Erfindung/Entstehung
Nachweis der technischen Machbarkeit
- die Einführungsphase
- die Verbreitungsphase
ökonomische und gesellschaftliche Machbarkeit

¹ nach C. Egmond

Entwicklungskurve am Markt



Kluft zw early market und mainstream market

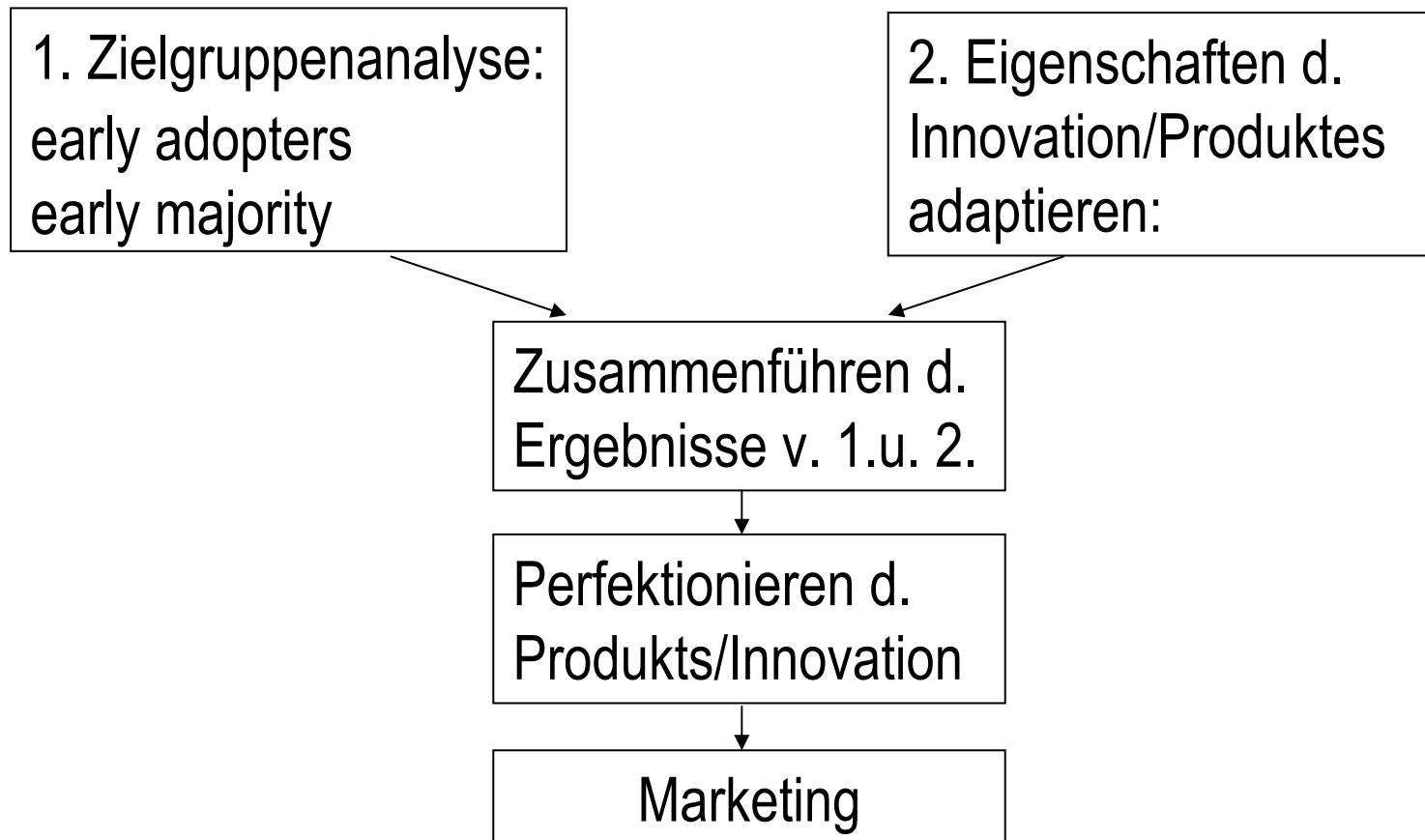
- Unterschiedliche Motive der Akteure
- Veränderungswille im early market groß
- „business as usual“ im mainstream market, Veränderung wird abgelehnt

Erfolgsfaktoren



- Finden von Nischen im breiten Markt
- Anforderungen des breiten Marktes studieren und Innovation/Produkt adaptieren:
 - Innovation/Produkt sollte ein Problem lösen bzw. ein Bedürfnis befriedigen

Erfolgsfaktoren



Beispiel klima:aktiv Gebäudestandard



= Qualitätszeichen für Gebäude
österreichweit
für NEH und Passivhäuser

Bewertung von

- Energie und Versorgung
- Baustoffe und Konstruktion
- Komfort, Raumluftqualität
- Planung und Ausführung



Beispiel klima:aktiv Gebäudestandard



Vorgabe für Erfolgsfaktoren:

- Nischen finden

 - Zielgruppe innovative Bauträger etc.

- Anforderungen des breiten Marktes studieren

Innovation/Produkt adaptieren, Bedürfnis befriedigen

 - Bedürfnis nach neutralem Qualitätszeichen

 - GebäudeStandard an Markt angepasst

 - Hilfe bei Umsetzung des GS (Schulungen, Deklaration,..)

Beispiel klima:aktiv Gebäudestandard



Weitere Erfolgsfaktoren:

- Qualität der Innovation im breiten Markt nicht verlieren
 - Qualitätssicherung wichtig
 - „Premiumprodukt“ klima:aktiv Passivhaus
- Partner und Synergien suchen und stärken
 - andere Innovatoren mitnehmen (IG Passivhaus)
 - „Interessensgenossen“ finden (Fertighausindustrie, MassivWertHaus Wienerberger)

Fazit



- Die Innovation definieren
- Die Nische/n finden
- Anforderungen studieren und Produkt/Innovation adaptieren
- Qualität/Vorteile des Nischenproduktes nicht verlieren
- Partner und Synergien suchen und stärken
- Marketingplan
- Action