

Inhaltsverzeichnis

KAPITEL 1: EINLEITUNG UND AUFBAU DER ARBEIT27

1.1	Ausgangsfragen	27
1.1.1	Nachhaltiges Wachstum?	27
1.1.2.	Innovationen als adäquates Veränderungsprinzip für eine nachhaltige Entwicklung?	32
1.1.3	Nachhaltige Entwicklung als kultureller Wandel?	34
1.2	Aufbau der Arbeit.....	36
1.3	Zur Entstehungsgeschichte des Nachhaltigkeitsbegriffs	38
1.3.1	Von der Zauberformel zur Worthülse?	38
1.3.2	Vom Umwelt- zum Nachhaltigkeitsdiskurs: Ein kurzer Blick in die Dogmenhistorie.....	40
1.3.3	Brundtland-Report und Agenda 21: Das Übertragbarkeitskriterium.....	43
1.3.4	Natürliches und anthropogenes Kapital	48

KAPITEL 2: NACHHALTIGKEITSPRINZIPIEN ENTLANG DES TECHNISCHEN UND KULTURELLEN WEGES53

2.1	Der technische Weg: Dematerialisierung und Ökologisierung wirtschaftlicher Aktivitäten	54
2.1.1	Nachhaltigkeitsprinzip I: Effizienz	56
2.1.2	Nachhaltigkeitsprinzip II: Konsistenz	60
2.1.3	Nachhaltigkeitsprinzip III: Vermeidung	64
2.1.4	Nachhaltigkeitsprinzip IV: Risikominderung	64
2.2	Der kulturelle Weg: Milderung von Wachstumszwängen	66

2.2.1	Wachstum als etablierte Ersatzlösung für Umverteilung.....	67
2.2.2	Nachhaltigkeitsprinzip V: Umverteilung	73
2.2.3	Nachhaltigkeitsprinzip VI: Suffizienz.....	93
2.3	Zur Brauchbarkeit des „Drei-Säulen-Modells“	96
2.4	Nachhaltige Entwicklung als Suchprozess: Die Richtung zählt	100
2.4.1	Direkte und indirekte Effekte	104
2.4.2	Gesellschaftliche Entscheidungsdimensionen und Innovationstypen	110
2.4.3	Rebound-Effekte	115
2.5	Identifikation von Nachhaltigkeitspotenzialen: Ein Suchkorridor	121

KAPITEL 3: NACHHALTIGKEIT AUS UNTERNEHMERISCHER PERSPEKTIVE: KONZEPTE UND ANSATZPUNKTE125

3.1	Vorgehensweise und Datenbasis	126
3.2	Unternehmensnahe Institutionen	131
3.3	Finanzdienstleister mit Nachhaltigkeitsausrichtung.....	135
3.3.1	Der Kapitalmarkt als Indikator für unternehmerische Nachhaltigkeit	135
3.3.2	Aktuelle Entwicklung des Marktes für nachhaltige Kapitalanlagen.....	138
3.3.3	Absolute und relative Bewertungskonzepte	141
3.3.4	Resultate aus dem nachhaltigkeitsorientierten Finanzbereich	144
3.4	Nachhaltigkeitsorientierte Berater und Dienstleister.....	147
3.4.1	Unternehmensberatung und nachhaltiges Wirtschaften	147
3.4.2	Resultate aus dem nachhaltigkeitsorientierten Beratungsbereich.....	150

KAPITEL 4: LEITKONZEPTE DES NACHHALTIGEN**WIRTSCHAFTENS153**

4.1	Kurzdarstellung der Leitkonzepte	154
4.1.1	Corporate Social Responsibility (CSR).....	154
4.1.2	Stakeholderdialog.....	156
4.1.3	Umweltmanagement.....	159
4.1.4	Ökoeffizienz, Dematerialisierung und MIPS	160
4.1.5	Sustainable Product Design.....	162
4.1.6	Stoffstrommanagement, Supply-Chain- Management, Product Stewardship.....	164
4.1.7	Sustainability Reporting	166
4.1.8	Integrierte Produktpolitik (IPP).....	169
4.1.9	Codes of Conduct	170
4.1.10	Ökoeffektivität.....	172
4.1.11	Industrial Ecology	179
4.2	Verdichtung der Recherche-Ergebnisse	182
4.3	Unternehmerische Nachhaltigkeit und Strukturwandel.....	185
4.3.1	Produkt- und Verfahrensneuerungen als Hoffnungsträger.....	185
4.3.2	Strukturwandel I: Substitution im Produkt- und Technikbereich	188
4.3.3	Strukturwandel II: Rekombination statt Produktion durch neue Dienstleistungen	192
4.3.4	Strukturwandel III: Kultureller Wandel	193

KAPITEL 5: WACHSTUM, RISIKO UND BESCHLEUNIGUNG ALS WEGBEGLEITER DES INNOVATIONSPARADIGMAS.....	197
5.1 Geschichte und Kultur des Wandels.....	200
5.1.1 Das Steigerungsprinzip.....	200
5.1.2 Kulturelle Ausdifferenzierung des Konsumverhaltens als Schrittmacher für Innovationen.....	202
5.2 Innovation und Wachstum.....	204
5.2.1 Vom Additionsprinzip zum Gegengiftsyndrom.....	204
5.2.2 Heterogonie der Zwecke.....	207
5.2.3 Innovation als Problemlöser: Ein Wettlauf zwischen Hase und Igel.....	209
5.2.4 Innovationswettbewerb als Wachstumsmotor.....	210
5.3 Das Selektionsdilemma.....	216
5.3.1 Der Mangel an effektiven Auslesemechanismen.....	217
5.3.2 Das vernachlässigte Kriterium der Irreversibilität.....	221
5.4 Risikokumulation im Innovationsroulette.....	226
5.4.1 Typologien und theoretische Zugänge zum Risikobegriff.....	227
5.4.2 Kumulative Modernisierungsrisiken als zukünftige Herausforderung.....	231
5.4.3 Wer nicht wagt, der nicht gewinnt – von Überforderung keine Spur?.....	235
5.5 Beschleunigung versus Kontinuität: Der Planet leidet unter Innovationsstress.....	238
5.5.1 Leben auf der Beschleunigungsspur.....	239
5.5.2 Vom Innovationsfurore zur Innovationsüberlastung.....	242

**KAPITEL 6: VOM WANDEL DES WANDELS: NACHHALTIGKEIT
ZWISCHEN VERÄNDERUNGSDYNAMIK UND BEWAHRUNG.....245**

6.1	Was lässt sich aus der Ambivalenz des Innovationsprinzips lernen?	245
6.2	Innovationsgeschwindigkeit und die Beschleunigungsfalle.....	247
6.2.1	Die kritische Innovationsgeschwindigkeit	247
6.2.2	Langlebigkeit von Produkten und entschleunigte Innovationsprozesse	249
6.2.3	Synchronisation anthropogener und ökologischer Zeitskalen	251
6.2.4	Der Innovationskrieg und die Beschleunigungsfalle.....	252
6.2.5	Kontinuitätsmanagement.....	255
6.3	Innovation, Exnovation, Imitation und Renovation als Veränderungsprinzipien	255

**KAPITEL 7: UNTERNEHMERISCHE NACHHALTIGKEIT ALS
KULTURELLE HERAUSFORDERUNG.....263**

7.1	Von der technischen zur kulturellen Dimension	263
7.2	Chancen und Grenzen eines funktionsorientierten Managements.....	266
7.2.1	Funktionsorientierte Lösungen scheitern an symbolischen Konsumfunktionen	268
7.2.2	Die Funktionsorientierung dringt nicht bis zu den Ursachen vor.....	270
7.3	Unternehmerische Suchprozesse gestalten: Die OHS-Analyse	278
7.4	Kultureller Wandel als Managementaufgabe: Bedarfssubstitution	283
7.4.1	Substitution als pragmatischer Weg zwischen Expansion und Verzicht	283
7.4.2	Motivallianzen für maßvolle Bedarfsausformungen.....	287

7.4.3	Abschied von der Wachstumslogik.....	290
7.4.4	Handlungsfelder für wachstumsneutrale Unternehmensstrategien	293
KAPITEL 8: RICHTUNGSSICHERHEIT IM INNOVATIONSMANAGEMENT.....		299
8.1	Inhaltliche Gestaltung.....	302
8.1.1	Kriterien zur Auswahl risikomindernder Innovationstypen und -objekte	303
8.1.2	Richtungssicherheit als Frage des Innovationstyps?	306
8.1.3	Instrumente zur Auswahl richtungssicherer Innovationsobjekte	314
8.2	Das Timing von Innovationsprozessen	317
8.2.1	Gestaltungsspielräume und Entscheidungssequenzen	317
8.2.2	Rückwärtsintegration.....	319
8.3	Ex-ante-Steuerung	322
	Innovationsrichtung.....	322
8.4	Ex-post-Steuerung	325
8.5	Vorwärtsintegration durch eine Testphase mit potenziellen Nutzern	326
8.6	Innovating Innovation	327
KAPITEL 9: NACHHALTIGER KONSUM: PRODUKTE ODER EIGENTUMSLOSE DIENSTLEISTUNGEN?		331
9.1	Unternehmerische Nachhaltigkeit und Suffizienz.....	333
9.2	Ansatzpunkte für nachhaltigen Konsum: Ein kurzer Überblick	336
9.3	Auswirkungen konsumtiver Handlungen	339

9.4	Dematerialisierung durch eigentumslosen Konsum.....	343
9.5	Nachhaltigkeitseffekte eigentumsloser Konsumformen.....	346
9.5.1	Dematerialisierung Ia: Leihen und Nutzen	348
9.5.2	Dematerialisierung Ib: Nutzen- oder Service-Kauf.....	349
9.5.3	Dematerialisierung II: Access	351
9.6	Grenzen und Hindernisse eigentumsloser Nutzungssysteme	352
9.6.1.	Was verbindet immaterielle Konsumobjekte mit dematerialisierter Produktion?	352
9.6.2	Rebound-Effekte	354
9.7	Angebotsseitige Motive für eigentumsersetzende Nutzungssysteme.....	357
9.8	Nachfrageseitige Motive für eigentumslose Nutzungssysteme.....	361
9.8.1	Kostenaspekte.....	361
9.8.2	Convenience	363
9.9	Die Macht der Symbole: Sozialpsychologische Konsumfunktionen	367
9.9.1	Eigentum als Garant für Freiheit und Sicherheit.....	367
9.9.2	Symbolische Aufladung von Konsumobjekten.....	368
9.9.3	Konsum um seiner selbst willen: Emotionale und religiöse Funktionen.....	373
9.10	Zur Objektbezogenheit primärer, sekundärer und tertiärer Funktionen.....	377
9.11	„Echte“ Dematerialisierung zwischen Effizienz, Funktionsorientierung und Suffizienz	380
9.12	Eigentumsgebundene Nutzungssysteme als Alternative	383
9.12.1	Unausgeschöpfte Effizienzpotenziale: Die Nutzungslücke	383
9.12.2	Redundantes Eigentum durch kulturellen Verschleiß.....	385
9.12.3	Kultureller Verschleiß als Chance für Rezyklierung?.....	388

9.12.4	Technische Voraussetzungen und Möglichkeiten für die Rezyklierung von Konsumgütern	395
KAPITEL 10: ONLINE-INTERMEDIÄRE ZUR REZYKLIERUNG VON KONSUMGÜTERN		397
10.1	Vom E-Business über E-Commerce zu C2C-Plattformen	397
10.2	Institutionelle Innovationen im Internet: Transaktionskosten, Eintrittsbarrieren und die Entstehung neuer Märkte	400
10.3	Vertrauen, Reputation und der Goodwill-Mechanismus	402
10.4	eBay als Vorreiter für Online-Auktionsplattformen.....	405
10.4.1	Angaben zum Unternehmen	406
10.4.2	Funktionsweise und Geschäftsmodell	408
10.4.3	Vertrauen und Sicherheit.....	410
10.4.4	Zusätzliche Services	411
10.4.5	Kooperationen, Zusammenschlüsse und Tochterunternehmen.....	414
10.4.6	Zur Wettbewerbssituation von eBay	415
10.5	eBay als Innovationsobjekt: Charakteristika und Perspektiven	417
10.5.1	Generierung neuer Marktsysteme durch digitale Intermediäre.....	417
10.5.2	Multiple Anschlussfähigkeit und Motivallianzen für Konsumgüterrezyklierung	422
10.5.3	Suffizienz, Bedarfssubstitution und Konsumgüterrezyklierung	427
10.5.4	Ergebnisse eines E-Mail-Interviews mit eBay-Nutzern	432

KAPITEL 11: ANSTELLE EINER ZUSAMMENFASSUNG: WELCHEN WANDEL BRAUCHT NACHHALTIGKEIT?	441
11.1 Die Wachstumsfrage bleibt auf der Tagesordnung	441
11.2 Stoffliche Nullsummenspiele: Strukturwandel I und II.....	447
11.3 Bedarfssubstitution: Strukturwandel III	450
KAPITEL 12: APPENDIX: POSTWACHSTUMSÖKONOMIE – EIN VADEMECUM	457
12.1 Das Ende der Wachstumsspirale naht	457
12.2 Elemente einer Postwachstumsökonomie	459
LITERATUR	465