

Lösungsstrategien auf unternehmerischer Ebene

Dirk Posse, M.A. Sustainability Economics and Management
Marburg; dirk.posse@posteo.de

UNTERNEHMEN ZWISCHEN ZUKUNFTSFÄHIGKEIT UND WACHSTUMSZWANG
Workshop in Hannover, 18./19.11.2017

Mein Blick auf die Postwachstumsdiskussion



1. *Kann* die Wirtschaft noch wachsen?
Biophysisch: planetarische Grenzen
Ökonomisch: Sättigung
2. *Darf* die Wirtschaft noch wachsen?
Moralisch: Gerechtigkeitsfrage für heutige und
kommende Generation
3. *Soll* die Wirtschaft noch wachsen?
Rational: Sinnhaftigkeit für „gutes Leben“/Lebensqualität
4. *Muss* die Wirtschaft generell wachsen?

Mein Verständnis von „Postwachstum“

Postwachstum als Banner, das unterschiedliche Ansätze mit einem gemeinsamen Kern vereint:

1. Erkenntnis, dass das Konzept „nachhaltige Entwicklung“ versagt, die ökologischen und sozialen Krisen zu bewältigen.
2. Überzeugung, dass eine Transformation zu einer kleineren Ökonomie mit weniger Produktion und Konsum nötig ist

Der Weg in einer Postwachstumsgesellschaft ist ein Suchprozess, der durch Makrokonzepte und Mikroexperimente vorangebracht wird.

2. Die Unternehmensperspektive

Lösungsstrategien

Unternehmerische Strategien

- **Suffizienzstrategie**
 - Reduktion negativer ökologischer und sozialer Effekte
- **Positionierung in Marktnischen**
 - Minimierung von Wettbewerbs- und Kostendruck
- **Dominanzstrategie**
 - Verdrängung weniger nachhaltiger Anbieter
- **Transformationsstrategie**
 - proaktiv eine Postwachstumsgesellschaft voranbringen

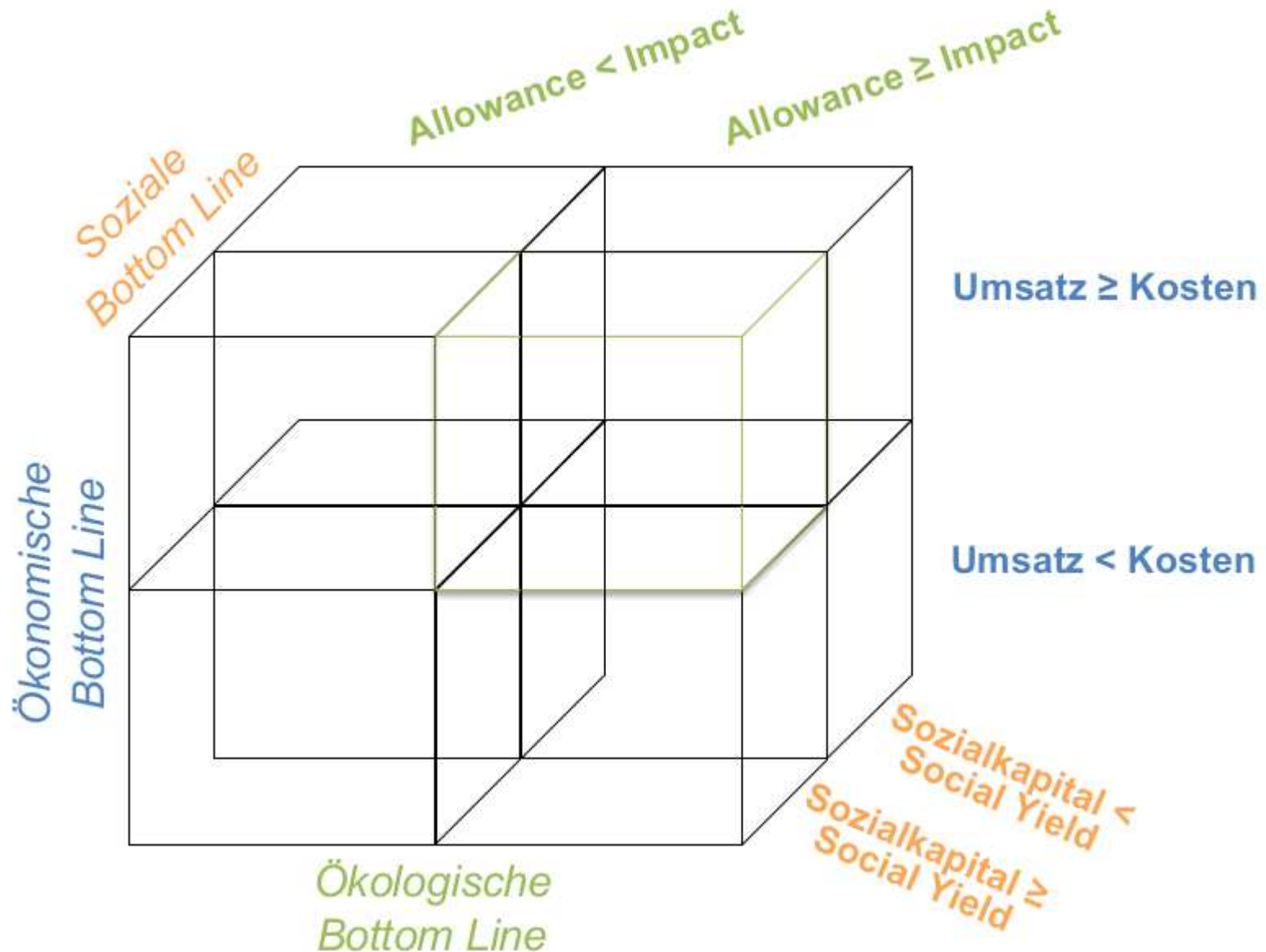
Postwachstumsbeiträge?

- **Suffizienzstrategie**
 - Reduktion negativer ökologischer und sozialer Effekte
- **Positionierung in Marktnischen**
 - Minimierung von Wettbewerbs- und Kostendruck
- **Dominanzstrategie**
 - Verdrängung weniger nachhaltiger Anbieter
- **Transformationsstrategie**
 - proaktiv eine Postwachstumsgesellschaft voranbringen

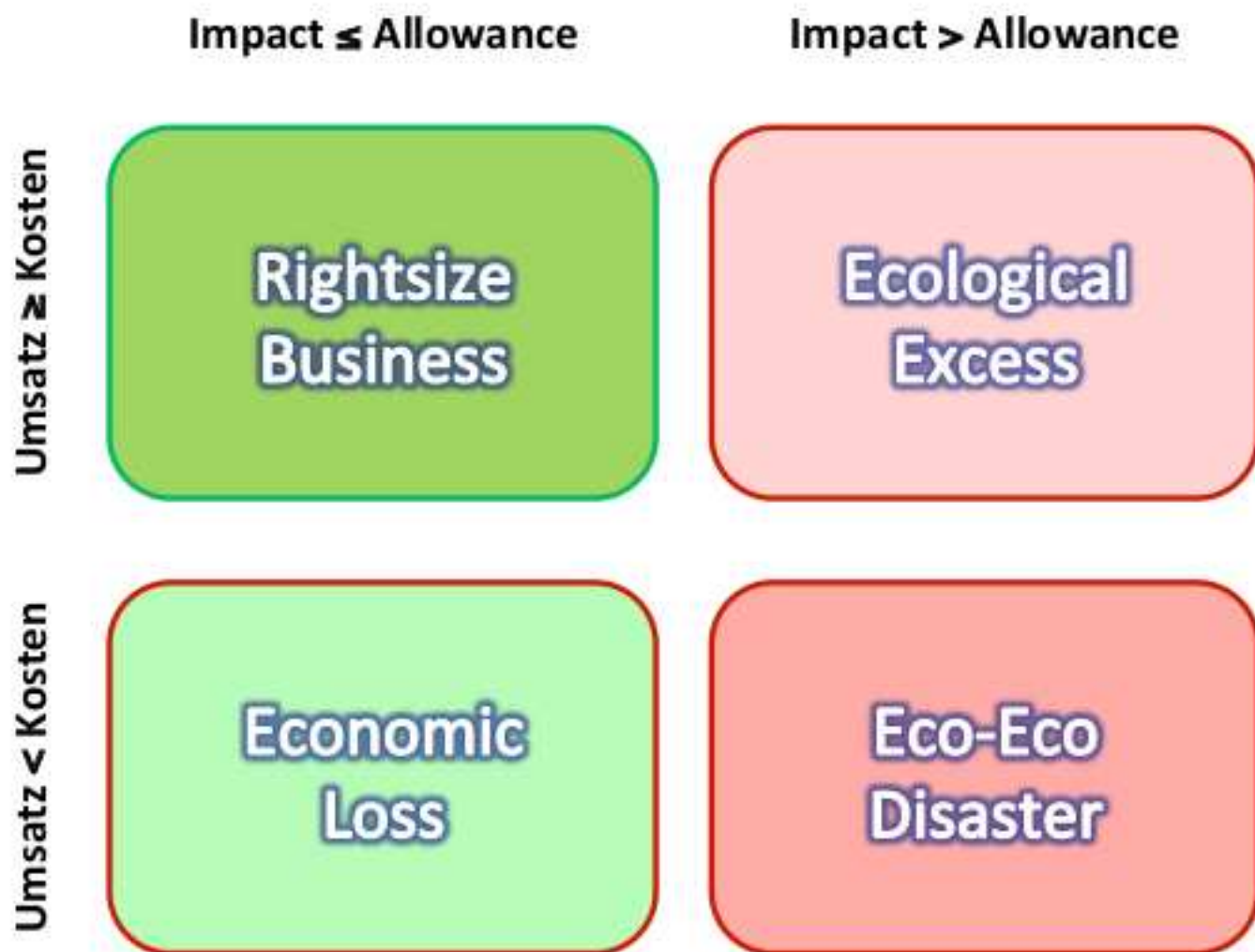
Suffizienzstrategien

1. Optimale Unternehmensgröße
2. Kollaboratives Wirtschaften / Ko-Produktion / Sharing / DL
3. Sinn und Ausmaß von Bedarfsausformungen hinterfragen

Tripple Bottom Line / Ökologische Allowance



Tripple Bottom Line / Ökologische Allowance

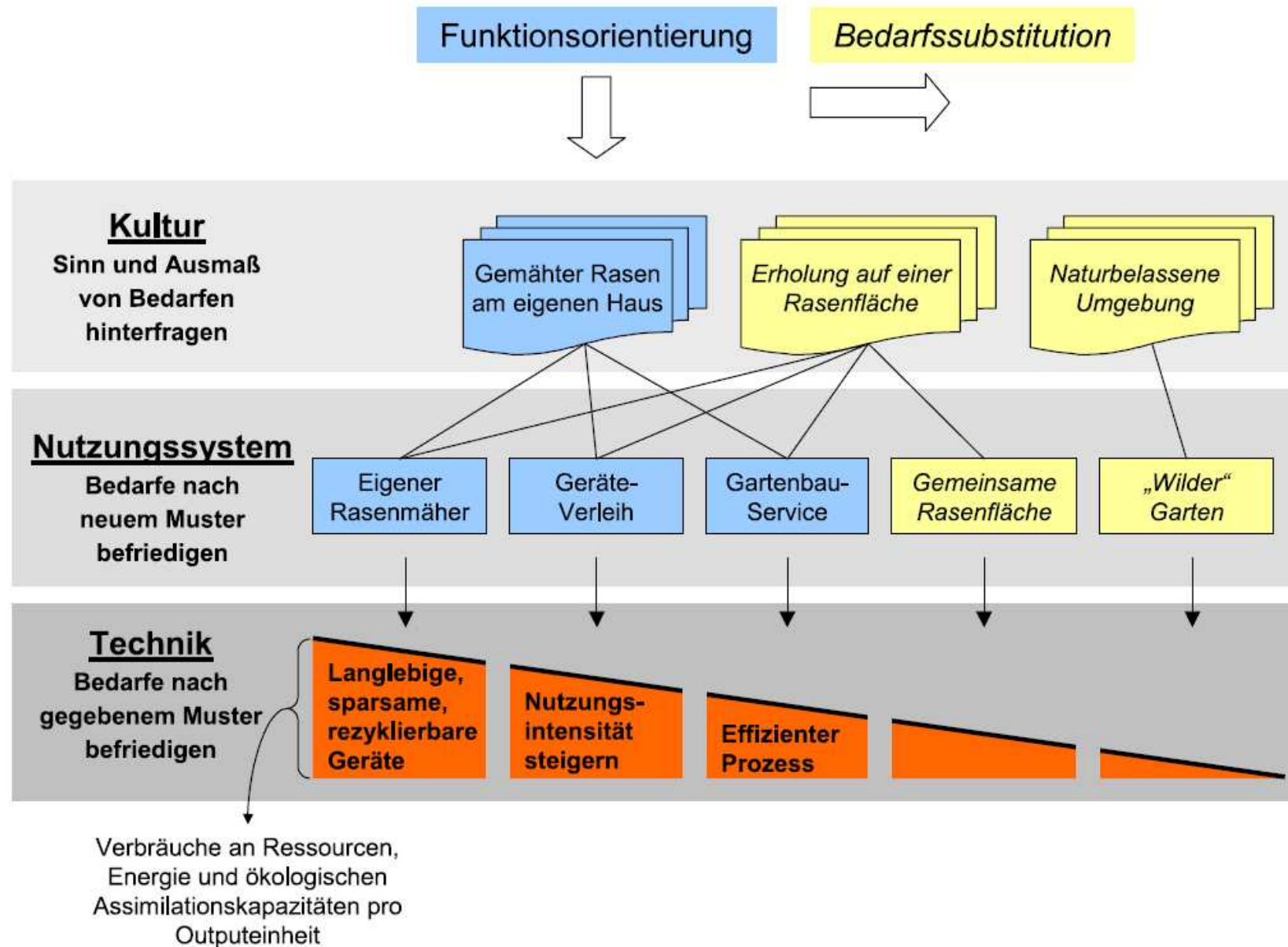


Kollaboratives Wirtschaften



„Unternehmen müssen die Trennung zwischen intern und extern überwinden, zumindest gedanklich...“

Bedarfsausformungen hinterfragen



Nischenstrategien

4. Regionalisierung



5. Nachhaltige Qualitätsführerschaft



Richard Henkel GmbH

Reparieren ist das neue Produzieren

Dominanzstrategien

6. Kommunikation und Erfolgsmessung
7. Unternehmerische Strukturpolitik

Bedürfnisse hinterfragen - Kommunikationsbeispiel Patagonia

DON'T BUY THIS JACKET



COMMON THREADS INITIATIVE
Together we can reduce our environmental footprint.

TAKE THE PLEDGE

Ziel: Änderung der Konsumkultur

- Annahme alter Kleidung zur Reparatur
- Kooperation mit Ebay für gebrauchte Kleidung
- Film über reparierte Kleidung

Erfolgsmessung: Gemeinwohl-Bilanzierung

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Einsatz für andere Regeln - Die Waldviertler Werkstätten



Transformationsstrategien

8. Finanzierung und Eigentumsfragen
9. Arbeitszeitverkürzung
10. Solidarisches Wirtschaften und Kooperationskultur

Entkommerzialisierung



ErzeugerInnen-VerbraucherInnen Gemeinschaft

Ziel: Landwirtschaft, nicht einzelne Produkte werden finanziert



Open-Source Entwickler-Communities



Mitglieder-Bioladen Onkel emma



- Kollektivunternehmen
 - Wochenarbeitszeiten von 20-30h
 - Obergrenze für Anzahl der Mitglieder
 - Finanzierung über zinslose Darlehen der Mitglieder
-
- Bevorzugung regionaler ErzeugerInnen
 - Solidarbeiträge für Mitglieder
 - Ermöglichung von nachhaltigen Lebensstilen

Unternehmensstrategien jenseits von Wachstumsorientierung

Suffizienzstrategie

1. Optimale Unternehmensgröße
2. Kollaboratives Wirtschaften
3. Sinn und Ausmaß von Bedarfsausformungen hinterfragen

Nischenstrategie

4. Regionalisierung
5. Nachhaltige Qualitätsführerschaft

Dominanzstrategie

6. Kommunikation und Erfolgsmessung
7. Unternehmerische Strukturpolitik

Transformationsstrategie

8. Finanzierung und Eigentumsfragen
9. Arbeitszeitverkürzung
10. Solidarisches Wirtschaften und Kooperationskultur

Vielen Dank!

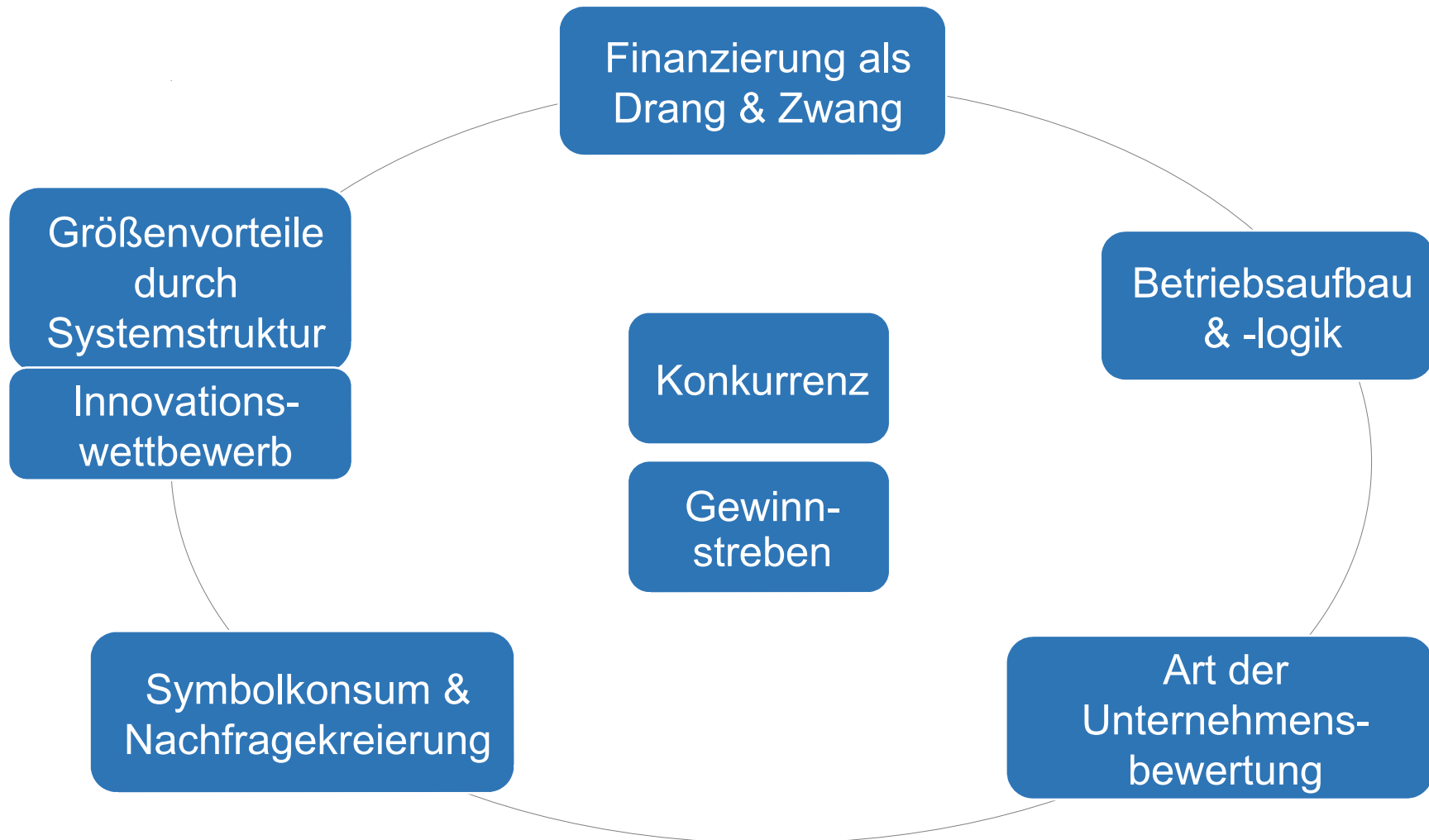


www.wachstumswende.de

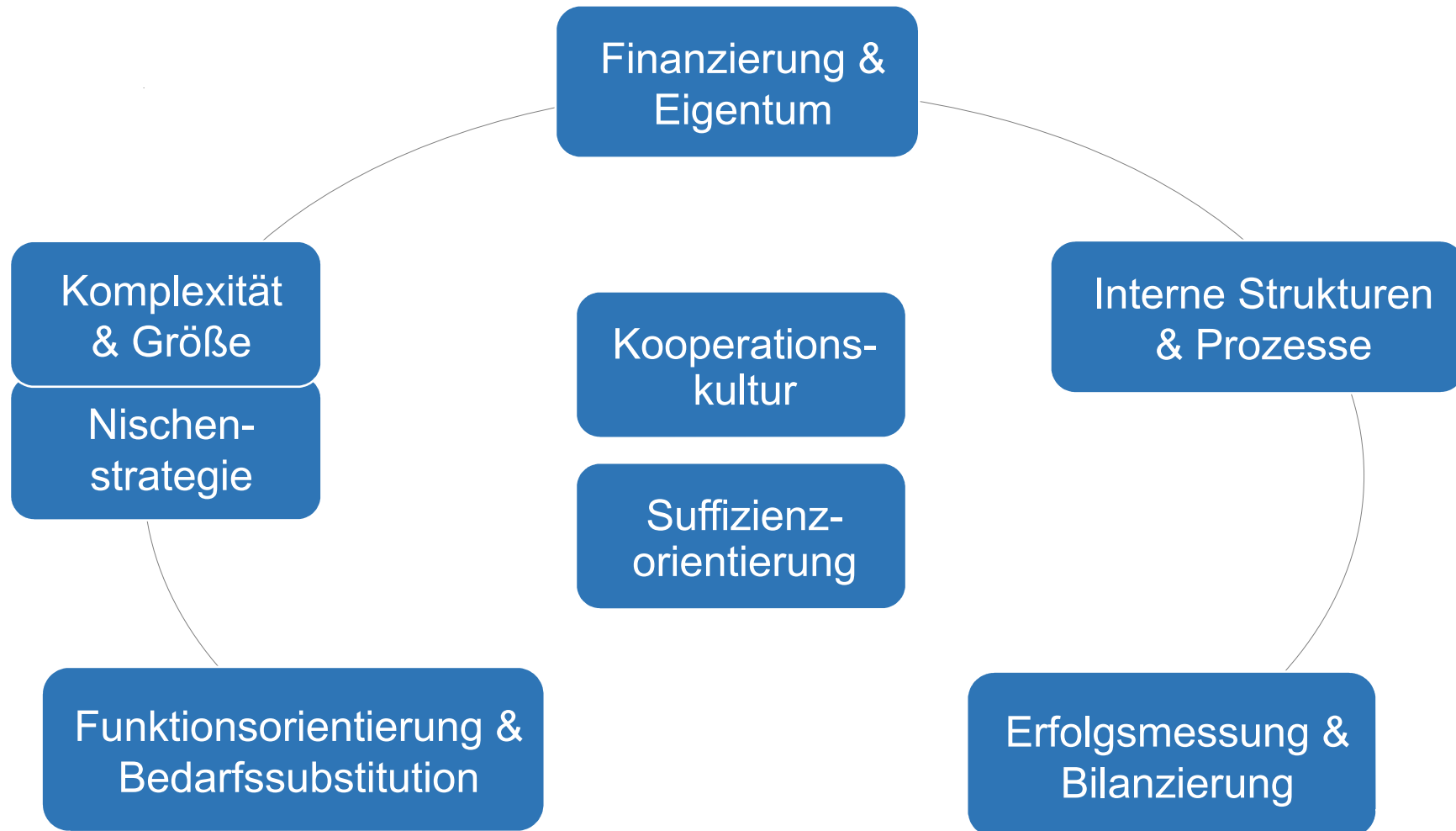
Dirk Posse, M.A. Sustainability Economics and Management; Marburg
dirk.posse@posteo.de

Ergänzungsfolien

Unternehmerische Wachstumstreiber



Unternehmensstrategien jenseits von Wachstumsorientierung



Ergebnis: Emanzipation von Wachstumsabhängigkeit

Ansatzpunkte für Suffizienzgeschäftsmodelle

