

Einführung in das Schwerpunktthema

Unternehmen in der sozial-ökologischen Transformation

Von Gerd Scholl und Heike Mewes



Unternehmerisches Handeln ist gekennzeichnet von Innovationsfähigkeit, Risikobereitschaft und Umsetzungsorientierung. Für den sozial-ökologischen Transformationsprozess sind diese Eigenschaften essenziell. Sie befördern technische und soziale Neuerungen, schaffen Experimentierräume und führen dazu, dass die für die Stabilisierung nachhaltiger Wirtschaftspraktiken notwendigen Ressourcen bereitgestellt werden. Dennoch ist der Beitrag, den Unternehmen für einen nachhaltigen Wandel leisten können, verständlicherweise nicht unumstritten. Denn zu oft ist unverantwortliches unternehmerisches Handeln Mitverursacher schwerwiegender ökologischer und sozialer Probleme.

Transformation von Unternehmen

Wie Unternehmen zu ihrer eigenen Nachhaltigkeitstransformation befähigt werden können und wie ihr Wirken für eine nachhaltige Entwicklung ausgeweitet werden kann, gehört zu den Gründungsfragen des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW). So hat das Institut die Entwicklung und Erprobung innovativer Instrumente wie Ökobilanzierung und Ökocontrolling maßgeblich geprägt und es hat durch die systematische und wiederholte Bewertung von Umwelt- und später Nachhaltigkeitsberichten wichtige Standards für gute Berichterstattung gesetzt. Seine kritische Distanz zum Unternehmenshandeln hat es dabei gewahrt, unter anderem indem es die Grenzen nachhaltigen Unternehmertums immer wieder neu definiert hat – zuletzt im Diskurs über die Rolle von Unternehmen in einer Postwachstumsgesellschaft.

Der vorliegende Heftschwerpunkt nimmt diesen Diskursfaden auf und spinnt ihn weiter. Die verschiedenen Beiträge reflektieren das Handeln von Unternehmen angesichts der Herausforderungen, die sich aus der Notwendigkeit einer sozial-

ökologischen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft ergeben.

Im Eröffnungsbeitrag formulieren **Gerd Scholl** und **Heike Mewes** stellvertretend für das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung neun Thesen zu den Fragen, was transformatives Unternehmenshandeln bedeuten und bewirken kann und wie weit die Wirtschaft mit Blick auf substanzielle Beiträge zu sozial-ökologischem Wandel bislang gekommen ist. Auch **Reinhard Pfriem**, **Irene Antoni-Komar** und **Christian Lautermann** erläutern ihre Sichtweise auf das Schwerpunktthema thesenhaft: Sie zeichnen ein Bild transformativer Unternehmen als gesellschaftspolitische Akteure, die in zehn Dimensionen neue Möglichkeitsräume für nachhaltige Produktions-, Konsum- und Lebensstile schaffen. Als deutlich enger auf den Markt gerichtet, und doch mit mindestens ebenso großem gesellschaftlichem Veränderungspotenzial, sehen **Stefan Schaltegger**, **Erik G. Hansen** und **Florian Lüdecke-Freund** das nachhaltige Unternehmertum. Allerdings müssten gerade Startups ihre nachhaltigen Geschäftsmodelle attraktiver, das heißt markentauglicher machen, um Marktveränderungen auch jenseits der Nische anzustoßen.

Wie genau transformatives Unternehmenshandeln in der Umsetzung aussehen kann, zeigt **Nele Kampffmeyer**. Anhand von sechs Praxisbeispielen zeichnet die Autorin eine Vielfalt transformativer Strategien und Handlungsansätze von Unternehmen nach. Einige solcher Beispiele bildeten auch die Grundlage für den letzten Beitrag im Heftschwerpunkt. **Heike Mewes** und **Jana Gebauer** berichten in ihrem Artikel, aus welchen Gründen gerade nachhaltig orientierte Unternehmen möglicherweise nicht wachsen wollen und wie sie auch ohne eigenes Größenwachstum transformative Wirkungen für sozial-ökologischen Wandel entfalten.

AUTOREN + KONTAKT

Dr. Gerd Scholl leitet das Forschungsfeld Unternehmensführung und Konsum im Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW).
IÖW-Geschäftsstelle, Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin.
Tel. +49 30 884594-20, E-Mail: gerd.scholl@ioew.de



Heike Mewes arbeitet im selben Forschungsfeld als wissenschaftliche Mitarbeiterin.
IÖW-Geschäftsstelle, Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin.
Tel. +49 30 884594-54, E-Mail: heike.mewes@ioew.de

