

Einführung in das Schwerpunktthema

Wachstumsneutrale Unternehmen

Von Christian Dietsche und Andrea Liesen

In Politik, Gesellschaft und Wissenschaft wird derzeit verstärkt über die Möglichkeit, Notwendigkeit und Realisierbarkeit von unendlichem Wirtschaftswachstum und – auf der anderen Seite – einer Postwachstumsgesellschaft diskutiert (Seidl / Zahrnt 2010). Bis dato wurden jedoch wenige Anstrengungen unternommen, die vielerorts debattierte makroökonomische Wachstumsneutralität konzeptionell auf die Unternehmensebene zu übersetzen, beispielsweise im Hinblick auf Geschäftsmodelle, Strategien oder Managementstile (Reichel 2012; Kearins et al. 2010). Die mögliche Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft und deren Handlungsoptionen sind daher im derzeitigen Postwachstumdiskurs unterbelichtet.

Dieser Schwerpunkt möchte dazu beitragen, den Postwachstumdiskurs um die Perspektive der Unternehmen zu erweitern. **André Reichel** beschreibt zu diesem Zweck drei Elemente der Auswirkungen einer Postwachstumsökonomie auf Unternehmen aus betriebswirtschaftlicher Sicht: die Messung unternehmerischer Nachhaltigkeit anhand absoluter Begrenzungen, mögliche Unternehmensstrategien sowie die Auswirkungen auf die Organisation des Wirtschaftens selbst. **Veronika Schubring**, **Dirk Posse**, **Ingrid Bozsoki** und **Christoph Buschmann** skizzieren die Merkmale von nachhaltigkeitsorientierten Postwachstumsunternehmen. Als Praxisbeispiel stellen sie in diesem Zusammenhang das Kollektivunternehmen Premium-Cola vor.

Alexandra Palzkill und **Uwe Schneidewind** beschreiben in ihrem Beitrag unterschiedliche Ansatzpunkte für Suffizienzstrategien von Unternehmen und zeigen, dass die Debatte über Suffizienz durchaus Geschäftschancen für Unternehmen eröffnet. **Steffen Lange** hingegen argumentiert in seinem Beitrag aus der Sicht neoklassischer, keynesianischer und wettbewerbstheoretischer Ansätze, dass Unternehmen selbst wenig Spielraum haben, um zu einer Wirtschaft ohne Wachstum beizutragen, sondern Akteure in einem System sind, dessen Spielregeln vorgegeben werden. **Jana Gebauer** und **Rafael Ziegler** diskutie-

ren die Wachstumsfrage aus der Perspektive von Sozialunternehmen, für die nicht die eigene Größe, sondern die Verbreitung ihrer Ideen und gesellschaftlichen Wirkungen sowie die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren im Vordergrund steht. **Irmi Seidl** und **Angelika Zahrnt** beschließen diesen Schwerpunkt mit einem Beitrag, der aufzeigt, dass sich viele der Herausforderungen für Unternehmen in einer Postwachstumsgesellschaft bereits heute abzeichnen. Abgesehen von der Erprobung erster Lösungsansätze steht die notwendige umfassende Auseinandersetzung mit der Thematik jedoch weiterhin aus, so ihr Schlusswort.

Literatur

- Seidl, I. / Zahrnt, A. (Hrsg.) (2010): Postwachstumsgesellschaft. Konzepte für die Zukunft. Marburg, Metropolis Verlag.
- Reichel, A. (2012): Sustainability Management Beyond Growth. 15. European Round Table on Sustainable Consumption and Production Konferenz, 23. Mai 2012. Bregenz, Österreich.
- Kearins, K. et al. (2010): Beyond corporate environmental management to a consideration of nature in visionary small enterprise. In: Business and Society 49, 3/2010, S. 512-547.

AUTOREN + KONTAKT

Dr. Christian Dietsche ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und **Dr. Andrea Liesen** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsfeld Ökologische Unternehmenspolitik des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) in Berlin.

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW),
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin,
Tel.: +49 30 88459421,
E-Mail: andrea.liesen@ioew.de



Copyright © 2013, IÖW und oekom Verlag. Die Nutzung des Artikels ist Abonnenten von Ökologisches Wirtschaften vorbehalten. Nachdruck und Vervielfältigung des Artikels einschließlich Speicherung und Nutzung auf optischen und elektronischen Datenträgern nur mit Zustimmung der Redaktion von Ökologisches Wirtschaften (<http://www.oekologisches-wirtschaften.de>).