

Abschlussbericht

Postwachstumspioniere

Kommunikationsprojekt zur Erweiterung
des Postwachstumsdiskurses um die Rolle mittelständischer Unternehmen

Ein Projekt der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg (BTU) in Kooperation mit dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

Gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt
AZ 30989-44

ERGEBNISBERICHT

Förderzeitraum: 02.09.2013 – 30.04.2015

Projektleitung: Prof. Dr. Stefan Zundel, BTU

Telefon: 03573 / 85-441

E-Mail: Stefan.Zundel@hs-lausitz.de

Verfasserin: Heike Mewes, IÖW

Senftenberg / Berlin, den 29. Juli 2015



06/02		Projektkennblatt der Deutschen Bundesstiftung Umwelt			
Az	30989-44	Referat	44	Fördersumme	116.973 €
Antragstitel		„Postwachstums-Pioniere“ – Kommunikationsprojekt zur Erweiterung des Postwachstumsdiskurses um die Rolle kleiner und mittelständischer Unternehmen			
Stichworte					
Laufzeit 20 Monate <small>(kostenneutral um vier Monate verlängert)</small>		Projektbeginn 02.09.2013		Projektende 30.04.2015	
Projektphase(n)					
Zwischenberichte					
02.12.2013		02.06.2014		02.12.2014	
Bewilligungsempfänger		Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg Fakultät 5 01968 Senftenberg		Tel 03573 85-441 Fax 03573 85-509	
				Projektleitung Prof. Dr. Stefan Zundel	
				Bearbeiter Jana Gebauer, Dr. Eugen Pisarskoi, Dr. Christian Dietsche, Richard Hamisch, Thomas Korbun, Heike Mewes	
Kooperationspartner		Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig 10785 Berlin			
Zielsetzung und Anlass des Vorhabens					
<p>In Deutschland wird derzeit verstärkt darüber diskutiert, inwieweit eine „Postwachstumsgesellschaft“ möglich und nötig ist. Die wesentliche Rolle, die den kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in einem möglichen Wandel zur Postwachstumsgesellschaft zukommen könnte und müsste, bleibt in diesem Diskurs jedoch außen vor. Das Projekt „Postwachstumspioniere“ verfolgte daher das Ziel, den gesellschaftlichen, politischen und wissenschaftlichen Postwachstums-Diskurs um die bedeutende Rolle der KMU zu erweitern. Das Projekt war als Kommunikationsprojekt, basierend auf angewandten Forschungsergebnissen, angelegt. Auf der Basis von Breitenbefragungen und Intensivfallstudien sowie über vielfältige Kommunikationsmaßnahmen sollten KMU Handlungsoptionen aufgezeigt werden, mit ökologischen, sozialen und ökonomischen Grenzen von Wachstum umzugehen. Das Projekt wollte damit Diskussionen rund um die Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft anstoßen und das Potenzial einer wachstumsneutralen Unternehmensführung untersuchen.</p>					
Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden					
<p>Um die empirische Basis für die Kommunikationsmaßnahmen anzureichen, wurde zum einen eine Breitenbefragung unter deutschen, österreichischen und Schweizer KMU zu deren Perspektiven auf Wachstum durchgeführt; zum anderen wurden die Strategien, Motive und Zielvorstellungen ausgewählter Unternehmen vertiefend analysiert, die sich an alternativen Zielgrößen zu Größenwachstum ausrichten. Die Ergebnisse wurden in Eigenpublikationen veröffentlicht, auf Tagungen und in Workshops diskutiert und in Fachartikeln, über das Blog postwachstum.de und durch eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit breit kommuniziert. Zentraler Bestandteil des Projekts war eine Veranstaltungsreihe zu verschiedenen Aspekten von Unternehmen im Postwachstumsdiskurs. Die Veranstaltungen fanden in enger Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern Heinrich-Böll-Stiftung, Evangelischen Akademie Bad Boll, BUND, Friedrich-Ebert-Stiftung, GLS Bank und Karlshochschule statt.</p>					
Deutsche Bundesstiftung Umwelt • An der Bornau 2 • 49090 Osnabrück • Tel 0541/9633-0 • Fax 0541/9633-190 • http://www.dbu.de					

Ergebnisse und Diskussion

Beim Projekt Postwachstumspioniere handelte es sich in erster Linie um ein Kommunikationsprojekt. Die inhaltlichen Erkenntnisse zu den Wachstumsorientierungen von KMU sowie den Strategien, Motiven und Erfolgskennzahlen von Unternehmen, die sich wachstumsunabhängig aufstellen, sollten an verschiedene Adressatenkreise kommuniziert und mit diesen diskutiert werden. Insbesondere sollten Vertreter/innen von Unternehmen und Unternehmensverbänden sowie der Postwachstums- und Nachhaltigkeitsbewegung, der Wissenschaft und Politik erreicht werden.

Die Ergebnisse bestehen dem entsprechend in den Erkenntnissen, Diskussionen, Austauschen und Vernetzungen, die unter den erreichten Personenkreisen entstanden sind. Das Projekt schuf die Grundlagen hierfür durch:

- differenzierte **Umfrageergebnisse** zu den Wachstumsorientierungen von KMU und den dahinterliegenden Erklärungsfaktoren, die in der **IÖW-Schriftenreihe 208/15** umfassend ausgewertet wurden;
- **Unternehmensbeispiele**, die die Ziele, Strategien und Erfolgskennzahlen von postwachstumsorientierten Unternehmen verschiedenster Größen, Branchen, Rechtsformen, Alter und Hintergründe darstellten und in einer **Unternehmens-Broschüre** veröffentlicht wurden;
- insgesamt **sechs Diskursveranstaltungen**, darunter vier Tagungen, die sich an einen breiten Adressatenkreis aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik richteten, sowie zwei auf die Zielgruppe Unternehmen fokussierte **Workshops**;
- **12 Vorträge und Workshop-Sessions** auf Veranstaltungen Dritter, zahlreiche informelle **Vernetzungs- und Austauschtreffen**, zwei **Fachartikel**, **18 Blog-Beiträge** sowie eine umfangreiche **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**.

Einige Botschaften aus den empirischen Analysen stießen hierbei auf besonders große Resonanz: zum einen die Aussage aus der Umfrage, dass für die Mehrheit der befragten KMU Wachstum kein Ziel ist, zum anderen die Botschaft aus den Unternehmensportraits, dass Unternehmen vielfältige Strategien sowie unterschiedliche gute Gründe dafür haben können, sich wachstumsunabhängig aufzustellen – und damit auch unternehmerisch erfolgreich sind.

Mit dem Projekt ist es gelungen, eine große Zahl von Akteuren aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Forschung und Politik entweder im direkten Dialog oder vermittelt über verschiedene Medien an eine differenzierte Perspektive auf die Rolle von Unternehmen in einer Postwachstumsgesellschaft heranzuführen. Das Interesse am Thema war bei den verschiedenen Adressatenkreisen sehr groß und die Resonanz auf das Projekt weitestgehend äußerst positiv.

Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation

Die Präsentation, Diskussion und Verbreitung der angewandten Forschungsergebnisse aus dem Projekt Postwachstumspioniere sowie der Vorarbeiten des IÖW standen im Mittelpunkt des Projekts. Die Erkenntnisse zu den Wachstumsorientierungen von KMU sowie zu Strategien, Motiven und Erfolgsmaßstäben von Unternehmen, die sich unabhängig von Größenwachstum aufstellen, wurden über eine Reihe von Kanälen in die Breite getragen: eigene Diskursveranstaltungen, Vorträge und Workshops auf Veranstaltungen Dritter, Eigenpublikationen und Fachartikel, die Projektwebseite www.postwachstumspioniere.de das Blog postwachstum.de und eine umfangreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über den gesamten Projektverlauf hinweg.

Fazit

Das Projekt konnte seine Ziele erreichen und einen differenzierten Blick auf die Rolle von KMU in einer Postwachstumsgesellschaft an eine große Zahl an Akteuren aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Forschung und Politik herantragen. Das große Interesse am Thema und die positive Resonanz auf das Projekt bestärken die Projektpartner darin, aufbauend auf den Ergebnissen und Errungenschaften des Projekts „Postwachstumspioniere“ ihre Forschungs- und Kommunikationsaktivitäten zum Thema fortzuführen.

Inhalt

1	ZUSAMMENFASSUNG	1
2	ÜBERBLICK ZUM PROJEKT	2
2.1	Hintergrund	2
2.2	Ziele.....	3
2.3	Vorgehensweise	3
2.4	Partner	4
3	ERGEBNISSE	6
3.1	Arbeitspaket 1: Visualisierung	6
3.1.1	Umfrage	6
3.1.2	Unternehmensbroschüre	6
3.1.3	Analysen zum Mikro-Makro-Link	8
3.2	Arbeitspaket 2: Kommunikation und Information.....	8
3.2.1	Vorträge und Workshop-Sessions auf Fachveranstaltungen	8
3.2.2	Fachartikel	10
3.2.3	Erweiterung des Blog www.postwachstum.de	11
3.2.4	Begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	11
3.3	Arbeitspaket 3: Diskursveranstaltungen	11
3.3.1	Tagung 1: Evangelische Akademie Bad Boll, 8. bis 10.11.2013.....	12
3.3.2	Tagung 2: Heinrich-Böll-Stiftung, 05.12.2013	14
3.3.3	Workshop 1: GLS Bank, 01.07.2014.....	16
3.3.4	Workshop 2: Karlshochschule, 08.10.2014.....	18
3.3.5	Tagung 3: Friedrich-Ebert-Stiftung, 11.11.2014	20
3.3.6	Zusätzliche Abschlusstagung: Heinrich-Böll-Stiftung, 04.03.2015.....	21
3.4	Arbeitspaket 4: Projektmanagement und Beirat	27
4	AUSWERTUNG UND AUSBLICK	30
4.1	Zielerreichung	30
4.1.1	Umsetzung der Projektaktivitäten.....	30
4.1.2	Resonanz.....	31
4.2	Vergleich mit dem Zeitplan.....	32
4.3	Förderliche und hemmende Faktoren	33
4.4	Ausblick.....	34
5	LITERATUR	35

Tabellen

Tabelle 1: Die für die Unternehmensbroschüre untersuchten Unternehmen.....	7
Tabelle 2: Anmelde­liste Evangelische Akademie Bad Boll.....	13
Tabelle 3: Anmelde­liste Heinrich-Böll-Stiftung (2013).....	15
Tabelle 4: Anmelde­liste GLS Bank.....	17
Tabelle 5: Anmelde­liste Karlshochschule.....	19
Tabelle 6: Anmelde­liste Friedrich-Ebert-Stiftung.....	21
Tabelle 7: Anmelde­liste Heinrich-Böll-Stiftung (2015).....	23
Tabelle 8: Mitglieder des Projektbeirats	28

Abbildungen

Abbildung 1: Projektstruktur „Postwachstumspioniere“	4
Abbildung 2: Wachstumsorientierung der befragten Unternehmen	32

1 Zusammenfassung

Ziel des von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Projekts „Postwachstumspioniere – Kommunikationsprojekt zur Erweiterung des Postwachstumsdiskurses um die Rolle mittelständischer Unternehmen“ war es, den bestehenden gesellschaftlichen, politischen und wissenschaftlichen Diskurs zum Thema um die bedeutende und derzeit unterbelichtete Rolle kleiner und mittlerer Unternehmen zu erweitern. Es sollten die Vielfalt der Wachstumsorientierungen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sichtbar gemacht sowie Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie sich diese besser auf stagnierende oder schrumpfende Märkte, ökologische Knappheiten, ökonomische Krisen oder einschneidende demografische Veränderungen einstellen können.

Um diese Ziele zu erreichen, verband das Projekt angewandte Forschung mit Kommunikation und Dialog. Um die empirische Grundlage zu schaffen, wurden zum einen im Rahmen einer nicht-repräsentativen Umfrage die Wachstumsorientierungen von knapp 700 KMU ermittelt. Zum anderen wurden in vertiefenden Einzelfallanalysen die Strategien, Motive und Zielvorstellungen ausgewählter KMU näher analysiert, die sich an alternativen Zielgrößen zu Größenwachstum ausrichten. Die Ergebnisse der Unternehmensanalysen wurden als Unternehmensbroschüre und die Breitenbefragung als Schriftenreihe aufbereitet, auf Tagungen und in Workshops diskutiert und in Fachartikeln und durch eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit breit kommuniziert. Außerdem wurde der Blog www.postwachstum.de als Informations- und Diskussionsplattform für das Projekt ausgebaut. Die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen richteten sich neben Akteuren aus Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft vor allem an Vertreter/innen von Unternehmen und Unternehmensverbänden.

Das Projekt wurde durch die Brandenburgische Technische Universität Cottbus – Senftenberg (BTU) als Zuwendungsempfängerin beantragt und in Zusammenarbeit mit dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) als kooperierendem Unterauftragnehmer umgesetzt. Ein ehrenamtlich tätiger Expertenbeirat unterstützte das Projekt zudem beratend und trug die Ergebnisse in die eigenen Aktivitäten, Netzwerke und Gremientätigkeiten hinein.

Die Projektpartner haben die geplanten Aktivitäten im Projektzeitraum erfolgreich umgesetzt, die geplanten Produkte erfolgreich erarbeitet und die Zielindikatoren in vielen Fällen übererfüllt. Die Resonanz auf das Projekt war äußerst positiv. Die Diskursveranstaltungen waren gut bis sehr gut besucht, brachten sehr rege Diskussionen hervor und das Interesse an den Vorträgen und Veröffentlichungen war groß. Das Projekt erreichte sowohl Akteure aus der Nachhaltigkeits- und Postwachstums-Community sowie der Alternativwirtschaft als auch Vertreter/innen aus „klassischen“ Unternehmen. Die Medienresonanz bewerten die Projektpartner als großen Erfolg: Mit über 20 Medienbeiträgen in klassischen Printmedien, Wirtschaftsmedien, Online-Plattformen und weiteren fachspezifischen Medien konnten unterschiedliche Adressatenkreise erreicht werden. Die Zahl der Anfragen für Vorträge und Interviews war insbesondere nach Projekt-Meilensteinen wie den Diskursveranstaltungen, prominenten Vorträgen und Publikationen wie der Unternehmens-Broschüre sehr hoch. Sie boten auch Gelegenheit für die im Rahmen des Projektes identifizierten „Pionierunternehmen“, ihre Ansätze und Strategien zu präsentieren und ihre Netzwerke zu ähnlich orientierten Unternehmen auszubauen.

Das große Interesse aus Unternehmerkreisen wie auch aus der Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik bestärkt die Projektpartner darin, ihre Forschungs- und Kommunikationsaktivitäten zur Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft auch über das Projektende hinaus fortzuführen. Sie bringen die Ergebnisse weiter in eigene sowie externe Veranstaltungen ein, beantworten Interviewanfragen und planen weitere Veröffentlichungen. Zudem bemühen sie sich um weitere Förderprojekte, um ihre Analysen zur Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft zu vertiefen, die Kommunikation gerade auch in Richtung eher „klassischer“ KMU fortzuführen, die postwachstumsorientierte Unternehmerschaft stärker zu vernetzen und Unterstützungstools für eine wachstumsunabhängige Unternehmensführung zu entwickeln.

2 Überblick zum Projekt

Um die Ergebnisse des Projekts einordnen zu können, sind im Folgenden zunächst der Projekt-hintergrund, die Projektziele, die grundsätzliche Vorgehensweise und die Projektpartner erläutert.

2.1 Hintergrund

Die aufholende wirtschaftliche Entwicklung der 1950er bis 1970er Jahre brachte dem Nachkriegs-Westeuropa einen sprunghaften Anstieg an Beschäftigung, Wohlstand und sozialem Ausgleich. Gesellschaftliche Entwicklung wird in der allgemeinen Wahrnehmung seither linear-kausal auf das Wachstum der Wirtschaftsleistung bezogen; das Bruttoinlandsprodukt avancierte zum entscheidenden Indikator und Taktgeber erfolgreichen Wirtschaftens. Auch Entwicklung und Erfolg von Unternehmen werden demnach direkt an deren Wachstum bemessen.

Längst jedoch stößt die westliche Wirtschafts- und Lebensweise an Grenzen des Wachstums. Seit den 1970er Jahren befinden sich die meisten westlichen Ökonomien in einem langen Ab-schwung mit sinkenden volkswirtschaftlichen Wachstumsraten (Deutscher Bundestag 2013). Ge-winne an Produktivität, Beschäftigung und Lebensqualität lassen sich dabei immer schwerer reali-sieren oder gehen verloren (Seidl/ Zahrnt 2010a; Victor 2008; Lane 2000). Die ökologischen Fol-gen sind global nicht tragbar und wichtige Ressourcen verknappen sich zusehends (Jackson 2009; Brown 2011). Auch viele Unternehmer/innen erfahren bereits die Grenzen und Risiken des Wachstums im täglichen Geschäft, müssen sich auf stagnierende oder schrumpfende Märkte, ökologische Knappheiten oder ökonomische Krisen einstellen (Bakker et al. 1999; Burlingham 2005; White/ White 2011).

Verstärkt wird daher derzeit über eine Abkehr vom Wachstumsparadigma und den sozial-ökologi-schen Umbau zu einer „Postwachstumsgesellschaft“ diskutiert (Daly 1973, 2005; Jackson 2009; Latouche 2009; Seidl/ Zahrnt 2010; Paech 2012; Deutscher Bundestag 2013). Kennzeichen einer „Postwachstumsgesellschaft“ ist es, dass sie nicht existenziell auf Wirtschafts-wachstum ange-wiesen ist (Seidl/ Zahrnt 2013). Eine solche Gesellschaft arbeitet daran, dass die Lebensqualität und der soziale Ausgleich, die Institutionen und Strukturen unabhängiger vom Wirtschaftswach-sstum und weniger anfällig für Krisen werden. Gleichzeitig werden der Umweltverbrauch und die Umweltbelastungen deutlich verringert.

Welche Auswirkungen dies auf Unternehmen und ihre Handlungsspielräume hat und vor allem welchen Beitrag Unternehmen hierbei übernehmen können und müssen, wird sowohl in der Un-ternehmens- und Managementforschung als auch in den Debatten um Postwachstum noch weit-gehend ausgeblendet (Schneidewind/ Palzkill-Vorbeck 2012; Liesen et al. 2013; Reichel/ Seeberg 2013; Seidl/ Zahrnt 2013). Das Wissen darüber, wie auf Unternehmensebene erfolgreich mit Wachstumsgrenzen und -risiken umgegangen werden kann, ist entsprechend beschränkt. Ge-rade in KMU verfolgen Unternehmer/innen jedoch vielfältige Entwicklungsstrategien und -modelle, die nicht per se auf Wachstum ausgerichtet sind, sondern darauf, das Unternehmen und seine jeweiligen Qualitäten langfristig zu erhalten (Davidsson 1989, Bakker et al. 1999, Wiklund et al. 2003, Simon 2012). Erfolgsmodelle aus dieser Unternehmerschaft könnten zeigen, wie eine Los-lösung vom Wachstumsparadigma und der Umgang mit externen oder selbstgesetzten Wach-sstumsgrenzen in der Praxis aussehen können.

Die beschriebene Forschungslücke begann das IÖW bereits im Vorfeld zum Projekt „Postwachs-tumspioniere“ zu schließen. Im Rahmen einer weitgehend eigenfinanzierten Vorstudie zum Thema „wachstumsneutrale Unternehmen“ sondierte das IÖW bestehende Literatur sowie die Nachhaltigkeitsberichte von KMU nach Anhaltspunkten dafür, ob diese sich bereits strategisch mit Wegen des Nicht-Wachsens auseinandersetzen. Zehn Unternehmen, die öffentlich über ihre Mo-tive, Entwicklungskenngrößen und Strategien des Nicht-Wachsens informieren, wurden anschlie-ßend tiefergehend untersucht. Die Ergebnisse veröffentlichte das IÖW als IÖW-Schriftenreihe 205/13 (Liesen et al. 2013; vgl. Band 2, Kapitel 3). Sie bildeten die Basis für die Themen, Frage-stellungen und das Design des Projekts „Postwachstumspioniere“.

2.2 Ziele

Das von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderte Projekt „Postwachstumspioniere – Kommunikationsprojekt zur Erweiterung des Postwachstumsdiskurses um die Rolle mittelständischer Unternehmen“ hatte zum Ziel, den bestehenden gesellschaftlichen, politischen und wissenschaftlichen Diskurs zum Thema Postwachstumsgesellschaft auf Basis fundierter wissenschaftlicher Erkenntnisse um die bedeutende und derzeit unterbelichtete Rolle kleiner und mittlerer Unternehmen zu erweitern. Die Vielfalt der Wachstumsorientierungen von KMU sollten sichtbar gemacht sowie Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie sich diese besser auf stagnierende oder schrumpfende Märkte, ökologische Knappheiten, ökonomische Krisen oder einschneidende demografische Veränderungen einstellen können. Relevant waren dabei insbesondere Ansätze des Nicht-Wachsens (z. B. Stabilität oder Reduktion bezogen auf die Betriebsgröße oder die Umweltwirkungen) sowie der Unabhängigkeit des Unternehmenserfolgs und der Unternehmenssicherung von weiterem Größenwachstum. Mit der Darstellung der Unternehmensperspektive sollte eine Lücke in der Diskussion um eine „Postwachstumsgesellschaft“ geschlossen und zugleich auf das Lösungspotenzial verwiesen werden, das etwa stabilitätsorientierte KMU mit ihrem Wissen und ihrer Umsetzungspraxis bei der Suche nach Konzepten und Strategien für den sozial-ökologischen Umbau bieten können. Die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen richteten sich daher neben Akteuren aus Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft vor allem an Vertreter/innen von Unternehmen und Unternehmensverbänden.

2.3 Vorgehensweise

Um diese Ziele zu erreichen, verband das Projekt angewandte Forschung mit Kommunikation und Dialog. Zum einen wurden die Strategien, Motive und Zielvorstellungen von KMU näher analysiert, die sich bereits an alternativen Zielgrößen ausrichten. Dies können Größen wie die Prozess- und Produktqualität, die Ressourceneffizienz oder die Lebens- und Arbeitsqualität sein. Es wurde untersucht, inwieweit ihre Strategien für mehr qualitatives, inneres Wachstum auch für andere Unternehmen nutzbar sein können. Die empirische Basis wurde durch eine breit angelegte Befragung von KMU ergänzt. Sie sollte zeigen, welche Gründungsmotive, Entwicklungsziele und Erfolgskennzahlen KMU verfolgen, ob und wie stark die Unternehmen wachsen wollen und welche Rolle quantitative und qualitative Wachstumsvorstellungen dabei spielen. Die Ergebnisse der Unternehmensanalysen und der Breitenbefragung wurden in Artikeln und Broschüren aufbereitet, auf Tagungen und in Workshops diskutiert und über eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit breit kommuniziert. Außerdem wurde der Blog www.postwachstum.de als Informations- und Diskussionsplattform für das Projekt ausgebaut.

Entsprechend gliederte sich das Projekt in vier Arbeitspakete (vgl. Abbildung 1):

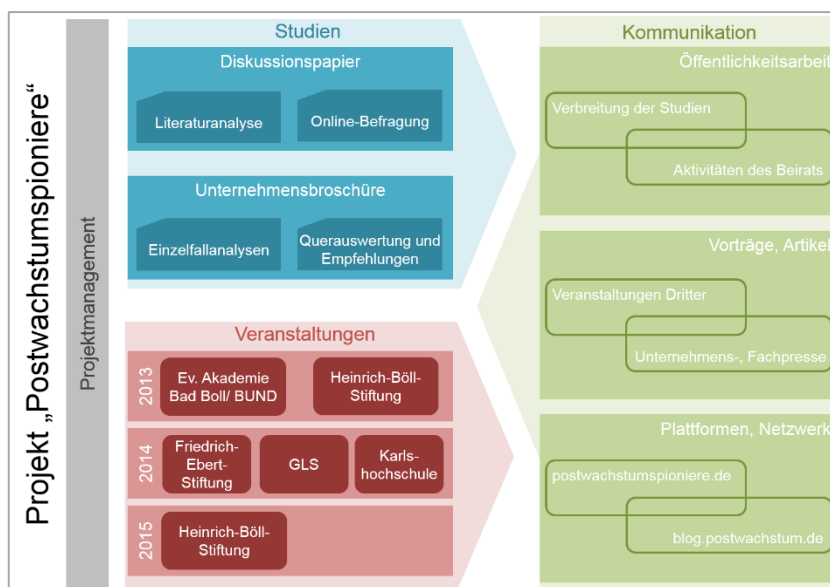
Arbeitspaket 1 – Visualisierung: Die Arbeiten in Arbeitspaket 1 sollten die differenzierten Wachstumseinstellungen von KMU in Deutschland sichtbar machen und eine breite Datenlage schaffen. Hierfür wurden eine Breitenbefragung sowie qualitative Fallstudien unter KMU durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in einem Diskussionspapier und einer Unternehmensbroschüre zusammengefasst. Literaturanalysen sollten zudem den Stand der Forschung zum Mikro-Makro-Link (Anforderungen, die aus gesamtgesellschaftlichen/ volkswirtschaftlichen Postwachstumsüberlegungen und -modellierungen für die Unternehmensebene abgeleitet werden) erfassen. Die Ergebnisse dienten als Grundlage für die Diskursveranstaltungen im Projekt und für die begleitende Öffentlichkeitsarbeit.

Arbeitspaket 2 – Kommunikation und Information: Arbeitspaket 2 diente dazu, die differenzierte Betrachtung von Wachstum in KMU, die Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft und das Konzept einer postwachstumsorientierten Unternehmensführung im gesellschaftlichen, politischen und wissenschaftlichen Diskurs breit einzubetten und bekannt zu machen. Es umfasste alle Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit, Vorträge, Fachartikel sowie Blog-Beiträge.

Arbeitspaket 3 – Diskursveranstaltungen: Arbeitspaket 3 umfasste die Konzeption, Durchführung und Auswertung von drei Tagungen und zwei Workshops in Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern Heinrich-Böll-Stiftung, Evangelische Akademie Bad Boll, Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND), Friedrich-Ebert-Stiftung, GLS Bank und Karlsruhochschule. Ziel der Diskursveranstaltungen war es, eine Plattform für intensive und kritische Diskussion der Rolle von Unternehmen im Postwachstumsdiskurs im Allgemeinen und dem Potential einer postwachstumsorientierten Unternehmensführung im Speziellen zu bieten. Die Tagungen richteten sich an Vertreter/innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft, die Workshops besonders an Unternehmen und Unternehmensverbände.

Arbeitspaket 4 – Projektmanagement: Arbeitspaket 4 umfasste die Koordination der Projektarbeiten sowie die Abstimmung mit den Kooperationspartnern, der DBU und dem wissenschaftlichen Projektbeirat. Neben einem Auftaktgespräch, mehreren Beiratssitzungen und einem Endbericht waren hierfür Telefonkonferenzen und der regelmäßige schriftliche Austausch vorgesehen.

Abbildung 1: Projektstruktur „Postwachstumspioniere“



2.4 Partner

Das Projekt wurde durch die Brandenburgische Technische Universität Cottbus – Senftenberg (BTU) als Zuwendungsempfängerin beantragt und in Zusammenarbeit mit dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) als kooperierendem Unterauftragnehmer bearbeitet.

Brandenburgische Technische Universität Cottbus – Senftenberg (BTU)

Die BTU ist die zweitgrößte Hochschule und die einzige Technische Universität des Landes Brandenburg. Hier wird beispielsweise zu regionaler Wirtschaftsentwicklung, Umwelt und Innovation geforscht und gelehrt.



Kontakt:

Brandenburgische Technische Universität Cottbus – Senftenberg
Großenhainer Straße 57

01968 Senftenberg

Ansprechperson: Prof. Dr. Stefan Zundel

Tel. +49 – 3573 – 85-441
 Fax +49 – 3573 – 85-509
 E-Mail Stefan.Zundel@HS-Lausitz.de

<http://www.b-tu.de>

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)



Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) ist eine gemeinnützige GmbH, die 1985 gegründet wurde. An seinem Hauptsitz in Berlin und seinem Büro in Heidelberg beschäftigt das IÖW derzeit etwa 40 Mitarbeiter/innen.

Das IÖW verfolgt die Leitidee einer wissenschaftlich fundierten Verknüpfung von Nachhaltigkeit und Ökonomie. Zielorientierung, Analyseverfahren und Gestaltungsinstrumente orientieren sich am Grundgedanken des sozial-ökologischen Strukturwandels der Gesellschaft. Das IÖW zeichnet sich durch einen interdisziplinären Forschungsansatz aus, seine Mitarbeiter/innen decken ein weites Spektrum unterschiedlicher Disziplinen ab (Ökonom/innen, Ingenieur/innen, Soziolog/innen, Naturwissenschaftler/innen). Zu den Förderern und Auftraggeber/innen des Instituts gehören Bund, Länder und Gemeinden, Unternehmen, Verbände und Stiftungen und zunehmend auch internationale Organisationen wie die Europäische Union und die Vereinten Nationen.

Das Forschungsfeld Unternehmensführung und Konsum untersucht in anwendungsorientierten Projekten, mit welchen Unternehmensmodellen und Lebensstilen eine zukunftsfähige Entwicklung erreicht werden kann und welche Rahmenbedingungen dafür nötig sind. Das Team entwickelt, erprobt und bewertet innovative Methoden und Instrumente für eine nachhaltige Unternehmensführung, Strategien zur Förderung nachhaltiger Konsummuster sowie praxistaugliche Konzepte an der Schnittstelle von Produktion und Konsum – etwa im Bereich der CSR-Kommunikation oder des nachhaltigen Innovationsmanagements. Hierfür arbeitet das Forschungsfeld mit Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größen zusammen, die sich den Anforderungen einer ökologisch und sozial verträglichen Entwicklung stellen. Die ausgeprägt anwendungsorientierte Forschung umfasst regelmäßig beratende Elemente für Akteure aus Wirtschaft und Politik.

Kontakt:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH – gemeinnützig
 Potsdamer Straße 105

D-10785 Berlin

Ansprechperson für das Projekt: Heike Mewes

Tel. +49 – 30 – 884 594-54
 Fax +49 – 30 – 882 54 39
 E-Mail heike.mewes@ioew.de

www.ioew.de

3 Ergebnisse

Da es sich beim Projekt Postwachstumspioniere in erster Linie um ein Kommunikationsprojekt handelte, in dessen Mittelpunkt zahlreiche Dialogformate und Veröffentlichungen standen, sind die jeweiligen inhaltlichen Ergebnisse sehr zahlreich und vielfältig. In diesem Abschlussbericht stellen wir die erarbeiteten „Produkte“ dar und verweisen für die jeweiligen Einzelergebnisse auf die Konferenz- und Workshop-Dokumentationen, Artikel, Präsentationen und sonstigen Kommunikationsmaterialien im Band 2 des Berichts bzw. auf den verlinkten Internetseiten.

3.1 Arbeitspaket 1: Visualisierung

Die Aktivitäten in Arbeitspaket 1 hatten zum Ziel, die differenzierten Wachstumseinstellungen von KMU in Deutschland sichtbar zu machen und eine breite Datenlage zu schaffen. Hierfür war im Projektantrag erstens geplant, eine Breitenbefragung von KMU zu konzipieren, durchzuführen, auszuwerten und als Diskussionspapier zu veröffentlichen. Zum anderen war vorgesehen, auf Basis der Umfrageergebnisse, der Vorstudie des IÖW sowie von sechs bis acht Interviews mit Vertreter/innen relevanter KMU mehrere qualitative Unternehmensfallstudien zu erarbeiten und im Rahmen einer „Best-Practice-Broschüre“ (im Folgenden „Unternehmensbroschüre“) zu veröffentlichen. Hier sollten auch die Ergebnisse einer Literaturanalyse einfließen, die den Stand der Forschung zum Mikro-Makro-Link (Anforderungen, die aus gesamtgesellschaftlichen/ volkswirtschaftlichen Postwachstumsüberlegungen und -modellierungen für die Unternehmensebene abgeleitet werden) erfassen. Im Folgenden sind die Ergebnisse der Arbeiten im Arbeitspaket zusammengefasst.

3.1.1 Umfrage

Die nicht-repräsentative Online-Umfrage „Wie wichtig ist Wachstum für KMU?“ wurde auf Basis von Vorarbeiten des IÖW und weiterer Literaturanalysen erfolgreich konzipiert, im Frühjahr 2014 unter Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt, anschließend ausgewertet und als IÖW-Schriftenreihe 208/15 (Gebauer/Sagebiel 2015; vgl. Band 2, Kapitel 3) aufbereitet. Sie erfasste die Vielfalt der Wachstumsorientierungen von KMU und die strategische Relevanz, das Verständnis sowie die Chancen und Risiken, die Unternehmer/innen mit Wachstum verbinden. Die mit 700 gültigen Fragebogen erfreulich und unerwartet hohe Resonanz unterstrich, wie relevant die Auseinandersetzung mit Wachstumsgrenzen und Wachstumsrisiken für viele KMU – und zwar auch jenseits der speziellen Gruppe der nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen – im täglichen Geschäft ist.

Die Umfrage wurde als eine Quelle für die Identifikation geeigneter Unternehmensbeispiele für die Unternehmensbroschüre genutzt (vgl. Kapitel 3.1.2). Zentrale Ergebnisse wurden im Rahmen der Unternehmensbroschüre (ebd.), der Fachartikel (vgl. Kapitel 3.2.2), der Diskursveranstaltungen (vgl. Kapitel 3.3) und der Vorträge und Workshop-Sessions (vgl. 3.2.1) einer breiten Öffentlichkeit aus Unternehmen, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik zugänglich gemacht. Die Veröffentlichung der IÖW-Schriftenreihe 208/15 (Gebauer/Sagebiel 2015) als Print- und Online-Versionen erfolgt Ende Juli 2015. Sie wird von einer Pressemitteilung und einer breiten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitet werden.

3.1.2 Unternehmensbroschüre

Die Unternehmensbroschüre „Wir sind so frei. Elf Unternehmen lösen sich vom Wachstumspfad“ (Gebauer et al. 2015; vgl. Band 2, Kapitel 3) zeigt anhand von besonders prägnanten und dabei repräsentativen Beispielen auf, wie eine erfolgreiche wachstumsneutrale bzw. wachstumsunabhängige Unternehmensstrategie in KMU umgesetzt werden kann und welche Vorteile damit verbunden sind. Die elf Unternehmensbeispiele (vgl. Tabelle 1) wurden zum einen aus dem Pool der Befragungsteilnehmenden ausgewählt. Um die Vielfalt und das Lernpotential der Beispiele weiter

zu erhöhen, wurden zusätzlich vier Unternehmen ausgewählt, die im Rahmen der Vorstudie (Liesen et al. 2013; vgl. Band 2, Kapitel 3) bereits als interessante Beispiele einer „wachstumsneutralen“ Unternehmensführung identifiziert worden waren. Die Unternehmen sollten eine systematische und nachvollziehbare Auseinandersetzung mit „der Wachstumsfrage“ erkennen lassen und auf dieser Basis bewusst und aktiv stabilitätsorientierte Ansätze entwickelt haben, die zudem auf die stetige Verbesserung ihrer sozialen und ökologischen Wirkungen zielen.¹ Ihre Ansätze sollten zugleich für andere Unternehmen interessant und relevant sein. Weitere Filterschritte zielten darauf ab, möglichst unterschiedliche Unternehmen hinsichtlich Größe, Alter, Rechtsform, Branche, Marktdynamik und Stärke der Nachhaltigkeitsorientierung einzubeziehen.

Für alle Unternehmensportraits wurden auf Basis eines einheitlichen Analyserasters neben den Antworten aus der Umfrage und den Informationen aus der Vorstudie öffentlich verfügbare Informationen ausgewertet. Zusätzliche Informationen wurden, mit Ausnahme zweier bereits im Rahmen der Vorstudie ausführlich dokumentierter Unternehmen durch schriftliche Befragungen und/oder leitfadengestützten telefonischen Interviews eingeholt. Mit zwei Unternehmen, die besonders umfassend portraitiert werden sollten – das eher klassische KMU Wupatki, ein Rostocker Spielwareneinzelhändler, und das stark nachhaltigkeitsorientierte KMU Die Möbelmacher, eine ökologisch orientierte Schreinerei und Komplettinrichter aus Franken – wurden besonders ausführliche Telefoninterviews von drei Stunden bzw. einer Stunde geführt. Aufgrund der erhöhten Fallzahl, der hohen Bereitschaft zur Mitwirkung und der guten Erfahrungen aus den ersten Telefoninterviews entschieden wir uns nach Kosten-Nutzen-Abwägungen gegen persönliche Interviews vor Ort.

Die Broschüre wurde im Rahmen der Abschlusskonferenz zum Projekt (vgl. Kapitel 3.3.6) im März 2015 der Öffentlichkeit präsentiert und im Anschluss durch eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Band 2, Kapitel 6) verbreitet.

Tabelle 1: Die für die Unternehmensbroschüre untersuchten Unternehmen

NAME	GRÜNDUNGSJAHR	ANZAHL BESCHÄFTIGTE	ANGEBOT
b.r.m. business resource management- und Technologie-Consulting (Einzelunternehmen)	1991	5	Individuelle "grüne" IT-Services (zum Beispiel Hosting, Vor-Ort-Support, Mailing, Web-Dienste, Server-Housing)
Blumenschule (Einzelunternehmen)	1939	20	Produktion und Verkauf von Pflanzen, Saatgut, Brauchtums-Gebinden usw. (Öko-Landbau); Seminare und „Retreats“; Gärtnerei und Café als Erholungs- und Lernräume
Brauerei Clemens Härle KG	1897	30	Produktion und Vertrieb von Bier und nicht-alkoholischen Bio-Erfrischungsgetränken
Carl Klostermann Söhne (CKS) GmbH & Co. KG	1891	33	Produktion und Vertrieb von Schuhsenkeln, Gummilitzen und Kordeln; Handel mit Klettverschlüssen
Die Möbelmacher GmbH	1988	15	Fertigung, Beratung und Verkauf von einzelnen Massivholzmöbeln bis zur kompletten Inneneinrichtung und Beleuchtung; Reparaturservices

¹ Die Ökostromversorger EWS mit ihrem derzeit starken Wachstum stellen einen speziellen Fall dar. Sie wurden einbezogen, da sie ihr Wachstum als Vehikel zur Veränderung des Energiesystems sehen, den Großteil ihrer Erträge dafür investieren und bestimmte Umsatz- und Wachstumsmöglichkeiten beschneiden bzw. an andere Akteure vermitteln.

NAME	GRÜNDUNGSJAHR	ANZAHL BE-SCHÄFTIGTE	ANGEBOT
Netzkauf EWS eG	1994	93	Vertrieb von Ökostrom, Erdgas und Biogas; Betrieb von Strom- und Gasnetzen; Errichtung und Betrieb von Stromerzeugungsanlagen; Beratung und Unterstützung von Energiegenossenschaften und Bürgerinitiativen
Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG	1628	110	Produktion und Vertrieb von Bio-Bier, Bio-Erfrischungsgetränken und Bio-Mineralwasser
Oktoberdruck AG	1973	15	Individuelle Produktionsplanung, Druck und Verkauf von Druckerzeugnissen; Beratung, Führungen und Bildungsaktivitäten zum Thema nachhaltige Unternehmensführung
Richard Henkel GmbH	1922	50	Produktion und Reparatur von Stahl- und Edelmöbeln (Liegen, Stühle, Barhocker, Tische, medizinische Möbel); Oberflächenbehandlung (Schleifen, Strahlen, Pulverbeschichtung)
SERI Nachhaltigkeitsforschungs- und -kommunikations GmbH	1999	15	Forschung, Beratung und Kommunikation zu Themen nachhaltiger Entwicklung im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt
Wupatki (Einzelunternehmen)	1998	9	Verkauf von Spielwaren und Kinderbüchern

3.1.3 Analysen zum Mikro-Makro-Link

Die BTU führte Literaturanalysen zu den Links zwischen der betrieblichen Mikroebene und der gesamtwirtschaftlichen Makroebene durch. Leitende Fragestellung war: Welche Anforderungen lassen sich aus gesamtgesellschaftlichen/ volkswirtschaftlichen Postwachstumsüberlegungen und -modellierungen für die Unternehmensebene ableiten? Die Ergebnisse flossen in die Unternehmensanalysen und Querauswertungen für die Unternehmens-Broschüre sowie durch Vorträge und Workshop-Sessions prominent in die Diskursveranstaltungen des Projekts ein.

3.2 Arbeitspaket 2: Kommunikation und Information

Die Aktivitäten des Arbeitspaketes 2 hatten zum Ziel, die differenzierte Betrachtung von Wachstum in KMU, die Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft und das Konzept einer postwachstumsorientierten Unternehmensführung im gesellschaftlichen, politischen und wissenschaftlichen Diskurs breit einzubetten und bekannt zu machen. Zu diesem Zweck waren mindestens acht Vorträge und Workshop-Sessions auf externen Veranstaltungen, mindestens drei Artikel Fachveröffentlichungen, eine Erweiterung und intensive Nutzung des Blog www.postwachstum.de (mind. 12 Beiträge aus dem Projekt) sowie eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen. Wie die folgende Ergebnisdarstellung zeigt, konnten wir diese Aufgaben deutlich über das Mindestmaß hinaus erfüllen.

3.2.1 Vorträge und Workshop-Sessions auf Fachveranstaltungen

Die Projektmitarbeiter/innen hielten im Projektzeitraum 11 Vorträge und gestalteten zwei Workshop-Sessions zu den Themen wachstumsunabhängige Unternehmensführung und Unternehm-

men in der Postwachstumsgesellschaft. Die Vortragsaktivitäten setzten sie auch nach der Projektlaufzeit fort. Die zahlreichen Vortragsaktivitäten der ehrenamtlich tätigen Beiratsmitglieder sind hier nur ausschnitthaft erfasst.

1. 14.03.2014, **Work in Progress 2014 - Gute Arbeit: Podiumsdiskussion „Die verpasste ,Great Transition‘? Wege zur nachhaltigen Transformation unserer Wirtschaft – ein Realitätscheck“**, Hamburg
 - Vortrag (Podiumsdiskussion) durch Jana Gebauer, IÖW
2. 18.03.2014, **3. Wirtschaftsethischer Salon**, Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE), Berlin
 - Vortrag durch Jana Gebauer, IÖW
3. 18.06.2014, **GRONEN Research Conference 2014**, Group for Research on Organizations and the Natural Environment (GRONEN), Helsinki
 - Vortrag (Paper-Präsentation) durch Andrea Liesen, IÖW
4. 21.06.2014, **Lab „Trans_Wirtschaft_Formation?“ im Rahmen des Studienprogramm "Transformation gestalten"**, Studienwerk der Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin
 - Vortrag durch Jana Gebauer, IÖW
5. 02.-06.09.2014, **Degrowth-Konferenz 2014**, Leipzig
 - zwei Vorträge (Paper-Präsentationen) durch Jana Gebauer, IÖW
 - eine Workshop-Session durch Jana Gebauer, IÖW, in Kooperation mit Prof. Dr. André Reichel, Karlshochschule
6. 06.10.2014, **Reporting 3.0 Conference**, BSD, Berlin
 - Vortrag durch Jana Gebauer, IÖW
7. 21.11.2014, **25 Jahre ISOE: Tagung „Lost in the Anthropocene? Nachhaltige Wissenschaft in der Epoche der Menschheit“**, ISOE, Frankfurt am Main
 - Vortrag (Posterpräsentation und –diskussion) durch Gerrit von Jorck, IÖW
8. 13.12.2014, **Workshop „Wie wollen wir leben?! Auf der Suche nach Alternativen Entwicklungsmodellen“** FES Jugendgewerkschaftsprogramm, Berlin
 - Workshop-Session durch Jana Gebauer, IÖW
9. 18.12.2014, **Sitzung der Unter-AG Wachstum/ Postwachstum der AG Ökologische Transformation der Bundestagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN**, Berlin
 - Vortrag durch Jana Gebauer, IÖW
10. 17.04.2015, **Misereor Unternehmerforum 2015: Podiumsdiskussion „Postwachstum - nicht mehr als moderner Strukturwandel?“** Misereor, Bonn
 - Vortrag (Podiumsdiskussion) durch Thomas Korbun, IÖW
11. 25.04.2015, **Was wirklich zählt. Der Gedöns-Kongress der taz: Lightning Talk: „Fortschritt: Wird die Wirtschaft sanfter?“**, Berlin
 - Vortrag (Podiumsgespräch) durch Jana Gebauer, IÖW

Nach Ende der Projektlaufzeit:

12. 13.06.2015, **Die neue GRÜNDERzeit – Kongress für nachhaltiges Wirtschaften:** Podiumsdiskussion „**Anders Wirtschaften – Unternehmens-DNA im Wandel**“, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Mainz
 - Vortrag (Podiumsdiskussion) durch Thomas Korbun, IÖW
13. 01.07.2015, **European Society for Ecological Economics (ESEE) Conference 2015: Transformations**, Leeds
 - Vortrag (Paper-Präsentation und Chair) durch Irmi Seidl, WSL – Swiss Federal Institute for Forest, Snow and Landscape Research und Projektbeirat
14. 04.07.2015 (*nach Ende der Projektlaufzeit*), **Konferenz „Wandel unternehmen: Aufbruch in eine faire und ökologische Wirtschaft von morgen!“**, Bundestagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Berlin
 - Vortrag („Projekt-Pitch“ und Marktstand zum Projekt) durch Heike Mewes, IÖW

Die detaillierten Programme und, sofern vorhanden, die Präsentationen sind in Band 2, Kapitel 2 des Berichts zusammengestellt. Über den Projektverlauf erreichten uns deutlich mehr Vortrags- und Vernetzungsanfragen. Aus Kapazitätsgründen konnten wir allerdings nicht alle bedienen.

Zusätzlich zu den formellen Vorträgen und Workshops haben die Projektbearbeiter/innen und Beiratsmitglieder die Projektaktivitäten und -ergebnisse informell in ihre vielfältigen Vernetzungs- und Gremienaktivitäten eingebracht, beispielsweise im Rahmen der zivilgesellschaftlichen Plattform Forschungswende, der das IÖW angehört, oder dem Netzwerk Wachstumswende.

3.2.2 Fachartikel

Bereits vor Projektbeginn hat das IÖW den **Themenschwerpunkt der IÖW-Fachzeitschrift Ökologisches Wirtschaften „Wachstumsneutrale Unternehmen. Ideen für eine Postwachstums-gesellschaft“ (1/2013)** herausgegeben. Als eine der Vorarbeiten zum Projekt wurde hier der Artikel „**Gemeinsam sind wir groß. Kollaboration als Weg für Postwachstumsunternehmen**“ (Gebauer/Ziegler 2013) veröffentlicht. Daneben versammelt das Schwerpunktheft Beiträge relevanter Postwachstum-Forschender wie der Beiratsmitglieder Prof. Dr. Angelika Zahrt und PD Dr. Irmi Seidl sowie von Prof. Dr. Uwe Schneidewind, Alexandra Palzkill und Dr. André Reichel.

Im Dezember 2013 wurden die Ergebnisse der Vorstudie zum Projekt als **IÖW Schriftenreihe 205/13** mit dem Titel „**Wachstumsneutrale Unternehmen. Pilotstudie zur Unternehmensperspektive im Postwachstumsdiskurs**“ als Print- und Online-Ausgabe veröffentlicht (Liesen et al. 2013). Eine erweiterte Version des Artikels in englischer Sprache mit dem Titel „**Successful Non-Growing Companies**“ (Liesen et al. 2014) wurde im Rahmen der GRONEN-Konferenz sowie der Degrowth-Konferenz 2014 vorgestellt (vgl. Kapitel 3.2.1) und über das Social Science Research Network einem breiten Fachpublikum zugänglich gemacht.

Die Ergebnisse der Umfrage und der Unternehmensanalysen wurden in zwei Artikeln in Fachzeitschriften in die Fachdebatte hineingetragen. Der Artikel „**Qualität und Suffizienz in stabilitätsorientierten KMU. Unternehmensansätze für die Postwachstumsgesellschaft**“ (Gebauer/Mewes 2015) erschien in der Ausgabe 2015/1-2 der Zeitschrift **uwf – UmweltWirtschaftsForum** zum Schwerpunktthema „Suffizienz. Umriss einer Ökonomie des Genug“. Der Artikel „**Postwachstumsunternehmen und sozial-ökologischer Wandel. Transformative Potenziale von Unternehmen, die nicht wachsen wollen**“ (Mewes/Gebauer 2015) ist für die im September erscheinende Ausgabe 2015/3 der Zeitschrift **Ökologisches Wirtschaften** mit dem Themenschwerpunkt „Transformative Unternehmen“ eingereicht und angenommen.

Die genannten Fachartikel bzw. ihre Kurzzusammenfassungen sind im Band 2, Kapitel 3 des Berichts zusammengestellt. Eine dritte Fachveröffentlichung, um die Ergebnisse der Umfrage und der Unternehmensanalysen (Arbeitspaket 1) zu verbreiten, kam im Projektverlauf nicht zustande (vgl. für eine nähere Begründung Kapitel 4.2).

3.2.3 Erweiterung des Blog www.postwachstum.de

Die Erweiterung des vom IÖW geführten Blog www.postwachstum.de wurde planmäßig umgesetzt. Das Blog wurde um eine prominent platzierte Kategorie „Postwachstumsunternehmen“ ergänzt. Sie ermöglicht es den Nutzer/innen, alle themenrelevanten Blogbeiträge auf einer Unterseite gebündelt anzeigen zu lassen. Zusätzlich sind diese und weitere Beiträge über das Schlagwort „Unternehmen“ filterbar. Das Blog wurde als einer der zentralen Kanäle zur Verbreitung von Ergebnissen aus dem Projekt intensiv genutzt und es wurde eine rege Diskussion mit zum Thema Postwachstum und Unternehmen angeregt (vgl. für eine detaillierte Dokumentation Band 2, Kapitel 4). Insgesamt haben die Projektbearbeiter/innen und Beiratsmitglieder, neben zahlreichen weiteren Autor/innen, im Projektzeitraum 18 Blog-Beiträge in der Kategorie Postwachstumsunternehmen gepostet, darunter vier Interviews mit ausgewählten „Postwachstumsunternehmen“.

3.2.4 Begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Bereits der Projektstart wurde prominent über die IÖW-Website sowie den IÖW-Newsletter bekannt gegeben. Ein zu Beginn des Projektes entwickeltes Kommunikationskonzept unterstützte eine optimale strategische Ausrichtung und strukturierte Umsetzung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Auf der Webseite des IÖW wurde eine Unterseite zum Projekt eingerichtet, die über die URL www.postwachstumspioniere.de erreichbar ist. Neben einer Beschreibung des Projekts finden sich hier auch relevante Informationen zu den Diskusveranstaltungen (Veranstaltungsdokumentationen, Präsentationen von Referent/innen und ggf. weitere Materialien) sowie Informationen zum Projektbeirat. Alle Projektveranstaltungen wurden mithilfe von persönlichen Einladungen über eigens erstellte Verteiler, Mailings an Multiplikatoren, IÖW-News, Pressemitteilungen und Tweets beworben. Projektergebnisse und Dokumentationen der Veranstaltungen wurden regelmäßig als News sowie Tweets unter den Hashtags #Postwachstum und #Postwachstumspioniere auf verschiedenen Kanälen gestreut. Über die Befragung, die Veranstaltungen sowie die Kommunikationsaktivitäten wurde ein breiter Verteiler für den Versand projektbezogener Informationen aufgebaut. Um eine intensive Berichterstattung über das Thema zu erreichen, wurden Pressekontakte gezielt auf das Thema aufmerksam gemacht. Die Beiratsmitglieder verbreiteten die inhaltlichen Ergebnisse und Produkte des Projekts zusätzlich in ihren Netzwerken.

Auf die Erstellung eines Ergebnisflyers haben wir aufgrund der hohen Sichtbarkeit und Reichweite, die das Projekt auch ohne Flyer erzielte, abgesehen und die dadurch frei gewordenen für zusätzliche Vortrags- und Vernetzungsaktivitäten genutzt.

3.3 Arbeitspaket 3: Diskursveranstaltungen

Im Rahmen des Arbeitspaketes 3 sollten in Zusammenarbeit mit verschiedenen Kooperationspartnern drei Tagungen und zwei Workshops konzipiert, durchgeführt und dokumentiert werden. Ziel der Diskursveranstaltungen war es, eine Plattform für intensive und kritische Diskussion der Rolle von Unternehmen im Postwachstumsdiskurs im Allgemeinen und dem Potential einer postwachstumsorientierten Unternehmensführung im Speziellen zu bieten. Die Tagungen sollten sich an Vertreter/innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft, die Workshops besonders an Unternehmen und Unternehmensverbände richten. Bei Projektstart standen bereits als Kooperationspartner die Heinrich-Böll-Stiftung, der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND), die Friedrich-Ebert-Stiftung und die GLS Bank fest. Ein weiterer Kooperationspartner für einen Workshop im Raum Süddeutschland war noch zu gewinnen.

Im Folgenden findet sich ein Überblick über Ziele, Ablauf und Teilnehmende der sechs im Rahmen des Projekts durchgeführten Diskursveranstaltungen. Die detaillierten Ergebnisse der Tagungen und Workshops können in den Veranstaltungsdokumentationen in Band 2, Kapitel 1 des Berichts nachgelesen werden. Die Dokumentationen sind zudem auf der Projektwebseite www.postwachstumspioniere.de einsehbar, wo sie im Anschluss an jede Veranstaltung einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt wurden.

3.3.1 Tagung 1: Evangelische Akademie Bad Boll, 8. bis 10.11.2013

Titel und Art der Veranstaltung:

„Brauchen Unternehmen Wachstum? Strategien für eine nachhaltige Entwicklung“ – Tagung

Ort, Datum und Kooperationspartner:

Bad Boll, 8. bis 10. November 2013, Evangelische Akademie Bad Boll, in Kooperation mit dem Arbeitskreis Wirtschaft und Finanzen des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND)

Ziele der Veranstaltung:

Das Ziel der Tagung war es, mit ca. 50 Expert/innen aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik kritisch zu diskutieren, ob, wie und unter welchen Bedingungen eine wachstumsneutrale bzw. wachstumsunabhängige Unternehmensführung möglich ist. Hierbei sollte auch für die institutionellen Hemmnisse sensibilisiert werden, die einer wachstumsneutralen bzw. wachstumsunabhängigen Unternehmensführung im Wege stehen, und es sollten Ansatzpunkte für die Politik und für die eigene Weiterarbeit entwickelt werden. Die Projektpartner brachten Ergebnisse aus der Vorstudie sowie die Fragestellungen und ersten Analyseergebnisse aus dem Projekt „Postwachstumspioniere“ ein.

Programm:

Freitag, 8. November 2013	
19:15	Begrüßung & Einführung <ul style="list-style-type: none"> • Dagmar Bürkardt, Evangelische Akademie Bad Boll • Dr. Joachim H. Spangenberg, Sprecher BUND AK Wirtschaft, Halle/Köln • Prof. Dr. Angelika Zahrt, Ehrenvorsitzende des BUND, Neckargemünd
19:30	Muss die Wirtschaft wachsen? <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. Uwe Schneidewind, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie Anschließend Diskussionsrunde mit: <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. Uwe Schneidewind, Wuppertal • Bernhard Schwager, Robert Bosch GmbH, Stuttgart • Prof. Dr. Lars Castellucci, Hochschule der Wirtschaft, Mannheim, stv. Landesvorsitzender der SPD, Wiesloch • Prof. Dr. Dennis De, Hochschule Reutlingen und Politiker Bündnis 90/Die Grünen
21:00	Zeit für Gespräche im Café Heuss
Samstag, 9. November 2013	
9:00	Nachhaltigkeit und Unternehmen, Thesen des BUND AK Wirtschaft und Finanzen <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. Werner Wild, Technische Hochschule Nürnberg
9:30	„Müssen Unternehmen wachsen?“ Ansatzpunkte aus wissenschaftlicher Sicht <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, IÖW, Berlin
10:30	Kaffeepause
11:00	Nachhaltiges Wirtschaften aus Unternehmenssicht <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Kurt Schmalz, J. Schmalz GmbH, Glatten • Gottfried Härle, Brauerei Clemens Härle, Leutkirch • Andrea Valdinoci, Neuguss Verwaltungsgesellschaft mbH, Berlin
12:30	Mittagessen

14:00	Nachhaltiges Wirtschaften aus Bankensicht <ul style="list-style-type: none"> • Wilfried Münch, Regionalleitung GLS Bank Stuttgart aus Sicht des Betriebsrats <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Thomas Metz, Daimler AG, Gesamtbetriebsrat, Stuttgart
15:30	Kaffeepause
16:00	Unternehmenserfolg ohne Wachstum - wie ist/wäre das möglich? <ul style="list-style-type: none"> • Auswertung der Diskussion aus gesamtwirtschaftlicher und betriebswirtschaftlichere Perspektive • Konsequenzen für die Weiterarbeit Moderation: Prof. Dr. Rudi Kurz, Hochschule Pforzheim
18:00	Abendessen
20:00	Weiterarbeit und Gespräche
Sonntag, 10. November 2013	
9:00	Sitzung des AK Wirtschaft und Finanzen
12:30	Mittagessen und Ende der Tagung

Teilnehmende:

Für die Veranstaltung hatten sich insgesamt 39 Personen angemeldet.

Tabelle 2: Anmelde liste Evangelische Akademie Bad Boll

Nr.	Name	Institution/Unternehmen
1	Achim Kupka	
2	Alexandra Palzkill	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt
3	Andrea Valdinoci	Neuguss Verwaltungsgesellschaft
4	Angelika Zahrnt	BUND
5	Anja Humburg	
6	Bernhard Schwager	Robert Bosch GmbH
7	Brigitte Dahlbender	BUND Landesverband Baden-Württemberg e.V.
8	Carmen Ketterl	
9	Dagmar Bürkhardt	Ev. Akademie Bad Boll
10	Dennis De	Hochschule Reutlingen
11	Eva Maria Walle	
12	Frank Wimmer	
13	Gotfried Härle	Brauerei Clemens Härle
14	Hanns-Robert Mayer	Kontaktwerk GmbH
15	Hans W. Steisslinger	
16	Jana Gebauer	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
17	Joachim H. Spangenberg	Helmholtzzentrum für Umweltforschung
18	Jobst Kraus	
19	Karl Rögelein	
20	Klaus Kögler	
21	Kurt Biemer	
22	Kurt Schmalz	J. Schmalz GmbH
23	Lars Castelluci	
24	Leon Leuser	
25	Ludwig Glatzner	
26	Maria Rieping	

Nr.	Name	Institution/Unternehmen
27	Rainer Müller	Initiative Gemeinwohl Ökonomie Region Stuttgart
28	Ralf P. Stern	Weingut Valentin Ziegler Sohn
29	Rebekka Meyer	bfu AG
30	Rolf Sautter	
31	Rudi Kurz	Fachhochschule Pforzheim
32	Rudolf Halberstadt	
33	Stefan Löffler	
34	Thomas Metz	Daimler AG
35	Uwe Schneidewind	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt
36	Volker Banzhaf	
37	Werner Wild	Technische Hochschule Nürnberg
38	Wilfried Münch	GLS Bank
39	Winfried Dressler	

3.3.2 Tagung 2: Heinrich-Böll-Stiftung, 05.12.2013

Titel und Art der Veranstaltung:

„Nicht wachsen oder anders wachsen? Optionen für Unternehmen in einer Postwachstumsgesellschaft“ – Tagung

Ort, Datum und Kooperationspartner:

Berlin, 5. Dezember 2013, Heinrich Böll Stiftung

Ziele der Veranstaltung:

Das Ziel der Tagung bestand darin, mit ca. 35 Teilnehmenden aus Unternehmen, Wissenschaft und Politik eine intensive und kritische Diskussion zur Rolle von Unternehmen im Postwachstumdiskurs und dem Potential wachstumsneutraler Unternehmensführung zu führen. In die Tagung brachten die Projektpartner die Ergebnisse der Vorstudie sowie die Fragestellungen und ersten Analyseergebnisse aus dem Projekt „Postwachstumspioniere“ ein.

Programm:

Donnerstag, 5. Dezember 2013	
10:30	Begrüßung und Eröffnung <ul style="list-style-type: none"> • Ute Brümmer, Heinrich-Böll-Stiftung & Thomas Korbun, IÖW
10:50	Einführung in den Workshop und den Projekthintergrund <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, IÖW
11:00	Transformationsstrategien und Postwachstumsgesellschaft: eine Einordnung <ul style="list-style-type: none"> • Eugen Pissarskoi, IÖW
11:30	Kaffeepause
11:45	Postwachstumsgesellschaft aus volkswirtschaftlicher Sicht <ul style="list-style-type: none"> • Andrea Stocker, SERI, Wien
12:30	Verantwortung der Unternehmen und Postwachstumsgesellschaft <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Christian Neuhäuser, Universität Luzern
13:15	Mittagspause
14:15	Konzepte der wachstumsunabhängigen Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Dr. André Reichel, Zeppelin Universität Friedrichshafen
15:00	Kaffeepause

Donnerstag, 5. Dezember 2013	
15:15	15 Motive und Strategien wachstumsneutraler Unternehmen: Ergebnisse einer Pilotstudie <ul style="list-style-type: none"> Jana Gebauer, IÖW
16:00	Fazit und Ausblick: Notwendigkeiten für weitere Diskussionen und Schärfungen der Konzepte <ul style="list-style-type: none"> Jana Gebauer & Eugen Pissarskoi, IÖW
16:30	Ende des Workshops

Teilnehmende:

Für die Veranstaltung in Berlin hatten sich 68 Teilnehmer/innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Beratung, Zivilgesellschaft und Politik angemeldet.

Tabelle 3: Anmelde liste Heinrich-Böll-Stiftung (2013)

Nr.	Name	Institution / Unternehmen
1	Andreas Arnold	
2	Sönke Baumgärtner	Seemobil Hausboot-Konzept UG
3	Christoph Bebermeier	Büro Weiss
4	Linda Bergset	Bordstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit gGmbH
5	Isabelle Bleeser	Institute for Advanced Sustainability Studies e.V.
6	Rolf Bräuer	BMU
7	Tobias Braun	
8	Christian Broda	Broda Klein Schartner Rechtsanwälte
9	Ute Brümmer	Hbs
10	Gabriele Calo	Caloflimm
11	Michael Conzelmann	Leihbar
12	Uwe Fischer	Piezka Immobilien Finanzen
13	Guennadi Fridman	
14	Thomas Gambke	Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen
15	Jana Gebauer	IÖW
16	Michael Grau	Deutsches Benchmarking Zentrum
17	Michael Günther	
18	Theo Hafner	THESYS International Project Services
19	Richard Harnisch	IÖW
20	Dirk A. Heyen	Öko-Institut e.V.
21	Christian Hofmann	mbo-beratung
22	Martin Höhne	
23	Birgit Hübner	
24	Simon Joachim	
25	Zoia Kashafutdinova	BUNDjugend Berlin
26	Jessyca Keil	
27	Ludger Kemper	
28	Karin Kiehn	
29	Thomas Korbun	IÖW
30	Anke Kunzelmann	Energieberater-in-Berlin
31	Fabian Kuppinger	
32	Elisabeth Lindner	

Nr.	Name	Institution / Unternehmen
33	Britta Lüpke	deluzi kreativ
34	Nora Löhle	
35	Nikolaus Marbach	
36	Astrid Matthey	Umweltbundesamt
37	Khin Maung-Yin	Burma Projekt
38	Rolf Mienkus	Flortext
39	Philipp Müller	Holzmarkt Betriebs GmbH
40	Ali Nasrun	
41	Christian Neuhäuser	Universität Luzern
42	Anna Neumann	IÖW
43	Michael Nicolai	BKK ESSANELLE
44	Wiebke Niemiec	IÖW
45	Frank Pietzka	Piezka Immobilien Finanzen
46	Eugen Pissarskoi	IÖW
47	Harald Preissler	Daimler Research & Development Berlin
48	Christian Preuss	
49	André Reichel	Zeppelin Universität Friedrichshafen
50	Albert Reinhardt	PSI-21/Gattel-Stiftung
51	Frank Roßner	Beckmann-Kommission
52	Verena Salomon	
53	Sina Stach	
54	Andrea Stocker	SERI, Wien
55	Wolfgang Strengmann-Kuhn	MdB, Bündnis90/Die Grünen
56	Klaus Teinzer	Eisenbahn und Verkehrsgewerkschaft EVG
57	Peter Thoamassen	
58	Veronica Tomei	
59	Monika von Oertzen	
60	Melissa Waßmuth	
61	Sabine Weigel	Weigel Unternehmensberatung
62	Hanna Weil	
63	Peter Weißhuhn	
64	Edmund Wendland	
65	Felix Weth	Fairnopoly eG
66	Nannett Wiedemann	
67	Bernd Wilde	
68	Marcus Zimmermann	deluzi kreativ

3.3.3 Workshop 1: GLS Bank, 01.07.2014

Titel und Art der Veranstaltung:

„Erfolgreiche Unternehmen zwischen Wachstum und Nachhaltigkeit“ – Workshop

Ort, Datum und Kooperationspartner:

Frankfurt am Main, 1. Juli 2014, GLS Bank

Ziele der Veranstaltung:

Ziel des Workshops war es, ca. 30 Vertreter/innen kleiner und mittlerer Unternehmen mögliche Handlungsoptionen für Unternehmen aufzuzeigen, mit ökologischen, sozialen und ökonomischen Grenzen von Wachstum umzugehen, und sie für die Option einer wachstumsunabhängigen Unternehmensführung zu sensibilisieren. Ein intensiver Wissens- und Erfahrungsaustausch wurde durch Impulsreferate am Vormittag aus der Forschung und Unternehmenspraxis sowie strukturierten Arbeitsphasen am Nachmittag ermöglicht.

Programm:

Dienstag, 01.Juli 2014	
11:00	Anreise und Anmeldung
11:30	Begrüßung <ul style="list-style-type: none"> • Joseph Schnitzbauer, GLS Bank
11:35	Einführung in den Workshop <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
11:40	Effizienz und Suffizienz – im Postwachstum vereint? <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. Angelika Zahrt, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
12:10	Wachstum – welches Wachstum? KMU-Strategien jenseits des ‚Alles oder Nichts‘ <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
12:40	Sozial-ökologische Banken: Wachstum durch Werte: Gegensatz oder Bedingung? <ul style="list-style-type: none"> • Joseph Schnitzbauer, GLS Bank
13:10	Mittag
14:10	Welt Café – Parallele und wechselnde Diskussionsrunden zu den Themen: <ul style="list-style-type: none"> • Gute Produkte, guter Service – Bedürfnisse befriedigen, Ressourcen schonen • Die Branche wächst, ich wachse mit! Und wenn sie schrumpft? • Wer zahlt, bestimmt? Externe Finanzierung und Wachstumsdruck • Gute Arbeit, gut verteilt – Ansätze in und zwischen Unternehmen • Da holen wir noch was raus. Produktivität sinnstiftend steigern
16:30	Zusammenfassung: Erfolgreiche Unternehmen zwischen Wachstum und Nachhaltigkeit – Strategien und Bedingungen für ein Arbeiten im Widerspruch <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, IÖW
17:00	Ende der Veranstaltung

Teilnehmende:

Für den Workshop hatten sich insgesamt 39 Teilnehmenden vorrangig aus KMU und speziell aus sozial-ökologisch orientierten Unternehmungen angemeldet. 31 Personen nahmen letztlich teil.

Tabelle 4: Anmelde liste GLS Bank

Nr.	Name	Institution/Unternehmen
1	Altmayer, Peter	NATURATA
2	Bebermeier, Christoph	BÜRO WEISS
3	Felhauer, Ivonne	Lust auf besser leben
4	Felt, Elisabeth	Nowato
5	Gebauer, Jana	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
6	Götte, Sebastian	aproxima Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung
7	Graf, Matthias	Velotaxi Frankfurt
8	Haas, Marlene	Lust auf besser leben

Nr.	Name	Institution/Unternehmen
9	Harnisch, Richard	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
10	Hildebrand, Paul Werner	organic communication
11	Jordan, Dr. André	Pingutec
12	Klös, Volker	Sonneninitiative
13	Köhn, Hajo	Initiative Neue Geldordnung
14	Kolbe, Peter	Ökostrom+
15	Korsten, Sven	REPASACK
16	Kreissig, Bernd	MediaSupervision Software Consulting
17	Lang, Dorothee	Umweltkompetenzzentrum Rhein-Neckar
18	Leitschuh, Heike	Autorin, Moderatorin & Beraterin für Nachhaltigkeit
19	Niemiec, Wiebke	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
20	Odenthal, Kay-Uwe	GLS Bank
21	Packenius, Jos	abs concept
22	Posse, Dirk	Solawi Marburg
23	Quast, Hans-Christian	Sonneninitiative
24	Rebber, Sophia	GLS Bank
25	Rösch, Uwe	BioCoreSolutions
26	Schmoll, Bettina	GLS Bank
27	Schnitzbauer, Josef	GLS Bank
28	Schröder, Sabine	BASE & PEAK
29	Siebert, Ulrich	Ulrich Siebert Unternehmensberater
30	Stern, Ralf Philipp	Stern Sustainability Business
32	Suikat, Ralph	Fairantwortung
33	Viest, Dr. Oliver	em-faktor - Die Social Profit Agentur
34	von Lilienfeld-Toal, Sophie	Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsethik
35	Weber, Joerg	Bürger AG für nachhaltiges Wirtschaften FrankfurtRhein-Main
36	Weiler, Matthias	GLS Bank
37	Weydert, Jeff	NATURATA
38	Wittig, Jörg-Aroff	Initiative für Gemeinwohl-Ökonomie Rhein-Main
39	Zahrnt, Prof. Dr. Angelika	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland

3.3.4 Workshop 2: Karlshochschule, 08.10.2014

Titel und Art der Veranstaltung:

„Erfolgreiche Unternehmen zwischen Wachstum und Nachhaltigkeit“ – Workshop

Ort, Datum und Kooperationspartner:

Karlsruhe, 8.Oktober 2014, Karlshochschule International University

Ziele der Veranstaltung:

Ziel des Workshops war es, mit ca. 30 Teilnehmenden vorrangig aus KMU Handlungsoptionen zum Umgang mit ökologischen, sozialen und ökonomischen Grenzen von Wachstum zu diskutieren und sie für Möglichkeiten einer wachstumsunabhängigen Unternehmensführung zu sensibilisieren. Ein intensiver Wissens- und Erfahrungsaustausch wurde durch Impulsreferate am Vormittag aus der Forschung und Unternehmenspraxis sowie strukturierten Arbeitsphasen am Nachmittag ermöglicht.

Programm:

Mittwoch, 08. Oktober 2014	
11:00	Anreise und Anmeldung
11:30	Begrüßung <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. André Reichel, Karlsruhochschule International University
11:35	Einführung in den Workshop <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
11:45	Postwachstumsunternehmen und Consumer Power – Schlussfolgerungen aus der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags zu Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Hermann E. Ott, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
12:15	Nach dem Wachstum: Die "Next Economy" und ihre Herausforderungen <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. André Reichel, Karlsruhochschule International University
12:45	KMU in der „Next Economy“: Handlungsspielräume selbstbestimmt gestalten <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, IÖW
13:15	Mittag
14:15	Welt Café – Parallele und wechselnde Diskussionsrunden zu den Themen: <ul style="list-style-type: none"> • Was geht, wenn nichts mehr geht: Geschäftsmodelle jenseits des Wachstumszwangs • Produktivität rauf, gute Arbeit runter? Zielkonflikte erkennen und vermeiden • Gemeinsam mit Gemeinsinn: Kollaboration und Lernen für mehr Nachhaltigkeit • Hand in Hand nachhaltig (re-)produzieren: Produce, Repair, Reuse • Sinn und Wert oder Was ist der sozial-ökologische Beitrag von Unternehmen?
16:30	Zusammenfassung: Erfolgreiche Unternehmen zwischen Wachstum und Nachhaltigkeit – Strategien und Bedingungen für ein Arbeiten im Widerspruch <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, IÖW
17:00	Ende der Veranstaltung

Teilnehmende:

Für die Veranstaltung in Karlsruhe hatten sich 25 Personen vorrangig aus Unternehmen sowie der unternehmensnahen Forschung und Beratung angemeldet, 22 nahmen letztlich teil.

Tabelle 5: Anmelde liste Karlsruhochschule

Nr.	Name	Institution
1	Albiez, Marius	KIT – Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse
2	Ankenbrand, Prof. Dr. Bernd	Karlsruhochschule
3	Bruckner, Franz	UBP group
4	Deutsch, Martin	Tut-All Software
5	Enslin, Ellen	Mitglied AK Wirtschaft & Finanzen BUND
6	Evertz, Michael	Die Seismographen
7	Frommeyer, Babette	FCC Frommeyer Consulting & Coaching
8	Gebauer, Jana	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
9	Gretz, Marco	Medialogik
10	Hetzer, Michael	elobau

Nr.	Name	Institution
11	Heydler, Gabriela	TREND Einrichtungen-GmbH
12	Heydler, Johannes	TREND Einrichtungen-GmbH
13	Kirse, Anne	Tut-All Software
14	Laengenfelder, Volker	Laengenfelder Nachhaltigkeitskommunikation
15	Lenz, Elena	Fairantwortung
16	Niemiec, Wiebke	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
17	Ott, Dr. Hermann E.	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
18	Pflanz, Stephan	idenko markenberatung
19	Reichel, Prof. Dr. André	Karlshochschule International University
20	Rösch, Uwe	BioCoreSolutions
21	Schröder-Gianoncelli, Julien	Karlshochschule / bettervest.de
22	Schubert-Panecka, Dr. Kat- arzyna	Business Mediation & Intercultural Communication
23	Trauth, Sarah	GMW Personaldienstleistungen
24	Ziegle, Barbara	Ziegle & Partner_medien+kommunikation

3.3.5 Tagung 3: Friedrich-Ebert-Stiftung, 11.11.2014

Titel und Art der Veranstaltung:

„Zukunftsfähig wirtschaften: Rahmenbedingungen für eine Wirtschaft zwischen Wachstum und Nachhaltigkeit“ – Tagung

Ort, Datum und Kooperationspartner:

Berlin, 11. November 2014, Friedrich-Ebert-Stiftung

Ziele der Veranstaltung:

Die Veranstaltung hatte das Ziel, auf Grundlage bisheriger Projektergebnisse einen Wissens- und Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmenden über die Rolle von Unternehmen in einer Postwachstumsgesellschaft und im derzeitigen Postwachstumdiskurs zu ermöglichen sowie gemeinsam Thesen und Handlungsempfehlungen bezüglich der Handlungsspielräume und Rahmenbedingungen für wachstumsunabhängiges Unternehmenshandeln zu entwickeln. Bei der Tagung sollten an der Tagung ca. 35 Expert/innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik teilnehmen.

Programm:

Dienstag, 11. November 2014	
10:00	Anreise und Anmeldung
10:30	Begrüßung <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Robert Philipps, Friedrich-Ebert-Stiftung, Abt. Wirtschafts- u. Sozialpolitik
10:45	Einführung in den Workshop <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
11:00	Makroerfordernisse und Unternehmensrealitäten: Impulse der „Postwachstumspioniere“ <ul style="list-style-type: none"> • Jana Gebauer und Dr. Eugen Pissarskoi, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und Brandenburgische Technische Universität Cottbus – Senftenberg
12:00	Mittag

Dienstag, 11. November 2014	
13:00	Diskussion zu Arbeit und Beschäftigung sowie Innovation und Geschäftsmodellen
15:00	Zusammenfassung, Ausblick und Verabschiedung
15:30	Ende der Veranstaltung

Teilnehmende:

Für die Veranstaltung gab es insgesamt 29 Anmeldungen.

Tabelle 6: Anmelde liste Friedrich-Ebert-Stiftung

Nr.	Name	Institution
1	Christine Ax	Sustainable Europe Research Institute Vienna
2	Tino Barth	Internationaler Wirtschaftsrat
3	Daniel Constein	Förderverein Wachstumswende, Koordination Degrowth 2014
4	Christian Denzin	Friedrich-Ebert-Stiftung
5	Margit Durch	Friedrich-Ebert-Stiftung
6	Dr. Franz Ehrnsperger	Neumarkter Lammsbräu
7	Johannes Euler	Commons-Institut
8	Jana Gebauer	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
9	Richard Harnisch	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
10	Jana Holz	futur 2
11	Dr. Christian Keller- mann	SPD-Parteivorstand - Abteilung Politik
12	Anne Klatt	Umweltbundesamt
13	Judith Klose	SPD Parteivorstand - Leiterin des Büros des stellv. Parteivor- sitzenden
14	Thomas Korbun	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
15	Dr. Michael Langer	Friedrich-Ebert-Stiftung
16	Uwe Lübbermann	Premium
17	Wiebke Niemiec	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
18	Dr. Hermann E. Ott	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
19	Dr. Robert Philipps	Friedrich-Ebert-Stiftung
20	Dr. Eugen Pissarskoi	Brandenburgische Technische Universität Cottbus - Senften- berg
21	Stephan Roggenkamp	Der Mittelstandsverband – ZGV
22	Tilman Santarius	Germanwatch
23	Oliver Schollmeyer	Bundesverband der Deutschen Industrie
24	Detlev Vangerow	Vangerow Systemwerkstätten
25	Anna Wehofsits	Freie Universität Berlin
26	Jasmin Wiefek	Norbert Elias Center for Transformation Design & Research
27	Prof. Dr. Werner Wild	Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm
28	Prof. Dr. Angelika Zahrnt	BUND
29	Hermann Zimmermann	SPD-Parteivorstand – Stellvertretender Leiter Abteilung Politik

3.3.6 Zusätzliche Abschlusstagung: Heinrich-Böll-Stiftung, 04.03.2015**Titel der Veranstaltung:**

„Alternativen denken. Wirtschaften für Wohlstand und Lebensqualität. Ohne Wachstum – oder mit?“ – Tagung

Ort, Datum und Kooperationspartner:

Berlin, 4.März 2015, Heinrich-Böll-Stiftung

Ziele der Veranstaltung:

Das Ziel der Veranstaltung war es, neue und alte Weg zu beleuchten für ein Wirtschaften, das wesentliche Beiträge für Wohlstand und Lebensqualität leistet und hierfür in die kritische Auseinandersetzung mit „der Wachstumsfrage“ geht. Hierfür sollten die Ergebnisse des Projektes – die Umfrageergebnisse, insbesondere aber die Erfahrungen und persönlichen Berichte der in der Unternehmensbroschüre portraitierten Unternehmen – die Grundlage bilden. Eine Mischung aus plenary Diskussionen, Workshops und kreativer Gruppenarbeit sollte viel Raum schaffen für Austausch, Interaktion, gemeinsames Lernen, Entwickeln und Vernetzen.

Die Konferenz richtet sich an Vertreterinnen und Vertreter kleiner und mittlerer Unternehmen, an Akteure der verschiedenen „Szenen“ der Alternativwirtschaft (Gemeinwohlökonomie, Solidarische Ökonomie, Assoziativwirtschaft, Kollektivbetriebe usw.), an junge Initiativen aus der Sharing Economy, Collaborative Economy und Social-Entrepreneurship-Szene, an das Degrowth-Umfeld sowie an Vertreterinnen und Vertreter von Politik, Medien, Stiftungen und Fördermittelgebern. Die anvisierte Teilnehmendenzahl lag bei 80 bis 120 Teilnehmenden.

Die Tagung diente als Abschlusskonferenz zum Projekt und wurde zusätzlich zu den im Projektantrag angekündigten Veranstaltungen im Rahmen einer kostenneutralen Projektverlängerung in erneuter Kooperation mit der Heinrich-Böll-Stiftung durchgeführt. Für die Konzeption, Organisation, Durchführung und Dokumentation stellte das IÖW Eigenmittel zur Verfügung.

Programm:

Mittwoch, 04. März 2015	
10:00	Anmeldung
11:00	Begrüßung <ul style="list-style-type: none"> • Verena Exner, Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) • Thomas Korbun, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
11:20	Postwachstumspioniere: Das Projekt und die Unternehmen Podiumsgäste: <ul style="list-style-type: none"> • Herwig Danzer, Die Möbelmacher • Rainer Engler, Blumenschule • Dr. Friedrich Hinterberger, SERI • Jutta Platz, Carl Klostermann Söhne • Mike Saul, Wupatki Moderation: Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
12:30	Mittagspause
13:30	LernRäume <ul style="list-style-type: none"> • 1: Wachstum, welches Wachstum? • 2: Wachstumsstrategisch neu aufstellen? • 3: Wachstumsunabhängig finanzieren? • 4: Spielball oder Spieler_in? • 5: TransMission
15:00	Kaffeepause

Mittwoch, 04. März 2015	
15:30	GestaltungsRäume <ul style="list-style-type: none"> • 1: FruchtStand • 2: NetzWerkStatt • 3: Biete Problem – suche Lösung • 4: Reframing Economy • 5: Alternativen machen • 6: Wirtschaften im Zeitwohlstand
17:30	Zwischenstand – Eine Zusammenfassung des Tages mit Überleitungs- anstelle von Schlussworten Moderation: Jana Gebauer, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
18:00	NetCafé - Ein Raum zum intensiven Netzwerken – Sie haben sicher noch nicht mit allen reden können
19:00	Eine neue Wachstumserzählung Öffentliche Podiumsdiskussion mit Vertreter/innen aus Medien, Politik und Wissenschaft Podiumsgäste: <ul style="list-style-type: none"> • Kerstin Andreae, Stellvertretende Vorsitzende der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen • Fabian Scheidler, Kontext TV • Dr. Ute Scheub, Publizistin und Autorin • Jörg Schindler, Autor • Prof. Dr. Angelika Zahrt, Ehrenvorsitzende des BUND und IÖW-Fellow Moderation: Thomas Korbun, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
21:00	Ende der Veranstaltung

Teilnehmende:

Aufgrund des sehr großen Interesses an der Veranstaltung musste die Anmeldung bereits Wochen im Voraus bei 160 angemeldeten Personen offiziell geschlossen werden. Letztlich wurden insgesamt 176 Personen als Teilnehmende zugelassen; rund 150 nahmen tatsächlich an der Veranstaltung teil.

Tabelle 7: Anmelde liste Heinrich-Böll-Stiftung (2015)

Nr.	Name	Institution
1	Ache, Jakob	Bündnis 90/Die Grünen
2	Andreae, Kerstin	Bündnis 90/Die Grünen im Deutschen Bundestag
3	Andreas, Dr. Marcus	adelphi consult
4	Baumgärtner, Sönke	ANDERS Geschäftskonzepte
5	Bergmann, Kai	MdB-Büro Dieter Janecek, Bündnis 90/Die Grünen
6	Borrmann, Henry	Die Familienunternehmer
7	Brehm, Susanne	Konzeptwerk Neue Ökonomie
8	Broda, Christian	B K S Berlin
9	Chomik, Dr. Christoph	
10	Clausner, Ute	ASA-Programm
11	Constein, Daniel	Förderverein Wachstumswende
12	Danzer, herwig	Die Möbelmacher
13	Deimling, Daniel	MeM - Denkfabrik Wirtschaftsethik
14	Deinert, Prof. Dr. Stefanie	Hochschule Fulda
15	Deinert, Christoph	Märkisches Landbrot

Nr.	Name	Institution
16	Demuth, Gunnar	Freier Agrarjournalist
17	Deterding, Thomas	Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg
18	Dietsche, Dr. Christian	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
19	Dönnebrink, Thomas	OuiShare
20	Dziamski, Mario	Rank a Brand
21	Ebner, Simon	Bündnis 90/Die Grünen
22	Engler, Rainer	Blumenschule
23	Eradze, Ia	Sustainability Intelligence Ltd
24	Exner, Verena	Deutsche Bundesstiftung Umwelt
25	Fernandez Arconada, Patricia	
26	Förster, Prof. Dr. Iris	BEST-Sabel Hochschule Berlin
27	Fuchs-Buschbeck, Martina	Oktoberdruck
28	Gebauer, Jana	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
29	Gessert, Felix	ASApreneurs (Engagement Global)
30	Gordon, Dr. Gesa	Gordon Consulting
31	Götte, Sebastian	aproxima - Frische Forschung
32	Graber, Jannis	Freiwilliges Ökologisches Jahr
33	Grossmann, Lisa	Netzwerk Plurale Ökonomik
34	Gsell, Martin	Öko-Institut
35	Günther, Maik	Freie Universität Berlin
36	Günther, Klaus	future
37	Haase, Antonia	Josanto
38	Hafner, Theo	jobhopper
39	Harnisch, Richard	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
40	Hasenrein, Marius	der Freitag
41	Heininger, Kirsten	keiki communication
42	Heinrich, Claudia	framtid
43	Heyen, Dirk	Öko-Institut
44	Hillebrand, Antonia	denkzentrum demokratie
45	Hinterberger, Dr. Fritz	SERI
46	Hoffmann, Franziska	Arepo Consult
47	Hofielen, Gerd	Humanistic Management Practices
48	Hofmann, Christian	Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
49	Hollmann, Diana	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)
50	Holz, Jana	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
51	Isphording, Angela	Rosa Luxemburg Stiftung
52	Jensen, Annette	freie Journalistin
53	Jordan, Dirk	Bündnis 90/Die Grünen
54	Jülich, Ema	
55	Kaphengst, Timo	Ecologic Institut
56	Kapretz, Nele	Impact Hub Berlin
57	Klatt, Anne	Umweltbundesamt
58	Klaus, Dr. Manfred H.	BAG KOMMUNAL

Nr.	Name	Institution
59	Kleppek, Anton	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
60	Kliemann, Christiane	Degrowth-Konferenz 2014
61	Klostermeyer, Theresa	Deutscher Naturschutzring (DNR)
62	Knapp, Ana Siglinde	Ludwig-Maximilians-Universität München
63	Knauß, Ferdinand	WirtschaftsWoche
64	Knecht, Andreas	Stipendiat Heinrich Böll Stiftung
65	Knierim, Dr. Bernhard	Mobilitätswen.de / Bahn für Alle
66	Koch, Hannes	Die Korrespondenten
67	Kocsis, Gyula	Europa-Universität Viadrina
68	Koller, Matthias	Umweltbundesamt
69	Kolthoff, Inken	Ideen - Menschen - Kulturen
70	Kopatz, Dr. Michael	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
71	Korbun, Thomas	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
72	Krenzer, Christoph	ASApreneurs
73	Kunert, Heidemarie	Kunert Design
74	Kurz, Prof. Dr. Rudi	Hochschule Pforzheim
75	Laroche, Regine	Behindertenbeauftragte der Bundesregierung
76	Leitschuh, Heike	Autorin und Moderatorin für Nachhaltigkeit
77	Leuser, Leon	ifeu - Institut für Energie und Umweltforschung
78	Leusmann, Ulf	Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
79	Liesen, Dr. Andrea	Sustainable Value Research
80	Lindner, Elisabeth	BA-Berlin, Wedding, So.Ko.
81	Lindner, Verena	
82	Lischke, Pierre	kreidestaub
83	Löhle, Nora	MdB-Büro Dieter Janecek, Bündnis 90/Die Grünen
84	Lorch, Dr. Alexander	University of California, Berkeley
85	Lübbermann, Uwe	Premium
86	Lübke, Volkmar	Verbraucherzentrale Berlin
87	Luthardt, Philip	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
88	Lutteroth, Anna	Fairbindung
89	Marggraf, Maria	Humboldt-Universität zu Berlin
90	Marx, Manuel	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
91	Maung-Yin, Khin	Burma Projekt
92	Meiwald, Peter	Bündnis 90/Die Grünen im Deutschen Bundestag
93	Mellwig, Peter	ifeu - Institut für Energie- und Umweltforschung
94	Menne, Katharina	Studentin Freie Universität Berlin
95	Merten, Jennifer	Uni Göttingen
96	Metzger, Nicola	Chloé loves Zoé
97	Mewes, Heike	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
98	Mienkus, Rolf	insel-projekt.berlin
99	Müller, Dr. Tazio	Rosa Luxemburg Stiftung
100	Nasrun, Ali	Indonesian Forum Berlin
101	Neht, Monika	Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt
102	Neumann-Cosel, Luise	BürgerEnergie Berlin eG
103	Nickel, Julia	Fairantwortung gAG

Nr.	Name	Institution
104	Niemiec, Wiebke	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
105	Nitsch, Gülcan	Yesil Cember
106	Odenthal, Bert	Odenthal Design
107	Ollenburg, Stefanie	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
108	Ott, Dr. Hermann	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
109	Otten, Julia	Germanwatch
110	Pannenbäcker, Matti	selbstständiger Organisationsbegleiter
111	Peschel, Andrea	Rosa Luxemburg Stiftung
112	Pfeil, Andreas	Fairantwortung gAG
113	Pfriem, Prof. Dr. Reinhard	Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
114	Pietron, Dominik	Universität Leipzig
115	Pissarskoi, Dr. Eugen	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
116	Platz, Jutta	Carl Klostermann Söhne (CKS)
117	Platz, Michael	Carl Klostermann Söhne (CKS)
118	Plutta, Rosa	
119	Popp, Christian	POPP-Consulting Managementagentur für CSR & nachhaltige Unternehmensführung
120	Posse, Dirk	
121	Radke, Anne	
122	Reineck, Christina	Arepo Consult
123	Reinhardt, Lukas	Deutsche Bundesstiftung Umwelt (Praktikant)
124	Reuter, Dr. Katrin	Museum für Naturkunde/ Netzwerkforum Biodiversität (NeFo)
125	Reuter, Dr. Katharina	UnternehmensGrün
126	Richter, Lydia	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
127	Rieck, Ina	sustainability strategies Marketing anders denken
128	Rieseberg, Sarah	Arepo Consult
129	Rück, Katja	Circle Work - Psychologische Praxis und Workshops
130	Salomon, Verena	Netzwerk Wachstumswende
131	Sange, Ralf	Gründer 50plus
132	Santarius, Tilman	Vorstand Germanwatch
133	Saul, Mike	Wupatki
134	Scheidler, Fabian	Kontext TV
135	Scheub, Dr. Ute	Publizistin und Autorin
136	Schindler, Jörg	Autor
137	Scholl, Dr. Gerd	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
138	Schollmeyer, Oliver	BDI - Bundesverband der Deutschen Industrie
139	Schröder, Ricarda	Leuphana Universität Lüneburg
140	Schumann, Katrin	VDI/VDE Innovation + Technik
141	Siemoneit, Andreas	Vereinigung für Ökologische Ökonomie
142	Siemons, Anne	Öko-Institut
143	Simon, Lisa-Marie	
144	Sommer, Dr. Bernd	Europa-Universität Flensburg
145	Sretkov, Borislav	Geschäftsmann
146	Stähler, Laura	Humboldt-Universität Alumna

Nr.	Name	Institution
147	Stary, Dr. Bernd	insel-projekt.berlin
148	Stock, Robin	Engagement Global/ASA-Programm
149	Stoye, Sabine	Konrad-Adenauer-Stiftung
150	Strotmann, Caroline Charlotte	Europa-Universität Viadrina
151	Tillmann-Mihm, Leonie	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
152	Tremmel, Udo	Food Assembly Deutschland
153	Umpfenbach, Katharina	Ecologic Institut
154	von Jorck, Gerrit	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
155	von Lilienfeld-Toal, Sophie	GfaW Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsethik
156	Vosse, Dr. Corinna	Akademie für Suffizienz
157	Wagner, Katrin	Humboldt-Universität zu Berlin
158	Weber, Tina	Unternehmen für die Region
159	Weißhuhn, Heinz	Gefaa Teleconsult UG (haftungsbeschränkt)
160	Welter, Hanni	Freischaffende Film-Regisseurin
161	Wenterodt, Annika	Urbanizers
162	Werg, Jana	e-fect
163	Weth, Felix	Fairmondo
164	Wiefek, Jasmin	Norbert Elias Center for Transformation Design & Research, Europa-Universität Flensburg
165	Wiegner, Magdalena	MW Graphic artwork // Orble artware
166	Wiesmann, Thorsten	think2share
167	Wietholz, Andreas	framtid Finanz- und Versicherungsmakler
168	Wild, Prof. Dr. Werner	Technische Hochschule Nürnberg
169	Wille, Jonas	MdB-Büro Peter Meiwald, Bündnis 90/Die Grünen
170	Wittmann, Felix	Konzeptwerk Neue Ökonomie
171	Wolff, Rahel	Roskilde University Copenhagen
172	Wuchold, Eva	Rosa-Luxemburg-Stiftung
173	Zahrnt, Prof. Dr. Angelika	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
174	Zaremba, Nora	WiWo Green
175	Zeil, Simone	Engagement Global
176	Zell, Carina	Öko-Institut

3.4 Arbeitspaket 4: Projektmanagement und Beirat

Die Aktivitäten in Arbeitspaket 4 zielten darauf ab, eine effektive und effiziente Projektsteuerung inklusive der Zusammenarbeit mit dem Projektbeirat zu erreichen. Es umfasste die Koordination der Projektarbeiten sowie die Abstimmung mit den Kooperationspartnern, der DBU und dem wissenschaftlichen Projektbeirat. Neben einem Auftaktgespräch, mehreren Beiratssitzungen und einem Endbericht waren hierfür Telefonkonferenzen und der regelmäßige schriftliche Austausch vorgesehen.

Die Projektmanagement-Arbeiten erfolgten regelmäßig seit Projektbeginn. Alle Zwischenberichte wurden zeitgerecht vorgelegt. Der Projektbeirat wurde erfolgreich mit sechs Mitgliedern konstituiert (vgl. Tabelle 8). Im Projektverlauf fanden zwei Beiratssitzungen in 2014 sowie eine Beirats-

Telefonkonferenz in 2015 statt. Dort wurden der Projektfortgang, die inhaltlichen Ergebnisse sowie die abschließenden Projektbotschaften und weiterführenden Forschungsfragen intensiv diskutiert sowie Vereinbarungen zur weiteren Zusammenarbeit getroffen.

Tabelle 8: Mitglieder des Projektbeirats

Name	Zur Person
Prof. Dr. Angelika Zahrnt	Angelika Zahrnt war nahezu 20 Jahr Vorsitzende bzw. stellvertretende Vorsitzende des BUND und ist jetzt Ehrenvorsitzende. Sie ist in verschiedenen Gremien tätig, so im wissenschaftlichen Beirat der Ratingagentur oecom research und im Anlageausschuss des Nachhaltigkeitsfonds Ökovision. Sie ist Fellow am IÖW. Sie veröffentlicht zu den Themen Ökologische Steuerreform, Nachhaltigkeit, Lebensstilen und – zusammen mit Irmi Seidl – zur Postwachstumsgesellschaft. Angelika Zahrnt wurde 2009 von der DBU als Umweltpreisträgerin ausgezeichnet und erhielt 2014 das Bundesverdienstkreuz 1. Klasse für ihr langjähriges außerordentliches Engagement im Natur- und Umweltschutz.
PD Dr. Irmi Seidl	Irmi Seidl leitet an der Eidg. Forschungsanstalt WSL die Forschungseinheit Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und lehrt in Zürich (Universität, ETH). Seit dem Doktorat zu Umweltinnovationen in Unternehmen (Hochschule St. Gallen) Anfang der 1990er Jahre treibt sie das Thema Wachstum um; als in den 2000ern offensichtlich wurde, dass die Effizienzrevolution nicht genug greift und umweltökonomische Instrumente Lippenbekenntnisse bleiben, begann sie, zusammen mit Angelika Zahrnt, die Konturen und Voraussetzungen einer Postwachstumsgesellschaft zu formulieren.
Dr. Franz Ehrnsperger	Der Braumeister und Kaufmann Dr. Franz Ehrnsperger ist seit 1971 geschäftsführender Gesellschafter des Bio-Getränkeherstellers Neumarkter Lammsbräu. Für seine Pionierleistungen im Umweltmanagement von Brauereien wurde Dr. Ehrnsperger 2001 von der DBU als Umweltpreisträger ausgezeichnet. Viele weitere Initiativen wie „Fair zum Bauern“ und die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. bezeugen sein ganzheitliches Verständnis nachhaltigen Wirtschaftens, das auf regionale Wirtschaftskreisläufe, ökologischen Landbau und die Sensibilisierung der Branche für Nachhaltigkeitsthemen zielt.
Prof. Dr. Rudi Kurz	Rudi Kurz studierte Volkswirtschaftslehre, promovierte an der Universität Tübingen und war wissenschaftlicher Referent am Institut für angewandte Wirtschaftsforschung Tübingen (IAW). Seit 1988 ist er Professor für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim. Er ist in verschiedenen Hochschulfunktionen aktiv, u.a. Prorektor der Hochschule und Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht. Er ist Gutachter- und Beratertätigkeit für verschiedene Bundes- und Landesministerien und engagiert sich ehrenamtlich beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND). Seine Forschungsschwerpunkte sind (mit ca. 100 Publikationen): Ordnungspolitik, Innovationsforschung, Wirtschaftswachstum, Umweltökonomie und Nachhaltige Entwicklung.
Prof. Dr. Werner Wild	Werner Wild ist Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umweltmanagement und Rechnungswesen an der Technischen Hochschule Nürnberg. Er lehrt und forscht in den Gebieten: Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement, Managementsysteme, Corporate Social Responsibility, Nachhaltigkeitskommunikation, Energiepolitik und Energiemanagement. Er ist Mitglied im Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) und ehrenamtlich tätig im BUND - Arbeitskreis Wirtschaft und Finanzen. Außerdem ist er Mitglied in der Vereinigung für Ökologische Wirtschaftsforschung (VÖW) und im Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft (FÖS).

Name	Zur Person
Prof. Dr. Reinhard Pfried	Reinhard Pfried forscht seit drei Jahrzehnten zu Fragen ökologischer bzw. nachhaltiger Unternehmenspolitik sowie einer zukunftsfähigen Theorie der Unternehmung. Als Initiator der Gründung des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) 1985 war er verantwortlich für die Leitung und Durchführung der ersten Projekte, die unter Begriffen wie Ökobilanz und Öko-Controlling in zahlreichen Unternehmen die ersten Schritte bei der Bearbeitung ihrer ökologischen Herausforderungen begleiteten.

4 Auswertung und Ausblick

Im Folgenden stellen wir unsere Einschätzungen dar, in wie weit wir die Projektziele planmäßig erreichen konnten, welche förderlichen und hemmenden Faktoren hierbei eine Rolle spielten, und welche weiteren Aktivitäten aus dem Projekt folgen (sollten).

4.1 Zielerreichung

Das Ziel des Projektes war es, den bestehenden Diskurs zum Thema Postwachstumsgesellschaft auf Basis fundierter wissenschaftlicher Erkenntnisse um die bedeutende und derzeit unterbelichtete Rolle kleiner und mittlerer Unternehmen zu erweitern. Mit der Darstellung der Unternehmensperspektive auf die „Wachstumsfrage“ sollte eine Lücke in der Diskussion um eine „Postwachstumsgesellschaft“ geschlossen und zugleich auf das Lösungspotenzial verwiesen werden, das KMU, die sich stabilitätsorientiert oder wachstumsunabhängig aufstellen, bei der Suche nach Konzepten und Strategien für den sozial-ökologischen Umbau bieten können. Diese Konzepte und Strategien an Akteure aus Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft, vor allem aber aus Unternehmen und Verbänden herangetragen werden. Wie im Folgenden erläutert, hat das Projekt unserer Sicht nach diese Ziele klar erreicht.

4.1.1 Umsetzung der Projektaktivitäten

Die Projektpartner haben die geplanten Aktivitäten mit marginalen begründeten Ausnahmen (s. u.) im Projektzeitraum erfolgreich umgesetzt und die Zielindikatoren in vielen Fällen übererfüllt. Im Arbeitspaket 1 erzielte die Umfrage eine erfreulich und unerwartet hohe Teilnahme: Statt der geplanten 250 erreichten uns knapp 700 gültige Fragebögen von KMU aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Ergebnisse mündeten in eine knapp 70 Seiten starke differenzierte Auswertung, die als IÖW-Schriftenreihe in Kürze veröffentlicht wird. Für die Unternehmens-Broschüre erarbeiteten wir statt der geplanten maximal sechs bis acht Fälle Analysen zu elf Unternehmen verschiedener Größen, Sektoren und Rechtsformen. Die Fallanalysen und Querauswertung schaffen so ein breiteres Bild an Erfahrungen, Motiven, Strategien und Erfolgskennzahlen einer wachstumsunabhängigen Unternehmensführung mit einem höheren Übertragungspotential. Die Mikro-Makro-Analysen der BTU flossen prominent in die Diskursveranstaltungen des Projekts ein.

In Bezug auf das Arbeitspaket 2 übertraf die Zahl der Vorträge, Workshop-Sessions sowie der Blogbeiträge sowohl des Projektteams als auch der Beiratsmitglieder die geplante Mindestzahl deutlich. Die intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit schlug sich in der hohen Medienresonanz nieder (vgl. Band 2, Kapitel 6). Insbesondere hier gilt ein besonderer Dank den ehrenamtlich tätigen Beiratsmitgliedern, die ihre Prominenz und (medialen) Netzwerke nutzten, um die Projektergebnisse öffentlichkeitswirksam zu platzieren. An Fachartikeln veröffentlichten wir dem entgegen nur zwei statt der geplanten drei; dies war u. A. einer bewussten Prioritätenverschiebung in Richtung praxisnaher Kommunikationsaktivitäten geschuldet sowie zeitlichen Verschiebungen im Projekt (vgl. Kapitel 4.2). Auf einen Ergebnisflyer haben wir angesichts der bereits hohen Sichtbarkeit des Projekts zugunsten persönlicher Vortrags- und Vernetzungsaktivitäten verzichtet.

Bei den Diskursveranstaltungen in Arbeitspaket 3 konnten wir nicht nur die fünf geplanten, sondern – durch die kostenneutrale Verlängerung des Projektes – auch eine sechste Veranstaltung als Abschlusskonferenz zum Projekt durchführen. Die angestrebten Teilnehmendenzahlen wurden stets in etwa erfüllt und teilweise deutlich übertroffen. Insgesamt hatten sich zu den ursprünglich geplanten fünf Veranstaltungen 200 Teilnehmende statt der anvisierten 180 angemeldet. Insbesondere bei der Tagung bei der Heinrich-Böll-Stiftung im Dezember 2013 hatten wir mit knapp 70 Teilnehmenden doppelt so viele Gäste, als ursprünglich geplant. Bei der zusätzlichen Abschlusskonferenz in 2015 mussten wir die Anmelde-liste bereits Wochen im Voraus schließen und übertrafen mit den letztlich 176 zugelassenen Anmeldungen und rund 150 tatsächlich Teilnehmenden die Zielmarke von 80 bis 120 Teilnehmer/innen deutlich.

4.1.2 Resonanz

Die Resonanz auf das Projekt übertraf unsere Erwartungen deutlich. Die gut bis sehr gut besuchten Diskursveranstaltungen brachten äußerst rege Diskussionen hervor und das Interesse an den Vorträgen und Veröffentlichungen war groß. Sie erreichten sowohl Akteure aus der Nachhaltigkeits-Community und der Alternativwirtschaft wie auch, allerdings in geringerem Maße, aus der „klassischen“ Wirtschaft. Der Netzwerk-Effekt, den wir mit den Veranstaltungen erreichen wollten, stellte sich bereits direkt ein. Dass wir bei der Abschlusskonferenz zum Projekt die Anmeldeperiode Wochen im Voraus schließen mussten, unterstrich noch einmal eindrücklich die Relevanz des Projektthemas und das Interesse in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft an unternehmerischen Ansätzen für die Postwachstumsgesellschaft.

Die Medienresonanz (vgl. Band 2, Kapitel 6) bewerten wir als großen Erfolg, insbesondere weil stabilitätsorientierte bzw. wachstumsunabhängige Konzepte der Unternehmensführung medial gesehen bislang kein Mainstreamthema sind. Mit über 20 Medienbeiträgen in klassischen Printmedien, Wirtschaftsmedien, Online-Plattformen und weiteren fachspezifischen Medien konnten wir unterschiedliche Adressatenkreise erreichen. Neben einschlägigen Medien (taz, Green Wiwo, klimaretter.info etc.) berichteten z. B. auch die FAZ, die Süddeutsche Zeitung, die Wirtschaftswoche oder die Deutsche Welle. Die Reichweite dieser Berichterstattung liegt in Millionenhöhe.

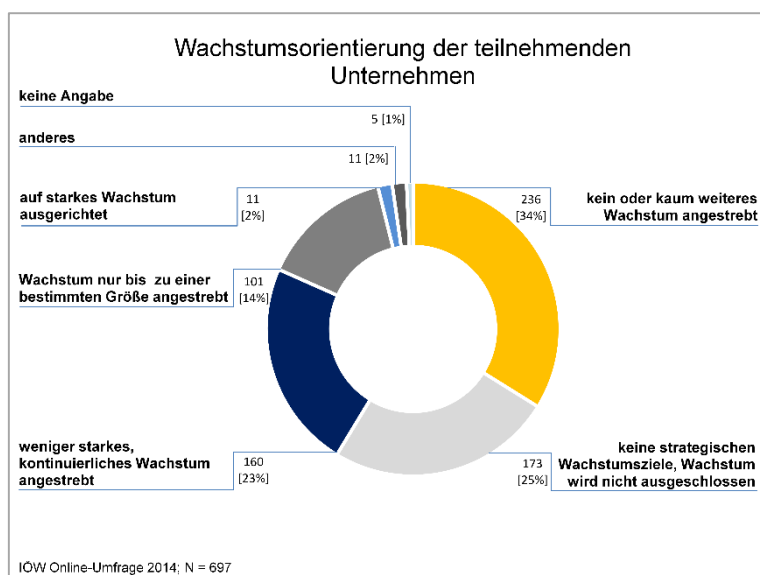
Anfragen für Interviews und Vorträge nahmen insbesondere nach besonderen Projekt-Meilensteinen wie den Diskursveranstaltungen, prominenten Vorträgen und Publikationen wie der Unternehmens-Broschüre deutlich zu. Anfragen für Vorträge mussten wir teilweise sogar aus Kapazitätsgründen ablehnen. Über die Vorträge konnten wir einen breiten Adressatenkreis erreichen, von der Akteuren der Postwachstums- und Nachhaltigkeitsbewegung über die Politik bis hin zum, wenn auch in geringerem Maße, wirtschaftlichen Mainstream. Mit Vertreter/innen der Bundestagsfraktion von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN hat sich der Dialog zu unternehmerischen Ansätzen und Beiträgen für die Postwachstumsgesellschaft verstetigt.

Häufig erreichten uns zudem Anfragen von Journalist/innen bzw. aus Politik, Forschung und Zivilgesellschaft, welche „Postwachstumsunternehmen“ wir ihnen als Interviewpartner/innen bzw. Referent/innen auf Veranstaltungen empfehlen könnten. Die von uns identifizierten „Pionierunternehmen“ gewannen so mehr Sichtbarkeit und Wirkungsmöglichkeiten. Die eher klassischen KMU, die wir auch portraitiert haben, entwickelten auf diese Weise neue Netzwerke hinein in die Nachhaltigkeits-Community und Alternativwirtschaft und sie erkannten Verbindungen zwischen ihrer Unternehmens- und Wachstumsstrategien und den Ansätzen dieser Akteure.

Dass nicht nur die Projektaktivitäten Wirkung zeigen, sondern das Interesse am Thema in der Gesellschaft insgesamt steigt, zeigt auch die Entwicklung des Blog Postwachstum.de (vgl. Band 2, Kapitel 4). Lag die durchschnittliche Zahl an Besucher/innen pro Monat (unique visitors) bei Antragstellung noch bei gut 1.500, stieg sie im Projektverlauf auf knapp 2.500 Besucher/innen pro Monat. Die Intensität, mit der einzelne Besucher/innen den Blog nutzen – gemessen an der Zahl der aufgerufenen Seiten – ist sogar überproportional hierzu gestiegen.

Sowohl in der Medienberichterstattung als auch in den Adressatenkreisen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft wurden einige Ergebnisse aus dem Projekt besonders stark aufgegriffen: zum einen die Aussage aus der Umfrage, dass für die Mehrheit der befragten KMU Wachstum kein Ziel ist (vgl. Abbildung 2), zum anderen die Strategien, Motive und Beispiele der „Postwachstumsunternehmen“, die wir im Rahmen des Projekts und zuvor in der Vorstudie portraitiert haben. Für die Unternehmensbroschüre erreichte uns gerade auch aus der Praxis-Community einschließlich interessierter Unternehmen viel Lob. Die Rückmeldungen hoben insbesondere die spannenden Erkenntnisse zu Unternehmensstrategien für die Postwachstumsgesellschaft, die anschaulich geschriebenen Portraits und die ansprechende Aufmachung der Broschüre hervor. Die Printversion mit einer Auflage von 1.000 Stück war nach wenigen Wochen vergriffen (200 Stück haben wir für die IÖW Jubiläumstagung im November zurückgehalten); viele Bitten um Zusendung der Broschüre konnten wir nicht oder nur in geringerem Maße als gewünscht bedienen. Die Online-Version wurde seit der Veröffentlichung Anfang März 2015 über 650 Mal von der IÖW-Webseite heruntergeladen (vgl. Band 2, Kapitel 6).

Abbildung 2: Wachstumsorientierung der befragten Unternehmen



4.2 Vergleich mit dem Zeitplan

Mit marginalen und begründeten Ausnahmen (s. u.) wurden alle geplanten Aktivitäten umgesetzt. Aufgrund des verspäteten Projektstarts im September statt Februar 2013 wurde der Zeitplan nach hinten angepasst. Da die ersten zwei Diskursveranstaltungen terminlich allerdings schon festgelegt waren, ergaben sich einige Änderungen im Ablauf und der Projektlogik.

Geplant war, die die Diskursveranstaltungen und das Gros der Kommunikations- und Informationsaktivitäten erst nach Abschluss der Aktivitäten in Arbeitspaket 1 beginnen zu lassen. Die Ergebnisse der Umfrage und der Unternehmensanalysen inklusive der hieraus zu erarbeiteten Publikationen sollten die Grundlage für die weiteren Kommunikationsaktivitäten bilden. Mit dem verzögerten Projektstart wurden stattdessen in den ersten Diskursveranstaltungen vorrangig die Ergebnisse aus der Vorstudie des IÖW eingebracht und diskutiert. Die weiteren Diskursveranstaltungen wurden nach Anpassung des Zeitplans auf den verspäteten Projektstart planmäßig umgesetzt. Ebenso erfolgten die Kommunikations- und Informationsaktivitäten stets planmäßig im Rahmen der Abhängigkeiten von Aktivitäten in den Arbeitspaketen 1 und 3.

Gewisse zeitliche Verzögerungen entstanden bei der Auswertung der Umfrage. Der Rücklauf war mit knapp 700 statt der geplanten 250 gültigen Fragebogen erfreulich und unerwartet hoch und die Antworten der KMU waren teils sehr differenziert. Dies schuf neue Möglichkeiten für die Auswertung, erhöhte aber auch Umfang und Komplexität derselben. Die Gesamtauswertung und Veröffentlichung als IÖW-Schriftenreihe verzögerte sich hierdurch. Da die zentralen Ergebnisse aber schon parallel, wie geplant, im Rahmen der Kommunikations- und Informationsaktivitäten sowie der Diskursveranstaltungen verbreitet und diskutiert werden konnten, hielten wir es für vertretbar, die Veröffentlichung hinten an zu stellen. Dies ermöglichte uns auch, über das geplante Maß hinaus die hohe Zahl an Vernetzungs-, Vortrags- und Workshop-Anfragen angemessener zu beantworten. Die Schriftenreihe erscheint nun im Juli 2015.

Mit Verzögerungen bei der Auswertung der Umfrage gingen auch gewisse Verzögerungen bei der Erstellung der Broschüre einher, denn die Unternehmensbeispiele sollten zum Großteil aus dem Pool der befragten Unternehmen stammen. Zudem entschieden wir uns gegenüber der Planung zu einer größeren Zahl an Unternehmensportraits. Die Umfrage hatte die große Heterogenität der Motive und Hintergründe wachstumsneutraler bzw. postwachstumsorientierter Unternehmen deutlich gemacht. Um diese angemessen abbilden zu können – und um mit einer großen Bandbreite z. B. an Unternehmensgrößen, Rechtsformen und Branchen eine breitere Übertragbarkeit

auf andere Unternehmen zu gewährleisten – erhöhten wir die Anzahl der Fallbeispiele für die Unternehmensbroschüre auf 11. Da die DBU einer kostenneutralen Verlängerung des Projektes bis zum 30.04.2015 zustimmte, konnten die Broschüre im Rahmen der Projektlaufzeit erstellt und auf der Abschlusskonferenz einer breiten Öffentlichkeit präsentiert werden.

Ein dritter Fachartikel, um die Ergebnisse der Umfrage und der Unternehmensanalysen zu verbreiten, kam im Projektverlauf nicht zustande. Neben den oben begründeten zeitlichen Verzögerungen im Arbeitspaket 1 lag dies v. a. daran, dass wir angesichts der hohen Resonanz und in der Praxis-Community den praxisbezogenen Kommunikationskanälen eine höhere Priorität einräumten. Den dritten Fachartikel sehen wir durch die gegenüber der Planung umfangreicheren Erkenntnisse aus der Umfrage, größere Dimension der Unternehmensbroschüre, der Veröffentlichung der IÖW-Schriftenreihe 205/13 „Wachstumsneutrale Unternehmen“ im Projektzeitraum, der weitreichenden Öffentlichkeitsarbeit sowie des Ausmaßes an projekteigenen Diskursveranstaltungen und projekt-externen Vorträgen und Workshop-Sessions ausgeglichen. Zudem wird das IÖW die Projektergebnisse auch nach Projektende Fachveröffentlichungen nutzen, um Ergebnisse aus dem Projekt zu verbreiten.

4.3 Förderliche und hemmende Faktoren

Besonders förderlich für den Projekterfolg war die im Projektzeitraum insgesamt vergleichsweise hohe Aufmerksamkeit für die Themen „Grenzen des Wachstums“ und „Konturen einer Postwachstumsgesellschaft“ in den Medien wie auch in den Debatten in Politik, Zivilgesellschaft, Forschung und auch der Wirtschaft. Mit der Veröffentlichung ihres Schlussberichts im Juni 2013 stieß die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ eine breite Debatte zum Thema auch jenseits der Nachhaltigkeits- und Postwachstums-Community an. Die Netzwerke und Aktivitäten der Postwachstums-Community intensivierten sich, etwa über die Plattform Forschungswende oder das Netzwerk Wachstumswende sowie über Großveranstaltungen wie die Vierte Internationale Degrowth-Konferenz im September 2014 in Leipzig. Die hohe Resonanz auch aus eher „klassischen“ KMU auf die Umfrage zeigt darüber hinaus, dass die Fragen und Themen des Projekts auch einen Nerv in der Mainstream-Wirtschaft trafen. Diese Voraussetzungen erleichterten es, mediale Aufmerksamkeit für das Projekt zu gewinnen, Teilnehmende für die Veranstaltungen zu interessieren, Unternehmen zur Mitwirkung an Fallanalysen wie auch Veranstaltungen zu bewegen und weitere Kommunikationskanäle zu erschließen, über die Projektergebnisse verbreitet werden konnten.

Hemmend für den Projekterfolg war zum einen die begrenzte Ressourcenausstattung. Insgesamt war das Personalbudget deutlich zu gering angesetzt. Weiter hätten uns größere finanzielle Spielräume beispielsweise erlaubt, die Umfrage als repräsentative Umfrage mit einem entsprechend höheren Wirkungspotential durchzuführen, die Veranstaltungen noch stärker regional zu streuen und die hohe Zahl an Vortrags-, Vernetzungs- und Interviewanfragen noch besser zu beantworten. Gerade angesichts des hohen Interesses verschiedener Adressatenkreise an den Projektaktivitäten und -ergebnissen wäre dies sehr wünschenswert gewesen. Ein weiteres Hemmnis bestand darin, dass in weiten Kreisen der Unternehmerschaft Aussagen wie „Wir wollen als Unternehmen nicht weiter wachsen.“ oder „Wir sehen unser Größenwachstum als Problem.“ weiterhin ein Tabu sind – durchaus auch in nachhaltig orientierten Unternehmen. Besonders spürten wir dies bei unseren Bemühungen, Unternehmen für die Fallanalysen und als Referent/innen auf Veranstaltungen zu gewinnen. Gleichzeitig unterstreichen diese weiterhin vorhandene Tabus, wie relevant und wichtig Kommunikationsprojekte sind, die genau an der Veränderung dieser Leitbilder für unternehmerisches Handeln ansetzen.

4.4 Ausblick

Das große Interesse und die weitgehend sehr positive Resonanz aus Unternehmerkreisen wie auch aus der Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik bestärken uns darin, die Forschungs- und Kommunikationsaktivitäten zur Rolle von Unternehmen in der Postwachstumsgesellschaft fortzuführen. Mit der Veröffentlichung der IÖW-Schriftenreihe 208/15, die die Ergebnisse der Umfrage darstellt und diskutiert, erwarten wir, eine weitere Welle der medialen Aufmerksamkeit zu generieren. Die Kommunikations- und Informationsaktivitäten zu den Projektergebnissen führen wir bereits fort, beispielsweise durch die auch aus Eigenmitteln des IÖW finanzierte Abschlussstagung zum Projekt im März 2015 oder auch den Marktstand zum Projekt bei der Tagung der Bundestagsfraktion Bündnis 90 / Die Grünen im Juli 2015. Auf der Tagung zum 30-jährigen Jubiläum des IÖW am 3. November 2015 unter dem Titel „Kern-Geschäfte. Wie Unternehmen sozial-ökologischen Wandel gestalten können“ greifen wir die Projektergebnisse sowohl in den Thesen auf, die das Tagungsprogramm strukturieren, als auch in einem eigenen Workshop. Auf dem Blog www.postwachstum.de werden wir die Unterkategorie Postwachstumsunternehmen in regelmäßigen Abständen weiter „bespielen“. Die Beiratsmitglieder, insbesondere Prof. Dr. Angelika Zahrt und PD Dr. Irmi Seidl, tragen die Projektergebnisse auch nach Projektende durch Vorträge, Stellungnahmen sowie ihre Gremien- und Verbandsarbeit aktiv weiter. Die Projektpartner bemühen sich zudem aktiv um eine erneute Drittmittelförderung, um die Forschungs- und Kommunikationsaktivitäten zum Thema Postwachstumsunternehmen weiterzuführen und auszubauen.

Für weitere Förderprojekte halten wir nach den Erfahrungen und Errungenschaften des Projektes Postwachstumspioniere die folgenden Ansatzpunkte für besonders wichtig und zielführend:

- **Analyse und Visualisierung:** Schaffung einer robusteren Datenbasis durch eine repräsentative KMU-Umfrage, basierend auf einem überarbeiteten Fragenkatalog und erweiterten Auswertungskategorien, die weitere Aspekte des nunmehr verfeinerten Konzepts von „Postwachstumsunternehmen“ spiegeln;
- **Kommunikation:** Fortführung und Ausbau der Kommunikationsaktivitäten insbesondere in die „klassische“ Unternehmerschaft hinein, beispielsweise durch eine höhere Zahl regionaler Unternehmensworkshops deutschlandweit;
- **Vernetzung:** Fortführung und Ausbau von Aktivitäten, um Austausch und Vernetzung zwischen Unternehmen zu stärken, die sich aus verschiedensten Motivlagen heraus mit Wachstumsherausforderungen und -risiken beschäftigen und Strategien für eine stabilitätsorientierte bzw. wachstumsunabhängige Unternehmensführung entwickeln;
- **Unterstützungstool:** Basierend auf dem nunmehr verfeinerten Verständnis von „Postwachstumsunternehmen“ Entwicklung eines Analyse- und Lerntools, das Unternehmen dabei unterstützt, Wachstumsrisiken zu erkennen, Wachstumstreiber und -abhängigkeiten zu identifizieren und Maßnahmen für eine wachstumsunabhängigere Aufstellung des Unternehmens zu entwickeln.

5 Literatur

- Bakker, Liesbeth, Reinhard Loske und Gerhard Scherhorn (1999): Wirtschaft ohne Wachstumsstreben – Chaos oder Chance? Studien und Berichte der Heinrich-Böll-Stiftung Nr. 2. Berlin: Heinrich-Böll-Stiftung.
- Burlingham, Bo (2005): Small Giants. Companies That Choose to Be Great Instead of Big. New York: Penguin Group.
- Daly, Herman E. (1973): Towards a Steady-State Economy. San Francisco: Freeman.
- Daly, Herman E. (2005): Economics in a Full World. In: Scientific American 293 (3), 100-107.
- Davidsson, Per (1989): Entrepreneurship – And After? A Study of Growth Willingness in Small Firms. In: Journal of Business Venturing 4 (3), 211-226.
- Deutscher Bundestag (2013): Schlussbericht der Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität – Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft“. Drucksache 17/13300. Berlin: Deutscher Bundestag.
- Gebauer, Jana, Heike Mewes und Christian Dietsche (2015): Wir sind so frei. Elf Unternehmen lösen sich vom Wachstumspfad. Berlin: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. http://www.ioew.de/fileadmin/user_upload/BILDER_und_Downloaddateien/Publikationen/2015/Wir_sind_so_frei_-_Elf_Postwachstumspioniere.pdf
- Gebauer, Jana und Heike Mewes (2015): Qualität und Suffizienz in stabilitätsorientierten KMU. Unternehmensansätze für die Postwachstumsgesellschaft. In: uwf UmweltWirtschaftsForum 23/1-2, 33-40.
- Gebauer, Jana und Julian Sagebiel (2015): Wie wichtig ist Wachstum für KMU? Ergebnisse einer Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen. IÖW-Schriftenreihe 208/15 . Berlin: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (erscheint im Juli 2015).
- Gebauer, Jana und Rafael Ziegler (2013): Gemeinsam sind wir groß. Kollaboration als Weg für Postwachstumsunternehmen. In: Ökologisches Wirtschaften 2013/1, 21-22. <http://www.oekologisches-wirtschaften.de/index.php/oew/article/view/1254/1246>
- Jackson, Tim (2009): Prosperity without Growth. Economics for a Finite Planet. London: Earthscan.
- Kearins, Kate, Eva Collins und Helen Tregidga (2010): Beyond Corporate Environmental Management to a Consideration of Nature in Visionary Small Enterprise. In: Business and Society 49 (3), 512-547.
- Latouche, Serge (2009): Farewell to Growth. Cambridge: Polity Press.
- Liesen, Andrea, Christian Dietsche und Jana Gebauer (2014): Successful Non-Growing Companies. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2623920
- Liesen, Andrea, Christian Dietsche und Jana Gebauer (2013): Wachstumsneutrale Unternehmen. Pilotstudie zur Unternehmensperspektive im Postwachstumdiskurs. Schriftenreihe des IÖW 205/13. Berlin: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. http://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/IOEW_SR_205_Wachstumsneutrale_Unternehmen_01.pdf
- Mewes, Heike und Jana Gebauer (2015): Postwachstumsunternehmen und sozial-ökologischer Wandel. Transformative Potenziale von Unternehmen, die nicht wachsen wollen. In: Ökologisches Wirtschaften 2015/3 (im Erscheinen).
- Paech, Niko (2012): Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. München: oekom.

- Reichel, André und Barbara Seeberg (2013): Ökologische Allowance. Eine Bewertung der absoluten Grenzen der Betriebswirtschaft. In: *Ökologisches Wirtschaften* 2/2013, 35-41.
- Schneidewind, Uwe und Alexandra Palzkill-Vorbeck (2012): Suffizienz als Business Case. Impulse zur WachstumsWende 2. Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.
- Seidl, Irmi und Angelika Zahrnt (2013): Strukturwandel fordert Neuausrichtung von Geschäftsmodellen. In: *Ökologisches Wirtschaften* 1/2013, 23-36.
- Seidl, Irmi und Angelika Zahrnt (Hrsg.) (2010b): *Postwachstumsgesellschaft. Konzepte für die Zukunft*. Marburg: Metropolis.
- Simon, Hermann (2012): *Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia. Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer*. Frankfurt/ New York: Campus.
- White, Doug und Polly White (2011): *Let Go to Grow. Why Some Businesses Thrive and Others Fail to Reach Their Potential*. Richmond: Palari Publishing.
- Wiklund, Johan, Per Davidsson und Frédéric Delmar (2003): What Do They Think and Feel about Growth? An Expectancy-Value Approach to Small Business Managers' Attitudes toward Growth. In: *Entrepreneurship Theory and Practice* 27 (3), 247-270.