

Zukunftsfähige Unternehmen in einer Postwachstumsgesellschaft

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

Ringvorlesung Postwachstumsökonomie
Oldenburg, 27.01.2016

Agenda

1. Die Postwachstumsgesellschaft
2. Unternehmen: Rolle und Bedeutung
3. Wachsen oder weichen?
4. Strategien und Beispiele

1. Die Postwachstumsgesellschaft



Grundfragen der Postwachstumsbewegung



1. *Können* wir noch wachsen?

Biophysisch: planetarische Grenzen

2. *Dürfen* wir noch wachsen?

Moralisch: Gerechtigkeitsfrage für heutige und kommende Generation

3. *Wollen* wir noch wachsen?

Rational: Sinnhaftigkeit für „gutes Leben“/Lebensqualität

Mein Verständnis von „Postwachstum“

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

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

Der Weg in einer Postwachstumsgesellschaft ist ein Suchprozess, der durch Experimente vorangebracht wird.

2. Die Unternehmensperspektive:

Rolle und Bedeutung

Die Perspektive der Betriebe

Landwirtschaftskammer
Niedersachsen

Kontaktmanager
Namen, Adressen, E-Mail

Betrieb & Umwelt
Startseite > Betrieb & Umwelt > Betriebswirtschaft > **Wirtschaftsberatung**

Wenn landwirtschaftliche Unternehmen nicht wachsen, sind sie zumindest auf längere Sicht nicht überlebensfähig. Wachstum ist lebensnotwendig!

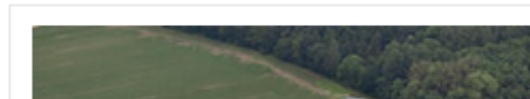
Stellenmarkt, Agrarjobbörse

Beruf & Bildung

Landwirtschaftliches
Bildungszentrum Echem
Talente gesucht

Grenzen sind erkennbar

Wenn jetzt die „Leitplanken“ oder
Rahmenbedingungen für viele



Gefangen im Dilemma?

- **Dilemma: *Wachs oder stirb?***
 - Verzicht auf Unternehmenswachstum
 - Gefahr für das Unternehmen
 - Streben nach Unternehmenswachstum
 - Gefahr für die natürliche und soziale Umwelt

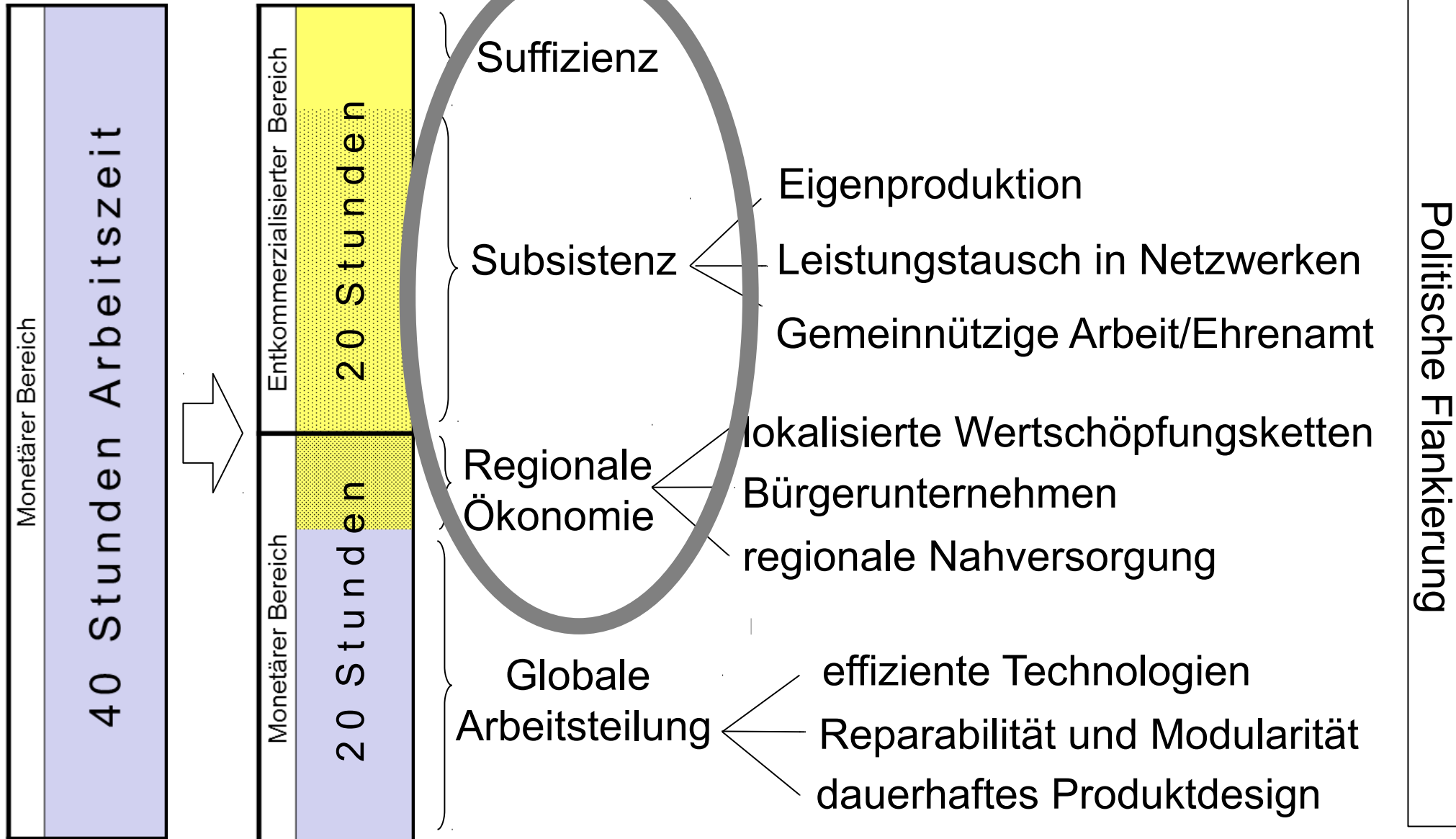
Was bedeutet Postwachstum für Unternehmen?

- **Wachstum von was?**
 - klassisch: Unternehmensgröße gemessen an Umsatz und Gewinn
 - qualitativ: positiver gesellschaftlicher Beitrag des Unternehmens
- **Kriterien für Zukunftsfähigkeit von Unternehmen**
 - Wirtschaften innerhalb der sozialen und ökologischen Grenzen
 - Zweckbindung von Wachstum
 - Substitution weniger nachhaltiger Unternehmensstrukturen

Postwachstum und Unternehmen - Sichtweise des IÖW

- **Wachstumsneutrale Unternehmen**
 - Unternehmen, bei denen ein Wachstum der Unternehmensgröße kein vorrangiges Ziel ist
- **(nachhaltigorientierte) Postwachstumsunternehmen**
 - Unternehmen, die sich proaktiv auf eine Postwachstumsgesellschaft einstellen
 - die ihre negative soziale und ökologische Wirkung absolut reduzieren und (kollaborativ) ihren gesellschaftlichen Lösungsbeitrag vergrößern

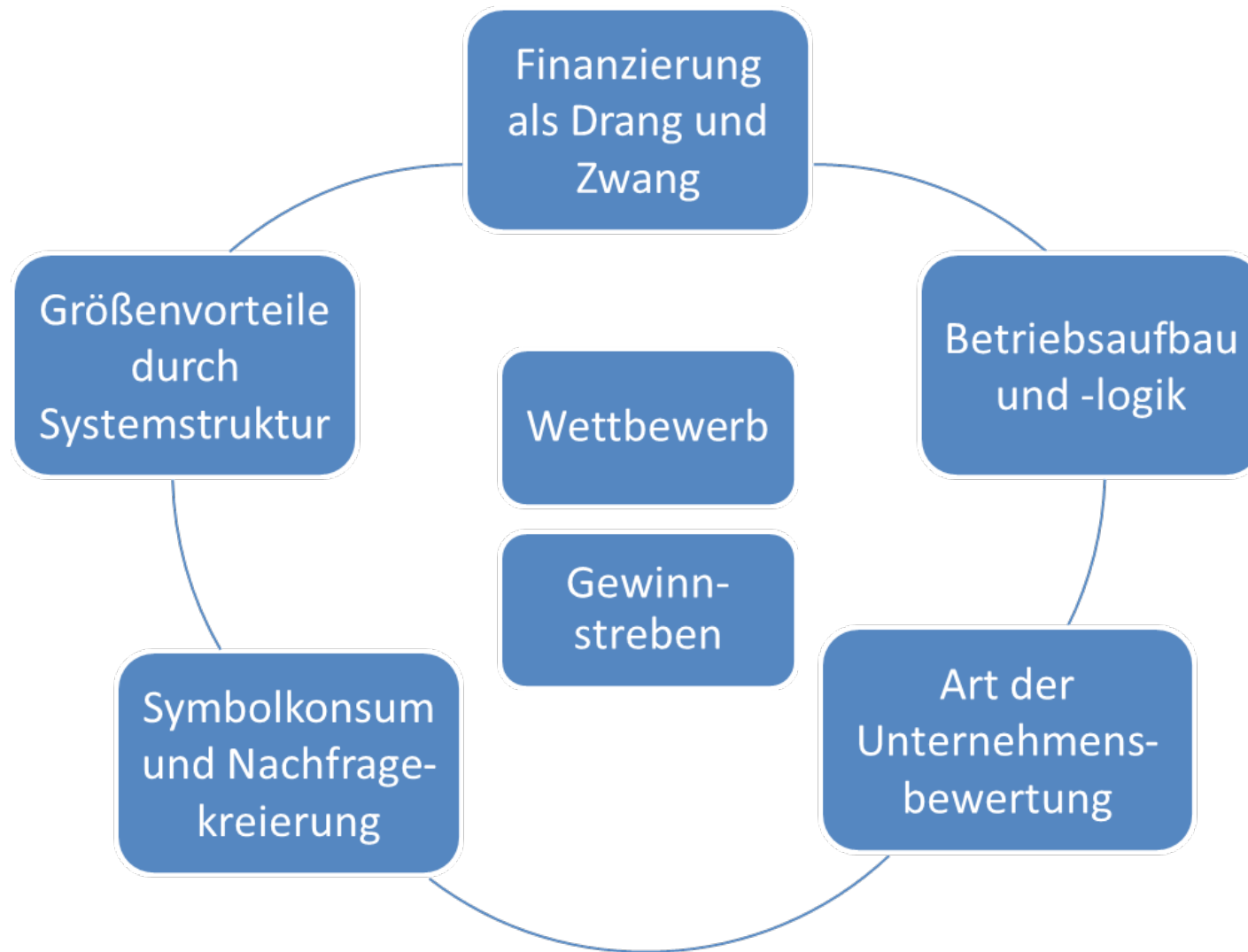
Mein Fokus: KMU



3. Die Unternehmensperspektive

Wachsen oder weichen?

Unternehmerische Wachstumstreiber



alle potentiell *möglichen* Wachstumsoptionen werden tatsächlich ausgeschöpft

Was kommt auf Unternehmen zu?

- **Rechtfertigungsdruck** bei zunehmenden Umweltschäden und sozialen Herausforderungen
- Verstärkter Wettbewerb um ökologischen Raum:
Ressourcenengpässe, steigende Preise
- Veränderung der Abnehmerstrukturen:
(Nachfrage-)sättigung und Konsumzurückhaltung
- **Ökonomische Krisen**

Handlungsmotive von Unternehmen

„Zu meinen persönlichen Unternehmenszielen gehört es auch, dass mir das Ganze Spaß macht.“

Thomas Koch, Neuland Bremen,
IT Dienstleistungen

„Könnte mich nicht mehr um meine Kunden kümmern.“

Harald Rossol, b.r.m.,
IT Dienstleistungen

„Wertiger werden. [...] Für uns ist Umsatzwachstum nicht mehr das richtige Ziel.“

Susanne Henkel, Richard Henkel GmbH,
Stahlrohrmöbelhersteller

„Wir können so nicht weitermachen.“

Thea Gabriel, Hof Stedebach,
Demeter Milchbäuerin

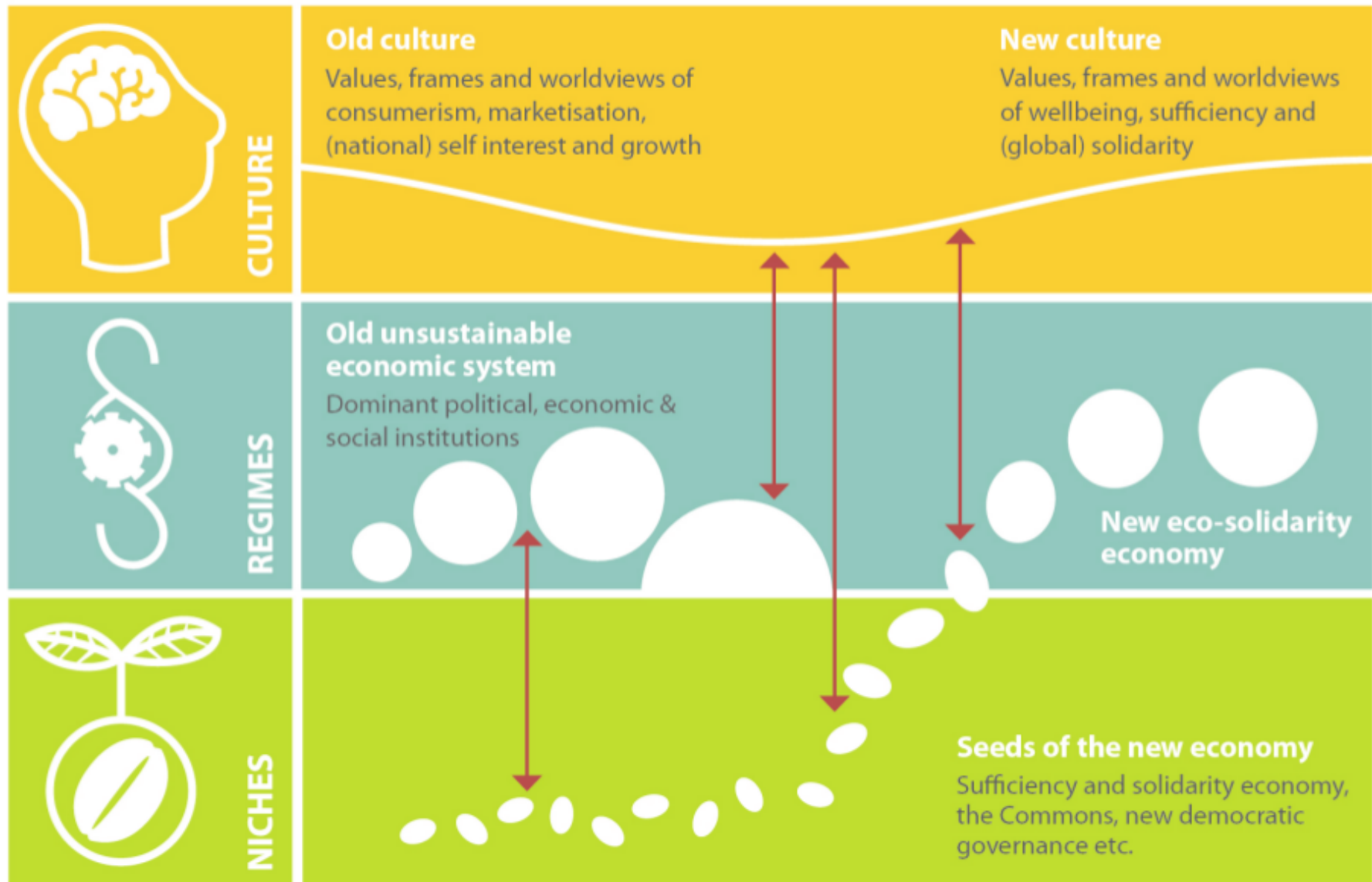
„Wirtschaften geht auch besser.“

Uwe Lübbermann, Premium Cola,
Getränkehersteller

4. Die Unternehmensperspektive

Strategien und Beispiele

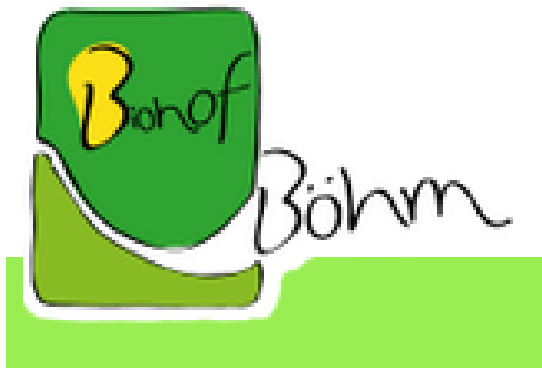
Die Rolle von Unternehmen



 Economic system is path dependent, self stabilising and growth and market oriented.

 Many niches and often isolated change agents. Niches are tolerated by the mainstream system.

Interviewte Unternehmen



Hof Stedebach

Unternehmerische Auseinandersetzung

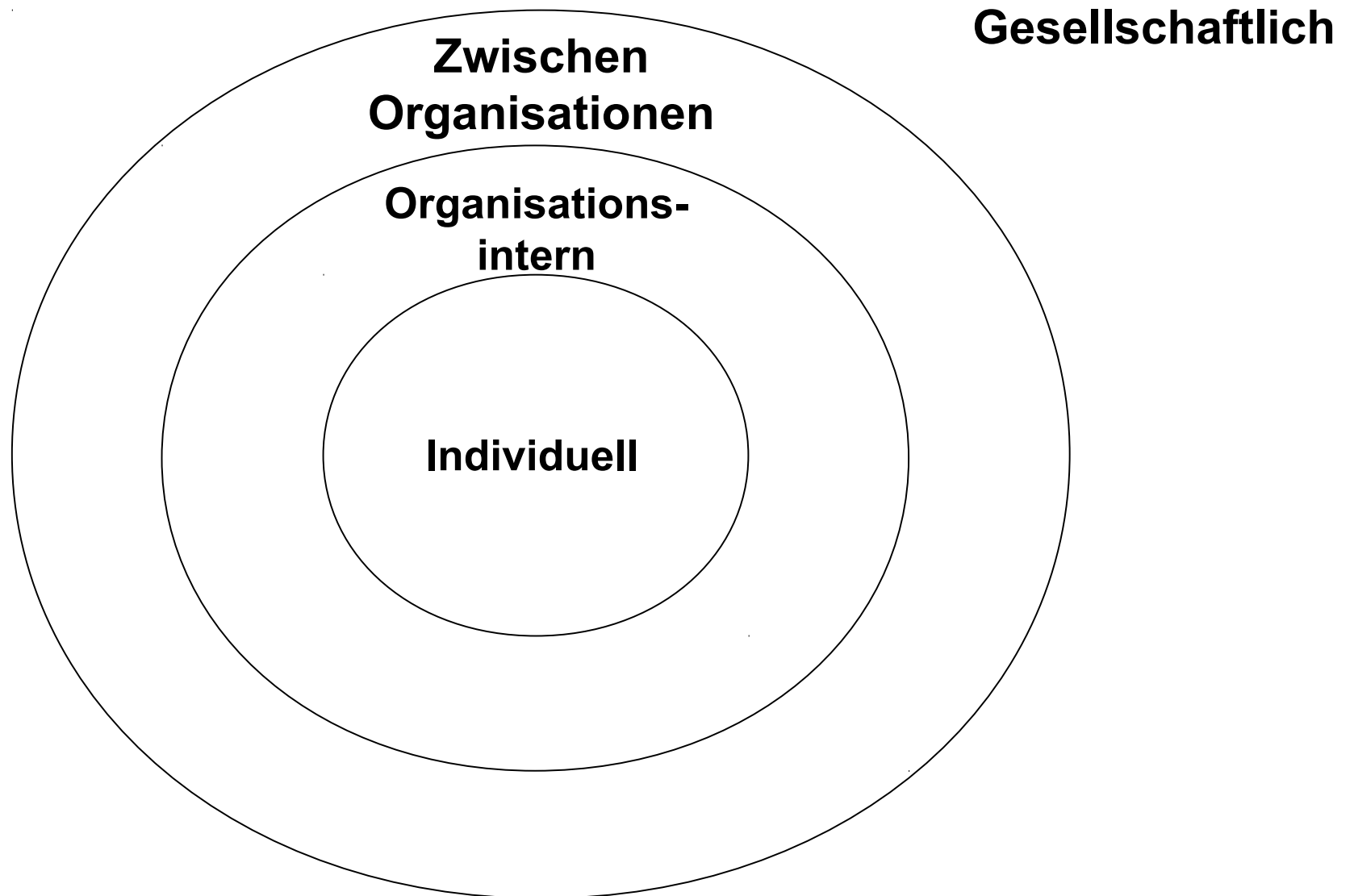
- **Suffizienzstrategie**
 - Reduktion negativer ökologischer und sozialer Effekte
- **Positionierung in Marktnischen**
 - Minimierung von Wettbewerbs- und Kostendruck
- **Dominanzstrategie**
 - Verdrängung weniger nachhaltiger Anbieter
- **Transformationsstrategie**
 - proaktiv eine Postwachstumsgesellschaft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

Unternehmensstrategien

Suffizienzstrategie

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

Kollaboratives Wirtschaften



Uwe Lübbermann – Premium Cola



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



Unternehmensstrategien

Nischenstrategie

4. Regionalisierung
5. Nachhaltige Qualitätsführerschaft

Netzwerke regionaler Unternehmen – Beispiel Regionalwert AG



- Bürgeraktiengesellschaft in Region Freiburg
- Stammkapital 3 Mio. Euro
- über 640 Aktionäre
- Öko- und Sozialbilanzierung
- Agrar-Netzwerk aus 19 Unternehmen



Unternehmensstrategien

Dominanzstrategie

6. Kommunikation und Erfolgsmessung
7. Unternehmerische Strukturpolitik

Einsatz für andere Finanzmarktregeln – Die Waldviertler Werkstätten

Regional verankerte, ökologische Produktion

- Kulturelle Veranstaltungen
- Zeitschrift „brennstoff“
- Finanzierung über Crowdfunding
- Politische Kampagne gegen Finanzaufsicht



Unternehmensstrategien

Transformationsstrategie

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

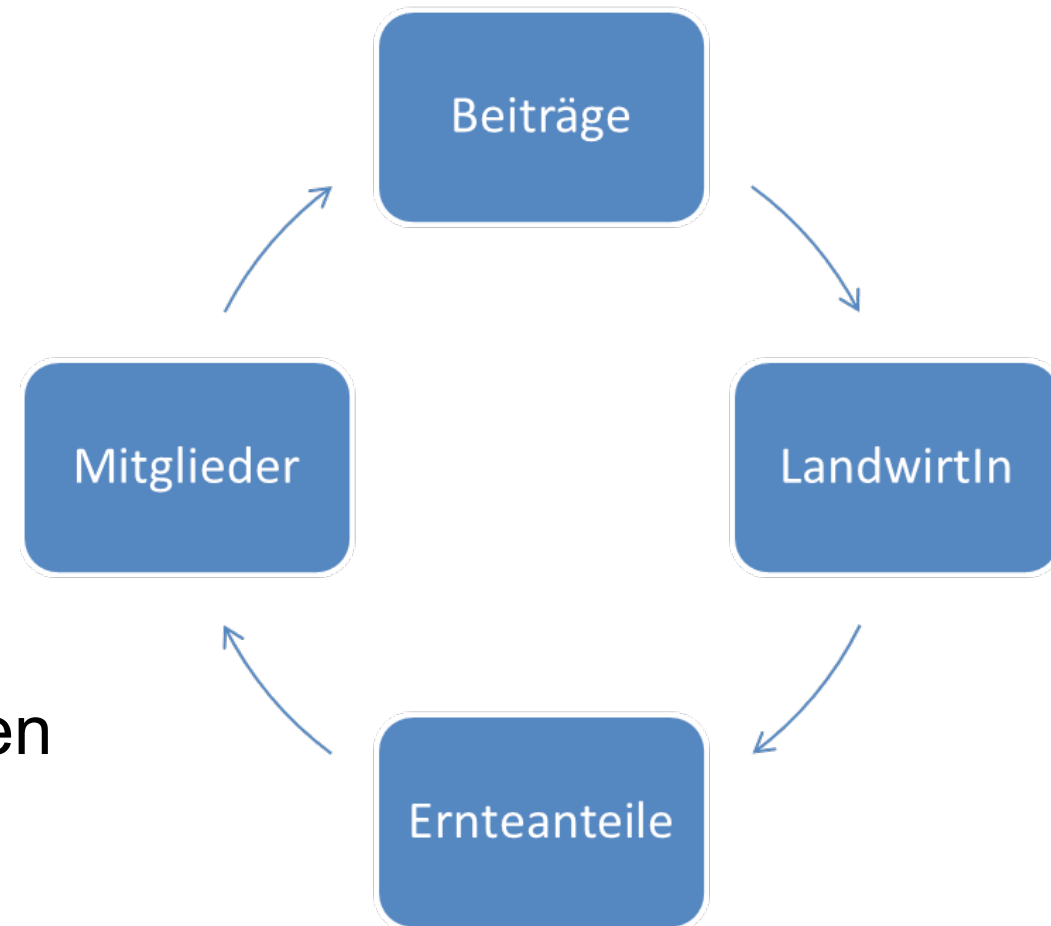
Solidarische Landwirtschaft



- ErzeugerInnen-VerbraucherInnen Gemeinschaft

Ziel: Landwirtschaft, nicht einzelne Produkte werden finanziert

- gemeinsame Verantwortung
- Beitrag & Aufteilung nach Möglichkeiten
- Solidarische Finanzierung
- Ermöglichung von nachhaltigen Lebensstilen



Mitglieder-Bioladen Onkel emma



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

Unternehmerische Auseinandersetzung

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

Vielen Dank!

PDF auf www.voeeo.de/posse



Gewinner
des Klapp-
Forschungs-
preises

Dirk Posse

Zukunftsfähige Unternehmen
in einer Postwachstumsgesellschaft



www.wachstumswende.de

Kontakt: dirk.posse@posteo.de