

Klaus Fichter und Jens Clausen

Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen

Warum einige Nachhaltigkeitsinnovationen
am Markt erfolgreich sind
und andere nicht

Metropolis-Verlag
Marburg 2013

Das vorliegende Buch stellt zentrale Ergebnisse des vom Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit gemeinnützige GmbH, Berlin, durchgeführten und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen der Innovations- und Technikanalyse (ITA) geförderten Forschungsvorhabens „Diffusionspfade für Nachhaltigkeitsinnovation“ (Förderkennzeichen 16I1601) vor.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Borderstep Institut für
Innovation und Nachhaltigkeit

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<http://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2013

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 978-3-89518-944-9

Eine grüne Transformation zur Entkoppelung von Wohlstand und Umweltverbrauch

Ob Klimawandel, Biodiversitätsverlust, Süßwasserknappheit oder Flächenverbrauch, die Menschheit überschreitet die Tragfähigkeit des Planeten schon heute in vielen Bereichen deutlich. Da Wohlstand, Lebensqualität und viele Aspekte des Wachstums weiterhin als erstrebenswert gesehen werden, aber gleichzeitig die Überlastung der Umwelt zurückgefahren werden muss, rückt die Notwendigkeit einer signifikanten Entkoppelung von Wohlstand beziehungsweise Wachstum des Umweltverbrauchs immer stärker in den Mittelpunkt. Wie eine Entkoppelung gelingen kann, gehört zu den Schlüsselfragen des 21. Jahrhunderts.

Die Ergebnisse der Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ des 17. Deutschen Bundestages zeigen, dass Entkoppelung angesichts einer mittelbaren Verbindung zwischen Umweltverbrauch und Wohlstand über Technologie, Wirtschaftsordnung, nachhaltige Wettbewerbsordnung, kulturelle Werte, politische Steuerung, Produktionsmuster etc. grundsätzlich möglich ist. Hierfür braucht es aber eine große Transformation und zwar eine große „grüne“ Transformation.

Eine Entkoppelung von Wohlstand und Naturverbrauch kann dabei nur über veränderte Lebens- und Konsumstile sowie über veränderte Produktionsweisen gelingen. Nachhaltige Lebens- und Konsumstile und zukunftsfähige Produktionsmethoden sind in einer hocharbeitsteiligen Gesellschaft aber auch auf entsprechende Produkte und Dienstleistungen und deren erfolgreiche Diffusion im Markt angewiesen. Dabei ist zu beachten, dass technische Produktinnovationen nur in Verbindung mit Serviceinnovationen sowie institutionellen, sozialen und kulturellen Innovationen zu Entkoppelung und Reduktion führen können. Eine, gemessen an den Umweltgrenzen, ausreichende Entkoppelung oder Reduktion findet also nicht automatisch statt. Sie wird von einer Vielzahl ernst zunehmender Herausforderungen und von komplexen Systembedingungen wie z.B. dem Reboundeffekt erschwert.

Produkt- und Serviceinnovationen sind ein zentraler Bestandteil einer „grünen“ Transformation. Zu den zentralen Fragen dabei zählt: Unter welchen Bedingungen sind sie am Markt erfolgreich und tragen zur Entkoppelung von Wohlstand und Umweltverbrauch bei? Das von Klaus Fichter und Jens Clausen vorgelegte Buch gibt hierauf Antworten und ist dabei besonders lesens- und bemerkenswert, weil

- es die Ergebnisse der weltweit ersten Untersuchung einer so großen Anzahl „grüner“ Produkt- und Serviceinnovationen und ihrer Verbreitungsbedingungen vorstellt. In der sonst eher von Einzelfallstudien geprägten Diffusionsforschung bildet die empirische Untersuchung von 100 umweltschonenden Innovationen eine positive Ausnahme.
- es nicht nur die Frage von Effizienzverbesserungen und Umweltentlastungen auf Produktebene betrachtet, sondern auch die Frage möglicher Reboundeffekte systematisch einbezieht.
- es auf einer elaborierten theoretischen Grundlage der Evolutorischen Ökonomik und Interaktionsökonomik aufbaut und ein „Pfadkonzept“ verwendet, das neueste Erkenntnisse aus der Innovations- und Diffusionsforschung berücksichtigt.
- es nicht bei der Analyse der Erfolgsbedingungen „grüner“ Innovation aufhört, sondern aus den empirischen Ergebnissen konkrete Handlungsempfehlungen für Politik und Marktakteure ableitet.

Das Buch ist ein „Schlüsselereignis“ für alle, die wissen möchten, unter welchen Voraussetzungen „grüne“ Produkt- und Serviceinnovationen sowohl ökonomisch als auch ökologisch ein nachhaltiger Erfolg werden.

Wuppertal, im Mai 2013

Prof. Dr. Uwe Schneidewind
Präsident des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie