

Zusammenfassung: Transformationswissen

14

Die Tabelle 14.1 zeigt Unterschiede zwischen herkömmlichem Nachhaltigkeitsmarketing und einem zukunftsorientierten Marketing, wie sie sich (für mich) in den Aufstellungen gezeigt haben.

Tabelle 14.1 Unterschiede zwischen herkömmlichem Nachhaltigkeitsmarketing und einem zukunftsorientierten Marketing. (Eigene Darstellung)

Funktionssystem	Herkömmliches Nachhaltigkeitsmarketing		Zukunftsorientiertes Marketing
	Green Marketing	CSR-Kommunikation	
Glaubenssatz	Nachhaltigkeit durch mehr grünen Konsum.		Trade-offs zwischen Nachhaltigkeit und Konsum fordern und fördern Kreativität.
Programm	Marktorientierung (Erträge steigern/Kosten senken) Integration von Nachhaltigkeit in den bestehenden betriebswirtschaftlichen Zielkatalog		Ressourcenorientierung (Ressourcenverbrauch/Ressourcennachschub balancieren) Antagonistisches Wechselspiel zwischen Erwerbs- und Ressourcenorientierung.
Nachhaltigkeitsverständnis	Win-Win von Nachhaltigkeit ¹ und Wachstumszielen		Trade-off zwischen Nachhaltigkeit ² und (quantitativen) Wachstumszielen ³
Entscheidungstyp		¹ sozialökologische Schäden werden als „Neben“-wirkungen deklariert	³ die es gesellschaftlich auszuhandeln gilt
	Jetzt-für-jetzt-für-selbst	Jetzt-für-jetzt-für-andere	Jetzt-für-dann-für-selbst
Funktion	(Öko-)Effizienz: Unterstützung erwerbswirtschaftlicher Unternehmensziele	Verantwortungsübernahme (CSR): Unterstützung erwerbswirtschaftlicher Unternehmensziele bei gleichzeitigem Schutz von Mensch & Umwelt	Trade-off-Management ressourcengerechter Konsummuster/Einkommensverteilung: Unterstützung transformativer Suchbewegungen

(Fortsetzung)

Tabelle 14.1 (Fortsetzung)

Funktionssystem	Herkömmliches Nachhaltigkeitsmarketing		Zukunftsorientiertes Marketing	
	Verkaufszahlen (Jahresbilanz, Aktienkurs)	Reputation (Nachhaltigkeitsberichte, Medienberichte)	Innovationen (Zukunftsfähige Geschäftsmodelle, tatsächlichen Kundenbedarfen entsprechend)	Zuversicht (Ein neues Narrativ, das – nicht zuletzt der Politik – Mut macht, Handlungsräume zu nutzen)
Code (Prüfkriterien für Glaubwürdigkeit)	zahlen vs. nicht zahlen	glaubwürdig vs. unglaubwürdig	tragbar vs. untragbar (bezogen auf das verfügbare Ressourcenbudget) bzw. nützlich vs. unnützlich (aus Kundensicht)	anschlussfähig vs. nicht anschlussfähig
Strategie	Planen und Kontrollieren („predict and control“)		Wahrnehmen und Ermöglichen („sense and respond“)	
Kompetenz	Erfolgswille	soziales Verantwortungsbewusstsein	Ambiguitätstoleranz	Allverbundenheit
Entwicklungsebene gem. Spiral Dynamics	Orange	Grün	Gelb	Türkis

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

