

DIE **ÖKO** INNOVATION

Wie Unternehmen
profitabel *und* umweltfreundlich
sein können

Von Claude Fussler
unter Mitarbeit von Peter James
Mit einem Vorwort von
Ernst-Ulrich von Weizsäcker



S. Hirzel Verlag Stuttgart · Leipzig 1999

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Einführung	VII
Verlieren oder Gewinnen?	1
Die Notwendigkeit einer „Superinnovation“	3
Nachdenken über die Zukunft	21
Die drei Schlüsselfaktoren	
Erstens: Die Weltbevölkerung	27
Die drei Schlüsselfaktoren	
Zweitens: Der Umweltstreß	39
Die drei Schlüsselfaktoren	
Drittens: Die Wertschöpfung	47
Szenarien zur Nachhaltigkeit und ihre Auswirkungen	55
Durch Veränderung zum Erfolg	65
Wird es Wachstum geben?	67
Welche Art von Märkten?	73
Wird es Gewinne geben?	89
Das Vorsorgeprinzip im Management	95
Veränderungen – aber wie?	107
Innovation für die Nachhaltigkeit	109
Weltweit sauber produzieren	119
Öko-Effizienz als neue Herausforderung	125
Hilfsmittel für eine Veränderung und ihre Grenzen	131

Der Öko-Kompaß	141
Die Verwendung des Öko-Kompasses	145
Materialintensität	155
Energie	181
Gesundheits- und Umweltrisiken	197
Recycling	221
Schonung der Ressourcen	243
Ausweitung der Dienstleistung	269
Den Öko-Kompaß nutzen	285
Die Öko-Innovation vorantreiben	287
Grüne Avantgarde?	313
Nachhaltige unternehmerische Entwicklung	315
Einfache Regeln zur Nachhaltigkeit	331