

# Inhalt

Vorwort .....	9
Einleitung .....	13
<i>Nachhaltigkeit</i> – Zur Ökonomisierung eines kontroversen Leitbilds ....	13
Forschungsstand .....	24
Theoretische Verortungen – Nachhaltigkeit(en) als Diskurs- und Handlungsfeld .....	34
Gliederung der Arbeit, Konzeption, Forschungsleitfragen und Quellen	45
I. Nationale Nachhaltigkeitsentwicklungen zwischen Politik und Wirtschaft .....	53
1. Deutschland – Von der Ära Kohl zu Rot-Grün .....	53
1.1 Nachhaltigkeitsentwicklungen in der Transformationszeit ....	53
1.2 Rot-Grün und die Entstehung einer nationalen Nachhaltigkeitsstrategie .....	67
2. Großbritannien – Zwischen <i>Thatcherism</i> und <i>New Labour</i> .....	77
2.1 Margaret Thatcher, John Major und die erste nationale Nachhaltigkeitsstrategie .....	77
2.2 Nachhaltigkeit unter <i>New Labour</i> .....	92
3. Thesen .....	100
II. Merck – Das älteste pharmazeutisch-chemische Unternehmen der Welt .....	103
1. Firmenprofil und Entwicklungen im Untersuchungszeitraum .....	103
2. Termini – Nachhaltigkeit zwischen Umweltschutz und Verantwortung .....	107
3. Praktiken – Von Umwelt und Sicherheit zur globalen Verantwortung .....	114

3.1	Im Spannungsfeld zwischen Ökologie und Ökonomie .....	114
3.2	Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil .....	121
4.	Nachhaltigkeitsnarrative und Interdependenzen .....	126
4.1	Chemieindustrie und Politik – Zwischen Getriebenen und Treiber .....	126
4.2	Im Austausch mit der (lokalen) Gesellschaft .....	132
4.3	Gemeinsam zur Nachhaltigkeit – Belegschaft und Geschäftsführung als Diskurskoalition .....	141
4.4	Die Pharmaindustrie als Akteur globaler Nachhaltigkeit .....	144
III.	AstraZeneca – Pharmaunternehmen mit Chemietradition .....	151
1.	Firmenprofil und Entwicklungen im Untersuchungszeitraum .....	151
2.	Termini – Nachhaltigkeit als <i>Corporate Responsibility</i> .....	154
3.	Praktiken – Globale Nachhaltigkeit mit britischen Wurzeln .....	161
3.1	Umweltschutz und soziales Engagement von ICI bis Zeneca ...	161
3.2	Praktiken der Nachhaltigkeit unter neuem Namen .....	168
4.	Nachhaltigkeitsnarrative und Interdependenzen .....	175
4.1	Politische Vorgaben, wirtschaftliche Vorbilder .....	175
4.2	Nachhaltige Kontaktzonen – Lokale Umgebungen, Gesellschaft, Kapitalmarkt .....	178
4.3	Mit Wissenschaft und Forschung zur Nachhaltigkeit .....	184
4.4	Globales Unternehmen, globale Verantwortung .....	186
IV.	Otto – Hamburger Familienunternehmen und Weltkonzern .....	193
1.	Firmenprofil und Entwicklungen im Untersuchungszeitraum .....	193
2.	Termini – Vom Umweltschutz zur Nachhaltigkeit .....	196
3.	Praktiken – Ein ökologischer Vorreiter wird nachhaltig .....	202
3.1	Die Dominanz der Ökologie im Handlungsfeld Nachhaltigkeit .	202
3.2	Die Jahrtausend- und Nachhaltigkeitswende .....	210
4.	Nachhaltigkeitsnarrative und Interdependenzen .....	215
4.1	Nachhaltige Tradition eines Familienunternehmens .....	215
4.2	Der Vorstandsvorsitzende als Vorbild und Treiber .....	218
4.3	Die Belegschaft als bedeutender Akteur im diskursiven Feld der Nachhaltigkeit .....	221
4.4	Ein Handelsunternehmen als Aufklärer und Vorreiter gegenüber der Kundschaft .....	224
4.5	Die Anspruchshaltung der Kundschaft als ambivalenter Faktor	229
4.6	Zwischen Globalisierung und Nachhaltiger Entwicklung .....	235

5. Exkurs Handels- und Konsumgüterbranche: Die Politik als Partner	243
V. Marks & Spencer – Britische Handelstradition	247
1. Firmenprofil und Entwicklungen im Untersuchungszeitraum	247
2. Termini – Nachhaltigkeit ohne <i>Sustainability</i>	250
3. Praktiken – Britische Sozialtradition auf dem Weg zur Nachhaltigkeit	256
3.1 Soziales Engagement und ökologische Anfänge	256
3.2 <i>Plan A</i> – Nachhaltigkeit im 21. Jahrhundert	262
4. Nachhaltigkeitsnarrative und Interdependenzen	268
4.1 »For more than 100 years...« – Nachhaltigkeit aus Tradition	268
4.2 Verantwortung im Mikrokosmos – Lokale Umsetzung eines globalen Leitbilds	272
4.3 Die Entwicklung von Nachhaltigkeit im Zusammenspiel mit der Kundschaft	279
4.4 Engagement als <i>Britishness</i> – Verantwortung für Großbritannien	284
4.5 Internationale Perspektiven der Nachhaltigkeit	288
Fazit und Ausblick: Nachhaltigkeit(en) – Praktiken und Narrative deutscher und britischer Unternehmen	293
Dank	311
Quellen	313
Literatur	335