

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	13
<i>Nachhaltigkeit – Zur Ökonomisierung eines kontroversen Leitbilds</i>	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 Getriebenem 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