



Scannen Sie den abgebildeten QR-Code und gelangen Sie so direkt zur entsprechenden Buchseite des Metropolis-Verlags. Alles was sie dazu benötigen ist ein internetfähiges Mobiltelefon und ein darauf installierter QR-Code-Scanner.

Bestellschein

Hiermit bestelle ich ___ Exemplar(e) des Buches *Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen* von Klaus Fichter und Jens Clausen zum Preis von 29,00 EUR.

Datum: _____

Unterschrift: _____

Meine Adresse:

Bestellen Sie auf unserer Internetseite
<http://www.metropolis-verlag.de>

oder

senden Sie diesen Bestellschein an
Metropolis-Verlag
Am Graben 2 B
D-35096 Weimar bei Marburg
Fax: +49/6421/681918
E-Mail: info@metropolis-verlag.de

Klaus Fichter, Jens Clausen

Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen

Warum einige Nachhaltigkeitsinnovationen am Markt erfolgreich sind und andere nicht



metropolis
Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik

Klaus Fichter, Jens Clausen

Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen

Warum einige Nachhaltigkeitsinnovationen am Markt erfolgreich sind und andere nicht

ca. 400 Seiten • 29,00 EUR • Hardcover
ISBN 978-3-89518-944-9 (Dezember 2012)

Trotz einer bereits seit zwei Jahrzehnten andauernden Debatte um das Leitbild einer Nachhaltigen Entwicklung, sind dessen Prinzipien noch weit von einer breiten Umsetzung in Wirtschaft und Gesellschaft entfernt. Dies gilt auch für eines der zentralen Nachhaltigkeitsprojekte Deutschlands: die Energiewende. Dabei mangelt es keineswegs an innovativen Technologien und Lösungen. Deren Verbreitung trifft allerdings auf eine Vielfalt von Hindernissen, die sich von Fall zu Fall grundsätzlich unterscheiden. Das Buch stellt die Ergebnisse des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Forschungsvorhabens „Diffusionspfade für Nachhaltigkeitsinnovationen“ vor, in dem die Markteinführung und Verbreitung von 100 umweltentlastenden Produkt- und Serviceinnovationen untersucht wurde. Es handelt sich dabei um die weltweit erste Studie, die die Diffusionsprozesse von einer derart großen Zahl „grüner“ Innovationen systematisch analysiert und zentrale Einflussfaktoren ihres Markterfolges empirisch gestützt herausgearbeitet hat.

Die im Buch vorgestellten 100 Nachhaltigkeitsinnovationen können auf Basis einer Faktoren- und Clusteranalyse in fünf Cluster ähnlicher Verbreitungsmuster gruppiert werden, von denen besonders zwei Diffusionstypen zusätzlicher Handlungsimpulse bedürfen. Zum einen sind dies Grundlageninnovationen mit hohem Verhaltensänderungsbedarf. Beispiele hierfür sind ressourceneffiziente Formen serverbasierter Arbeitsplatzcomputer wie „Thin Clients“ oder Elektrofahrzeuge. Zum anderen handelt es sich um komplexe Produkte oder Systemlösungen mit oft nur langfristigem Nutzen. Ein Beispiel hierfür sind Wärmenetze und Langzeitwärmespeicher. Auf Basis fundierter theoretischer Grundlagen und einzigartiger empirischer Ergebnisse leitet das Buch konkrete Ansatzpunkte und Handlungsempfehlungen für innovative Unternehmen, die Gründungs- und Innovationsförderung sowie die Innovations- und Umweltpolitik ab.

Inhalt

Teil I „Grüne“ Zukünfte: Herausforderungen der Nachhaltigkeit

Energiewende, Klimawandel und andere Nachhaltigkeitsherausforderungen • Eine „grüne“ Wirtschaft: eine Illusion? • Innovation: Teil der Lösung oder Teil des Problems?

Teil II: Diffusionsprozesse besser verstehen: Theoretische Grundlagen

Rogers Diffusionstheorie als Ausgangspunkt der Theoriebildung • Konzepte der

jüngeren Diffusionsforschung • Ein Konzept des Diffusionspfades und seiner Einflusskräfte • Erkenntnisse der jüngeren Diffusionsforschung zu Einflussfaktoren • Erweiterte Betrachtung: Der Beitrag einer Innovation zur Nachhaltigkeit • Ein Modell zur Untersuchung der Diffusion von Nachhaltigkeitsinnovationen

Teil III: Was wissen wir? Empirische Ergebnisse zu Diffusionsverläufen von 100 Nachhaltigkeitsinnovationen

Ziel der empirischen Untersuchung • Methode • Merkmale der 100 Diffusionsfälle • Einflussfaktoren von Diffusionsprozessen • Diffusionspfade: Eine Typologie • Steckbriefe 10 ausgewählter Diffusionsfälle „grüner“ Innovationen • Schlüsselakteure: Die Rolle von Startups und etablierten Unternehmen

Teil IV: Wie weiter? Ansatzpunkte und Handlungsempfehlungen für nachhaltige Erfolge

Interventionsoptionen und Pfadalternativen • Schlüsseltechnologien: Die Beispiele Wärmenetze und „grüne“ Informationstechnik • Schlüsselakteure: Die Bedeutung „grüner“ Gründer • Schlüsselereignisse: Impulse durch Staat, Verbände und Innovationsförderung