

Nachhaltigkeit

„Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“

[Brundtlandbericht 1989]

Die Realität des Konsumenten



„Geiz ist geil!“

„Mein Haus, mein Auto, meine Yacht...“

„Fliegen zum Taxipreis“

Die Realität der Unternehmen



Bedürfnisweckung

Gewinnmaximierung

Kontinuierliches Wachstum

Expansion



Ziel: Neuausrichtung unserer individuellen Bedürfnisse und unserer Wirtschaftsziele, an den Erfordernissen der Nachhaltigkeit und des Gemeinwohls

Verhaltensänderung



Weniger konsumieren (Suffizienz)

Ökologisch und qualitätsbewusst, sowie regional konsumieren

Rebound-Effekte vermeiden

Bei der Produktwahl auf Langlebigkeit und Reparaturfähigkeit achten (Widerstand gegen geplante Obsoleszenz (geplanter Verschleiß))

Alle unternehmerischen Prozesse, angefangen bei der Produktion, dem Marketing, dem Handel, der Finanzierung, der Organisation müssen dem Nachhaltigkeitsparadigma unterworfen werden!



Erstellt von



mit freundlicher Unterstützung von



Gefördert durch



mit ihrer



mit Mitteln des

