

Inhalt

Hellmuth Lange

Wovon handelt dieses Buch? 7

I. Sozialwissenschaftliche Nachhaltigkeitsforschung

Hellmuth Lange

Radikaler Wandel? Drei Schwierigkeiten im Umgang mit einem sozialwissenschaftlichen Kernthema 13

II. Fokus: Konsum

Ines Weller

Konsum im Wandel in Richtung Nachhaltigkeit?
Forschungsergebnisse und Perspektiven..... 43

Karl Werner Brand

Konsum im Kontext. Der „verantwortliche Konsument“ –
ein Motor nachhaltigen Konsums? 71

Marcel Huneke

Möglichkeiten und Chancen der Veränderung von Einstellungen
und Verhaltensmustern in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung 95

Roland Bogun

Nachhaltigkeitsdiskurs, Umwelt- und Risikobewusstsein:
Ansatzpunkte für ein nachhaltig(er)es Konsumentenverhalten? 123

III. Fokus: Unternehmen / Organisation

Ulf Schrader

Transparenz über Corporate Social Responsibility (CSR)
als Voraussetzung für einen Wandel zu nachhaltigerem Konsum 149

Guido Becke

Verändern durch Erhalten – ‚Change Management‘ zur Unternehmens-
nachhaltigkeit aus der Perspektive der Organisationsforschung 167

Eva Senghaas-Knobloch

Überzeugen, Verpflichten und Befähigen. Erneuerte Antworten der
Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) auf die Herausforderungen
einer sich verändernden Staaten- und Gesellschaftswelt 189

Georg Müller-Christ

Frames und Widerspruchsmanagement: Voraussetzungen für einen
Wandel in Richtung nachhaltige Unternehmen 215

IV. Fokus: Governance

Jan-Peter Voß

Nebenwirkungen und Nachhaltigkeit: Reflexive Gestaltungsansätze
zum Umgang mit sozial-ökologischen Ko-Evolutionsprozessen 237

Ulrich Dolata

Soziotechnischer Wandel, Nachhaltigkeit und politische
Gestaltungsfähigkeit 261

Winfried Osthorst

Potentiale für Nachhaltigkeit? Raumentwicklung zwischen
Verwertungsdruck und ökologischen Steuerungszielen 287

Heiko Garrelts

Nichtregierungsorganisationen als „Player“ in der Nachhaltigkeitspolitik -
Möglichkeiten und Grenzen 315