

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	5
VERZEICHNISSE	7
Inhaltsübersicht	7
Inhaltsverzeichnis	8
Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	16
Abkürzungsverzeichnis	17
KAPITEL 1:	
EINLEITUNG	
(T. BESCHORNER, B. SIEBENHÜNER)	19
1.1 Herausforderungen der Nachhaltigkeit	19
1.2 Fragestellungen und Forschungsperspektive	22
1.3 Das Buch im Überblick	26

KAPITEL 2:**SOZIOLOGISCHER NEO-INSTITUTIONALISMUS:****THEORETISCHER HINTERGRUND UND HYPOTHESENBUILDUNG****(T. BESCHORNER, T. BEHRENS, A. LINDENTHAL)..... 27****2.1 Überblick..... 27****2.2 Institutionen: Begriffsverständnis und Überblick..... 28****2.3 Kritische Sozialwissenschaften:
„Fenster zu möglichen Welten“ 31****2.4 Bedürfnisfeld – ein zentraler Begriff
der sozialökologischen Forschung 35**

2.4.1 Wissenschaftliche Begriffsgeschichte und Kritik 36

2.4.2 Felder als „Organisationale Felder“ 44

2.4.3 Organisationale Bedürfnisfelder 46

**2.5 Grade der Institutionalisiertheit:
ein idealtypisches Modell 48****2.6 Indikatoren für die Institutionalisiertheit
von Nachhaltigkeit..... 52**2.6.1 Vorstufen der Institutionalisierung
von Nachhaltigkeit („pre-institutionalization“)..... 542.6.2 Annähernde Institutionalisierung
von Nachhaltigkeit („semi-institutionalization“)562.6.3 Vollständige Institutionalisierung
von Nachhaltigkeit („full-institutionalization“)58**2.7 Mechanismen der Institutionalisierung:
Hypothesen und unabhängige Variablen 59**

2.7.1 Unsichere Umwelten und Isomorphismus 60

2.7.2 Legitimität 62

2.7.3 Institutionelle Entrepreneurs 63

2.7.4 Institutionelle Settings..... 64

2.8 Methodik 65

KAPITEL 3:**NACHHALTIGKEIT IM BEDÜRFNISFELD BAUEN & WOHNEN****(E. HOFFMANN, B. THIERFELDER)69****3.1 Problemaufriss.....69****3.2 Nachhaltigkeit und Klimaschutz.....70**

- 3.2.1 Grundlegendes Verständnis von Nachhaltigkeit im
Bedürfnisfeld Bauen & Wohnen 70
- 3.2.2 Ökologische Nachhaltigkeit 71
- 3.2.3 Soziale Nachhaltigkeit 72
- 3.2.4 Ökonomische Nachhaltigkeit 72
- 3.2.5 Gewichtung der Nachhaltigkeitsdimensionen 73
- 3.2.6 Umsetzung von Nachhaltigkeit 74
- 3.2.7 Klimaschutz im Bedürfnisfeld Bauen & Wohnen 76

3.3 Bedingungen für Klimaschutz.....79

- 3.3.1 Politische Bedingungen 79
 - 3.3.1.1 Bau- und Planungsrecht 79
 - 3.3.1.2 Zentrale politische Instrumente 81
- 3.3.2 Wirtschaftliche Bedingungen 88
 - 3.3.2.1 Energiepreise 90
 - 3.3.2.2 Sanierungskosten und -nutzen 90
 - 3.3.2.3 Finanzielle Spielräume der Akteure 92
 - 3.3.2.4 Räumlich unterschiedliche Nachfrage 93
 - 3.3.2.5 Konsumentensouveränität 93
- 3.3.3 Soziodemographische und
gesellschaftliche Bedingungen 94
 - 3.3.3.1 Veränderungen der Raumstruktur 95
 - 3.3.3.2 Veränderungen der Haushaltsstruktur 96
 - 3.3.3.3 Veränderungen im sozioökonomischen Gefüge 98
- 3.3.4 Konsum und Konsumtrends 98
 - 3.3.4.1 Nutzerverhalten 99
 - 3.3.4.2 Nutzerinformation und Nutzerwünsche 99
- 3.3.5 Technische Trends und Produktrends 101
 - 3.3.5.1 Sanierung 102
 - 3.3.5.2 Integrierte Planung 103

3.3.5.3	Dienstleistungen.....	103
3.3.5.4	Dämmung und Energieversorgung	104
3.3.5.5	Passivhaus	105
3.3.5.6	Dezentrale Brennstoffzelle.....	106
3.3.5.7	Intelligente Häuser	107
3.3.5.8	Flexibles Bauen.....	107
3.4	Akteure und Kooperationen.....	108
3.4.1	Wichtige Akteure	109
3.4.1.1	Politik	109
3.4.1.2	Unternehmen und Unternehmensverbände	112
3.4.1.3	Intermediäre Akteure	114
3.4.1.4	Verbraucher/innen.....	115
3.4.1.5	Fördermittelgeber und Finanziers	116
3.4.1.6	Bildungsinstitutionen	117
3.4.1.7	Sonstige Akteure	118
3.4.2	Zusammenspiel der Akteure	120
3.4.3	Kooperationen im Bedürfnisfeld Bauen & Wohnen.....	123
3.4.3.1	Bestehende Kooperationen.....	123
3.4.3.2	Bestehende Kooperationen mit Nutzerbeteiligung	127
3.4.3.3	Wünschenswerte Kooperationen.....	134
3.5	Zwischenfazit	135

KAPITEL 4:

NACHHALTIGKEIT IM BEDÜRFNISFELD MOBILITÄT

(T. BEHRENS, B. SIEBENHÜNER)..... 139

4.1 Problemaufriss..... 139

4.2 Nachhaltigkeit und Klimaschutz..... 140

4.2.1 Grundlegendes Verständnis von Nachhaltigkeit im
Bedürfnisfeld Mobilität..... 141

4.2.2 Klimaschutz im Bedürfnisfeld Mobilität

4.3 Bedingungen für Klimaschutz..... 145

4.3.1	Verkehrsentwicklung, demographische und gesellschaftliche Bedingungen.....	145
4.3.2	Ökonomische Bedingungen	148
4.3.3	Politische Trends.....	149
4.3.4	Technische Innovationen, Produkte und Dienstleistungen.....	152
4.3.5	Konsumtrends	158
4.4	Akteure und Kooperationen.....	161
4.4.1	Akteure.....	162
4.4.1.1	Wirtschaftliche Akteure	162
4.4.1.2	Akteure aus der Politik.....	172
4.4.1.3	Gesellschaftliche Akteure	174
4.4.1.4	Konsumenten.....	179
4.4.2	Kooperationen zwischen den Akteuren	180
4.4.3	Schlüsselakteure, Akteursverflechtung.....	182
4.5	Zwischenfazit	184
 KAPITEL 5		
NACHHALTIGKEIT IM BEDÜRFNISFELD		
INFORMATION & KOMMUNIKATION		
(M. HAGE, T. BESCHORNER)		
187		
5.1	Problemaufriss.....	187
5.2	Nachhaltigkeit und Klimaschutz.....	188
5.3	Bedingungen für Klimaschutz.....	194
5.3.1	Hemmende und fördernde Faktoren.....	195
5.3.2	Trends.....	203
5.4	Akteure und Kooperationen.....	207
5.4.1	Akteure und Akteursstrukturen	207
5.4.2	Kooperationen	214
5.5	Zwischenfazit	218

KAPITEL 6**INSTITUTIONALISIERUNG VON NACHHALTIGKEIT:****VERGLEICH DER ORGANISATIONALEN BEDÜRFNISFELDER****(T. BESCHORNER, T. BEHERENS)..... 221****6.1 Methodik der Auswertung..... 221****6.2 Institutionalisiertheit von Nachhaltigkeit 222**

6.2.1 Institutionalisiertheit von Nachhaltigkeit im
organisationalen Bedürfnisfeld Bauen & Wohnen 223

6.2.2 Institutionalisiertheit von Nachhaltigkeit im
organisationalen Bedürfnisfeld Mobilität 225

6.2.3 Institutionalisiertheit von Nachhaltigkeit im
organisationalen Bedürfnisfeld Information &
Kommunikation..... 228

6.2.4 Zwischenfazit und Kritik: Vergleichende
Betrachtung der Institutionalisiertheit von
Nachhaltigkeit 230

6.3 Institutionalisierung von Nachhaltigkeit..... 234

6.3.1 Isomorphismus 234

6.3.2 Legitimität 236

6.3.3 Institutionelle Entrepreneurs 239

6.3.4 Institutionelle Settings..... 243

6.3.5 Zusammenfassung der Hypothesenprüfung..... 246

6.4 Rückbezug zur Theorie..... 248**KAPITEL 7****AUF DEM WEG ZUR NACHHALTIGKEIT? –****HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN****(T. BESCHORNER, T. BEHRENS)..... 255****7.1 Einführung255****7.2 Bauen & Wohnen256**

7.2.1	Denk-, Werthaltungen und Status	256
7.2.2	Staatliche Akteure	257
7.2.3	Handwerker/innen, Architekt/innen und Planer/innen.....	258
7.2.4	Bau- und Wohnungswirtschaft, Bauherr/innen und Mieter/innen	259
7.2.5	Struktur und mögliche Dynamiken im Bedürfnisfeld	259
7.3	Mobilität	261
7.3.1	Werthaltungen und Status	261
7.3.2	Staatliche Akteure	263
7.3.3	Automobilunternehmen und -verbände.....	264
7.3.4	Schienenunternehmen und ÖPNV	265
7.3.5	Konsument/innen	266
7.3.6	Struktur und mögliche Dynamiken im Bedürfnisfeld	266
7.4	Information & Kommunikation.....	267
7.4.1	Leitbild „Nachhaltige Informationsgesellschaft“	268
7.4.2	Institutioneller Schock durch Energielabels.....	269
7.4.3	Die Rolle der Wissenschaften	270
7.4.4	Institutionelle Entrepreneurs	271
7.4.5	Struktur und mögliche Dynamiken im Bedürfnisfeld	271
 KAPITEL 8		
SCHLUSSWORT		
(T. BESCHORNER).....		273
 LITERATURVERZEICHNIS		
		277
 ANHANG: INTERVIEWLEITFADEN		
		295
 BETEILIGTE INSTITUTE		
		297
 VERZEICHNIS DER AUTOR/INNEN		
		299