



24. Zusammenfassung der Akteursanalyse

Rogall
2013

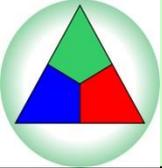
Prof. Dr. Holger Rogall



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- 24.1 Bewertung direkte Akteure
- 24.2 Bewertung indirekte Akteure
- 24.3 Bewertung indirekte Akteure
- 24.4 Akteursübergreifende Ergebnisse
- 24.5 Erfolgsbedingungen
- 24.6 Strategiepfade

Stand: 22.10.2012



Gruppenarbeit

Rogall
2013

Erarbeiten Sie sich die folgenden Grundlagen und stellen die Ergebnisse vor

AG 0: Rolle der Umweltschutzprinzipien (Rogall 2012: 263):.....

AG 1: Bewertung des Bundestages u. Bundesregierung:.....

AG 2: Bewertung der Bundesländer und der EU.....

AG 3: Bewertung Internationale Akteure u. Zwischenfazit.....

AG 4: Bewertung der Verwaltungen u. Kommunen:.....

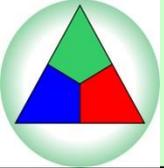
AG 5: Bewertung der Massenmedien und Parteien:.....

AG 6: Bewertung der Wirtschaftsverbände und Großunternehmen.....

AG 7: Bewertung der gemeinnützigen Organisationen u. NGO:.....

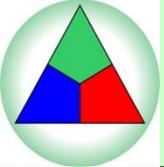
AG 8: Akteursübergreifende Ergebnisse :.....

AG 9: Erfolgsbedingungen und Strategiepfade:.....



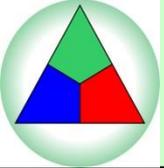
Bewertung der direkten Akteure

	2. Interessen	3. Mittel	4. Einfluss	5. Tätigkeiten	6. Bewert/Perspekt.
1. Bundes- tag/B-Re- gierung					
2. B- Länder, B-Rat					
4. EU					
5. Internat. Akteure					



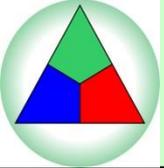
Bewertung der indirekten Akteure

	2. Interessen	3. Mittel	4. Einfluss	5. Tätigkeit	6. Berwert/Perspekt.
1. Verwaltungen					
2. Kommunen					
3. Medien					



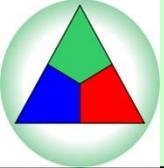
Bewertung der indirekten Akteure

	2. Interessen	3. Mittel	4. Einfluss	5. Tätigkeiten	6. Bewert/Perspek.
4. Parteien					
5. Wirtschaftsverbände					



Bewertung der indirekten Akteure

	2. Interessen	3. Mittel	4. Einfluss	5. Tätigkeiten	6. Bewert/Perspekt
6. NGO's					
7. Sonst.					
8. Konsumenten					



Akteursübergreifende Ergebnisse

Rogall
2013

(1) Ziele umstritten ➤

➤

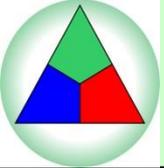
(2) Hintergrund ➤

➤

(3) Keine neue Pol. ➤

.....

(4) Kaum Homogene Akteure



Akteursübergreifende Ergebnisse II

Rogall
2013

(5) Theorien ➤

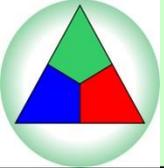
➤

(6) Bündnisse ➤

➤

(7) Gefahren ➤

unterschätzt ➤



Zwischenfazit – Mangelnde...

(1) Verknüpfung

.....

(2) Voraussetzungen

.....

(3) Gegenmacht

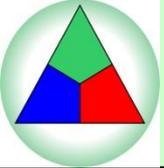
.....

**(4) Überzeugende
Alternativen**

.....

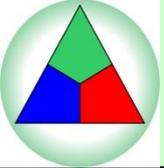
(5) Angst vor Kosten

.....



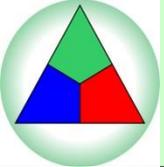
Erfolgsbedingungen für eine starke Nachhaltigkeit

Ökonomische Bedingungen	
Polit. institutionelle Bedingungen	
Situative Bedingungen	
Öffentl. Problemwahrnehmung	
Richtiger Zeitpunkt	
Bündnisfähigkeit	
Überzeugendes Engagement	
Neuer Rahmen	



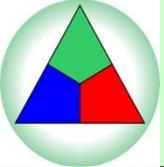
Konkrete Maßnahmen

1. Strategien Indirekte A.	
2. Strategien Politiker	
3. Rahmenbedingungen	
Fazit	



Bewertung der direkten Akteure

	Interessen	Mittel	Tätigkeiten	Bewertung	Perspektive
1. Bundestag	Wiederwahl, Gestaltung, Kontrolle der Bundesreg.	Gesetzgebung Druck und Anfragen	EEG, ÖSR, Enquete Kommiss.	ökolog. Leitplanken aber Hemmnisse, verbessert den B.- Haushalt	gegenläufige Tendenzen
2. B-Regierung	Machtstabilisierung	Gesetzesvorlagen, etc.	Internationaler Einfluß	parteiabhängig	Chancen durch öffentlichen Druck
3. B-Länder, B-Rat	landesspez. Interessen	Gesetzesvorlagen	landesspez Einfluß	Hoffnung auf techn. Fortschritt	Chancen durch öffentlichen Druck
4. EU	Vereinfachung des Handels . Währung	Richtlinien u. Verordnungen	Cap and trade		zunehmender globaler Einfluss
5. Internat. Akteure	breit gefächert				



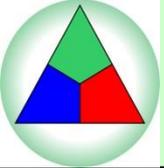
Bewertung der indirekten Akteure

	Interessen	Mittel	Tätigkeit	Bewertung	Perspektive
1. Verwaltungen	Machtzuwachs oder Ruhe	Verwaltungs-handeln	relatives engagierte s Handeln		Bündnis-partner suchen
2. Kommunen	Ansehen u. Attraktivität	kommunale s Handeln	lokale N. - Projekte	höheres Potential als bisher wahrge-nommen	langsam zunehmendes Engagement
3. Medien	Auflage- u. Gewinn-steigerung, Machts-ausweitung,	veröffentlich te Inhalte	Stakeholde r- gebunden		wichtige Bündnis-partner
4. Parteien	Machtzuwachs, Mitglieder-gewinnung				Chancen durch öffentlichen Druck



Bewertung der indirekten Akteure

	Interessen	Mittel	Tätigkeiten	Bewertung	Perspektive
5. Wirtschaftsverbände	Machtzuwachs, Mitglieder-gewinnung	Lobbys		ausbaufähig, branchenabhängig, zur Zeit oft hemmend	
6. NGO's	Aufklärung der Öffentlichkeit	öffentliche Aktionen u. Kampagne	div. Kampagnen	unverzichtbarer Akteur der Nachhaltigkeit	Chancen durch öffentlichen Druck
7. Sonst.					
8. Konsumenten	Umwelt schützen	div. z.B. Änderung Kaufverhalten	nachhaltiges Konsumverhalten z.B. Ökostrom, Aufklärungen	ausbaufähig, noch wirken sozial-ökonomische Faktoren	



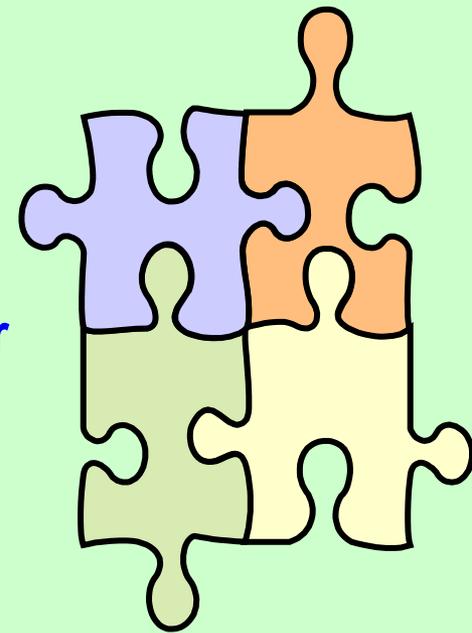
Strategiepfade für eine starke Nachhaltigkeit

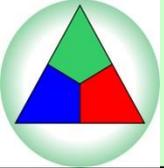
Rogall

2013

Langjähriges Werben statt Resignation,
öffentlicher Druck und neue Mehrheiten bringen Erfolge:

1. **Gesellschaftliche Bündnisse** (Bürgergesell. und Politik)
2. **Vorbereitung der Instrumente, Zeitfenster nutzen**
3. **Suche u. Stärkung potentieller Bündnispartner**
(z.B. EE- und Umweltbranche)
4. **Gründung internationaler Organisationen und Allianzen (EU)**





Neues Modell der Akteursgruppen

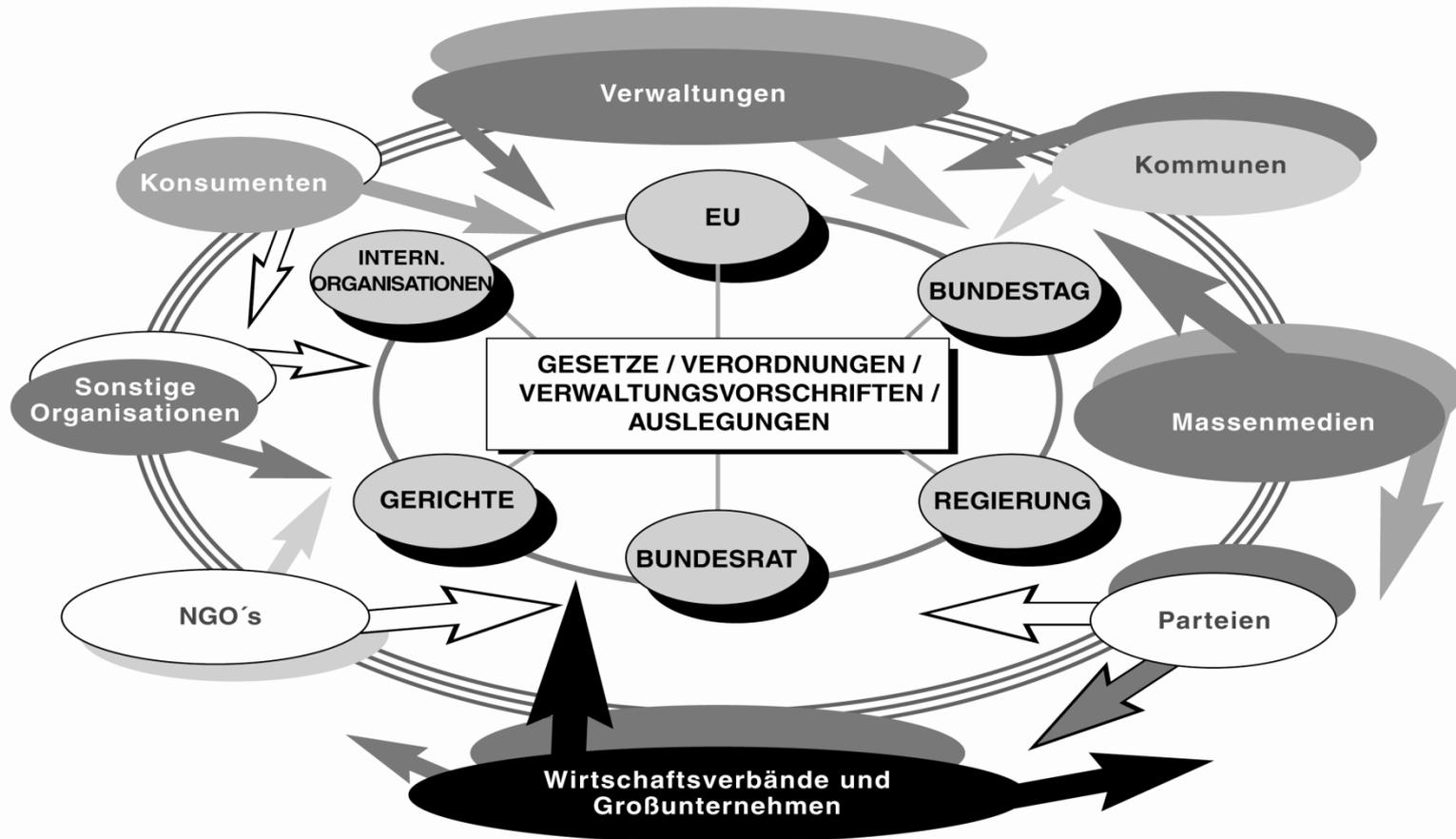


Abb. V 1 : Neues Modell der Akteursgruppen der Nachhaltigkeit in Deutschland