

# Einführung in die Postwachstumsökonomik

Soziale Diffusion

apl. Prof. Dr. Niko Paech  
Universität Siegen  
Plurale Ökonomik

**PLURALE** ÖKONOMIK  
 Masterstudiengang  
an der UNI SIEGEN

Produziert vom

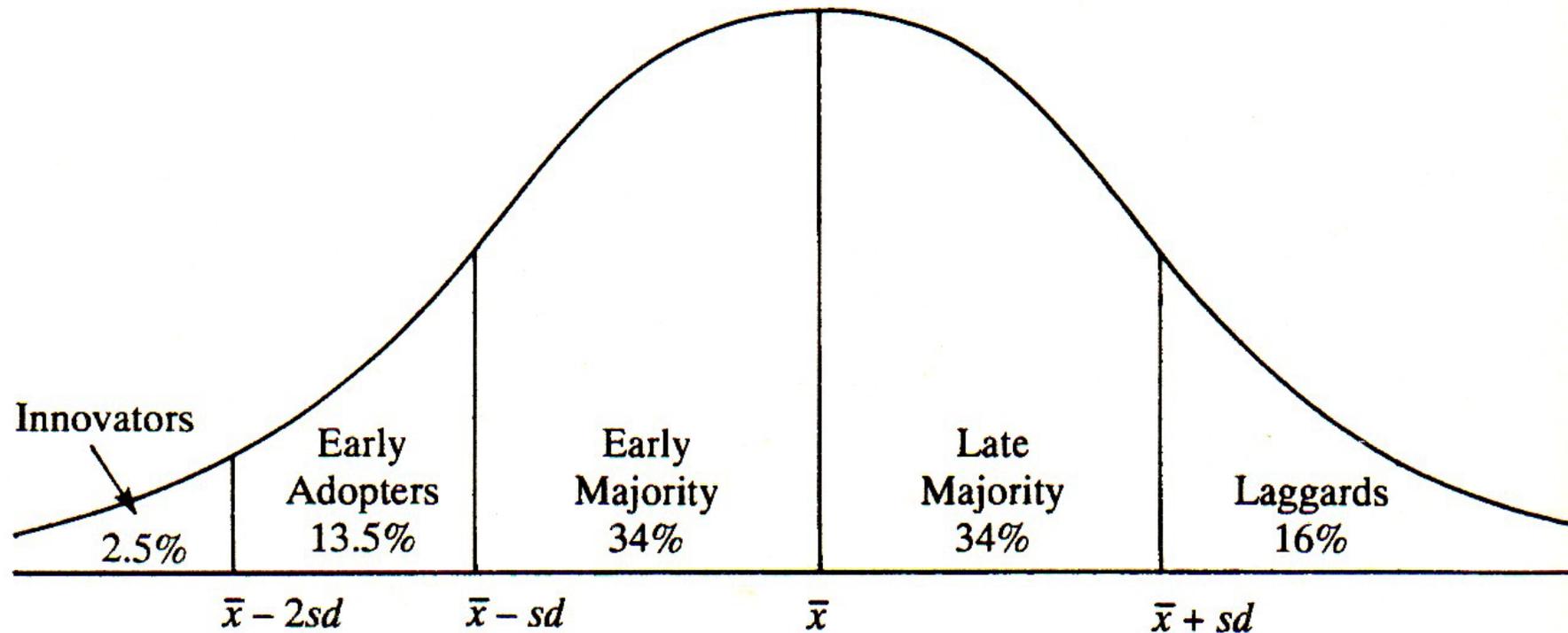
**ZMML**  
Zentrum für Multimedia in der Lehre



# Agenda

1.	Stand der Nachhaltigkeitsdebatte und Historie der Wachstumskritik
2.	Produktivität, soziale Wachstumsgrenzen und Leistungsgerechtigkeit
3.	Das Resilienzproblem
4.	Psychische Wachstumsgrenzen
5.	Das Entkopplungsproblem I
6.	Das Entkopplungsproblem II
7.	Wachstumstreiber und Handlungsebenen des Wandels
8.	Suffizienz und Subsistenz
9.	Subsistenz und Regionalökonomie
10.	Gestaltung der Rest-Industrie
11.	Transformationsstrategien und -maßnahmen
12.	Soziale Diffusion

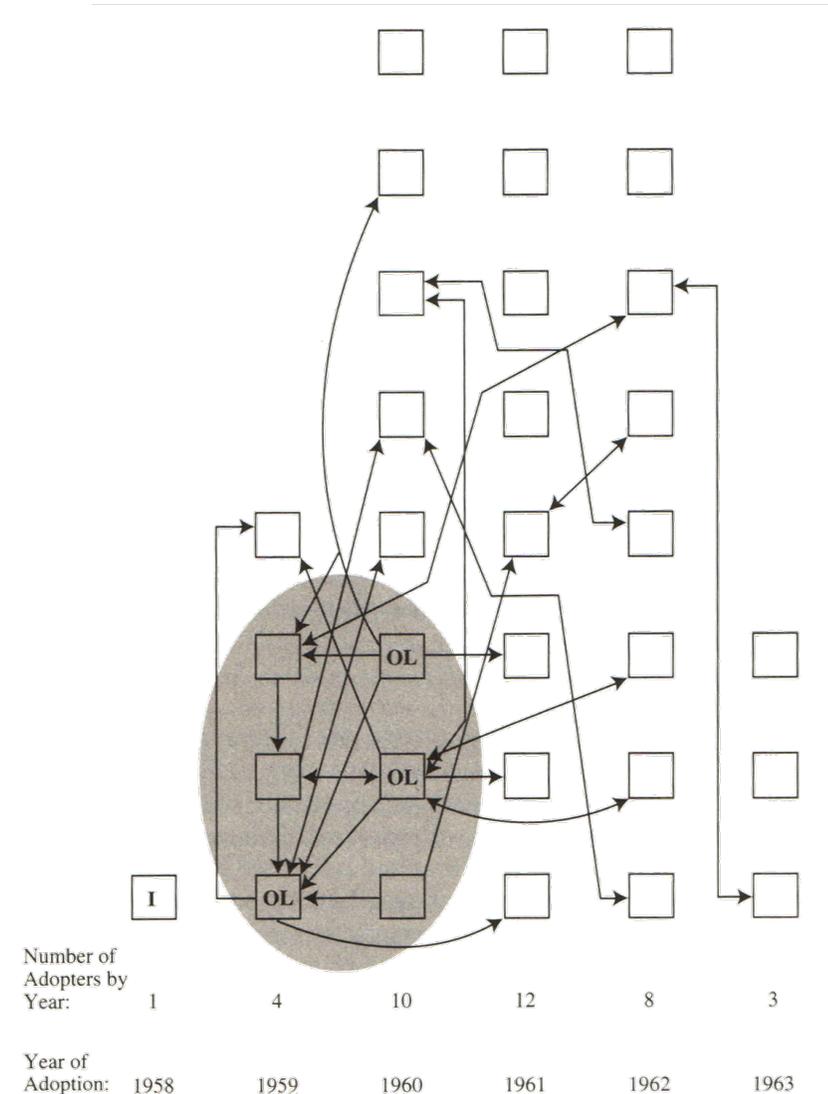
# Verschiedene Typen von Adoptern im Diffusionsgeschehen



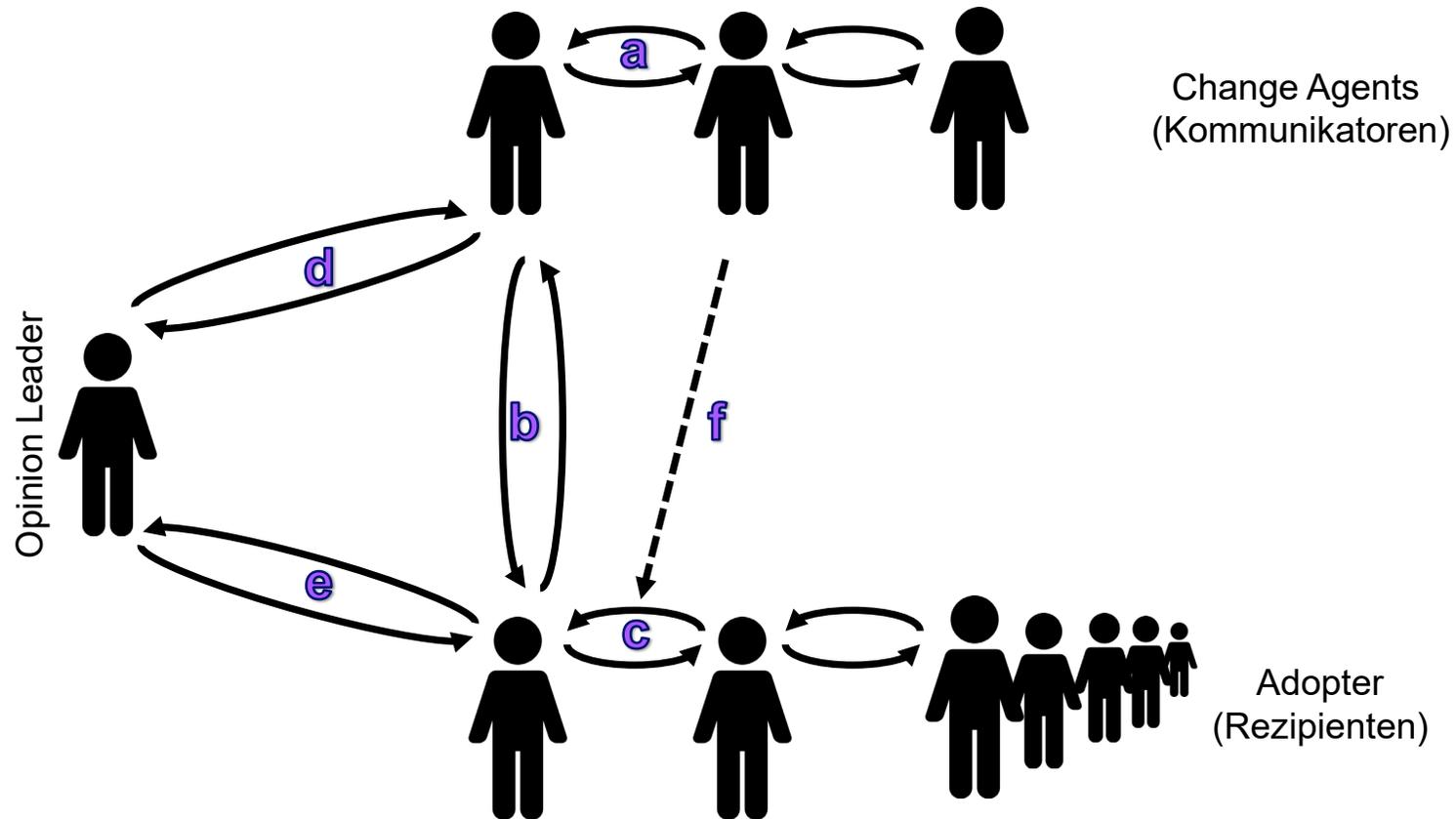
Quelle: Rogers (2003): Diffusion of Innovations: Modifications of a Model for Telecommunications, 5th ed., New York: Free Press, p.281

## Soziale Interaktion und Opinion Leaders

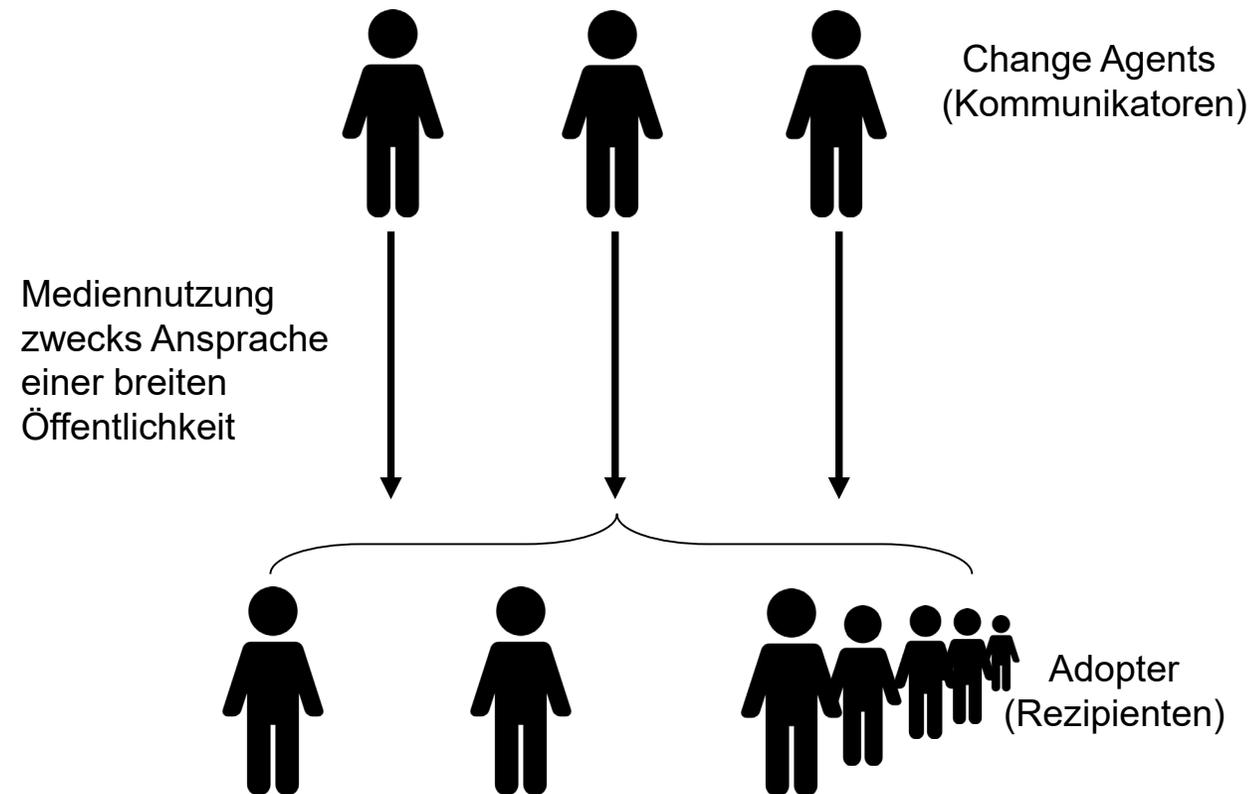
- Opinion leadership is the degree to which an individual is able to influence other individuals' attitudes or overt behaviour informally in a desired way.
- Example: Opinion leadership patterns in the diffusion for modern math methods among school superintendents in Allegheny County (Pennsylvania)



# Diffusionssysteme: Akteurstypen und Interaktionsbeziehungen



# Interaktionsbeziehungen zwischen Change Agents und Adoptern I



## Handlungsoptionen unterhalb des Radars der Politik: Prinzipien (I)

1. Reduktionsprinzip: Wachstumskritischer Wandel ist kein Unterfangen des zusätzlichen Bewirkens, sondern des kreativen Unterlassens, der Verweigerung und alltäglichen Widerstandsfähigkeit. Nichts ist kostengünstiger, einfacher, voraussetzungsloser und radikaler als Reduktion!
2. Prinzip der sozialen Diffusion: Selbstbegrenzung durch reale Beispiele vermitteln, um als lebendes Kommunikationsinstrument zu wirken. Gelebtes Erfahrungswissen erzeugen, auf das andere Teile der Gesellschaft im Bedarfsfall zugreifen können. Besser konsequent und ehrlich in der Nische neue Formen erproben, als angepasst und wirkungslos in der Masse untergehen.
3. Prinzip der Glaubwürdigkeit: Wer nicht so lebt wie er/sie redet, ist nicht Teil der Lösung, sondern des Problems. Glaubwürdigkeit bildet die Grundvoraussetzung für wirksame Nachhaltigkeitskommunikation!
4. Anti-Frustrations-Prinzip: Der Erfolg unilateraler, lebensstilbasierter Aktionen bemisst sich nicht am aktuellen Zuspruch von Massen, sondern an der deren zukünftiger Funktionsfähigkeit – ganz besonders im Krisenfall.

## Handlungsoptionen unterhalb des Radars der Politik: Prinzipien (II)

5. Resilienz-Prinzip: Daseinsformen einüben, die krisenfest sind.
6. Übungsprinzip: Das Leben in einer Postwachstumsökonomie muss geübt worden sein, bevor es ertragen und in alltäglich Praxis überführt werden kann. Reduktion kann an niemanden delegiert werden. Kompetenzen: Disziplin, Konsequenz, Konfliktfähigkeit, Belastbarkeit, Achtsamkeit
7. Prinzip der Reallabore: Dringend benötigt werden Reallabore, soziale Rettungsboote, konzertierte Aktionen und Orte der Vernetzung etc., an denen sich Postwachstumspioniere nur nicht begegnen, voneinander Lernen, gemeinsame Übungsprogramme praktizieren, sondern sich gegenseitig bestärken können.
8. Aber ohne Orientierung an individuellen Ökobilanzen hilft alles nichts.

**Gefragt sind Individuen, welche die Veränderung verkörpern, die sie propagieren und andere anstiften, es ihnen gleich zu tun.**

**Wachstumskritische Gegenkulturen resultieren aus sozialer Interaktionen, gemeinsamer Übung und gegenseitiger Bestärkung.**