

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>1</b>
<b>1. ZIELE, ABLAUF, METHODIK .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Fragebogengestaltung.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Versand und Rücklauf.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Methodische Einschränkungen .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4. Typenbildung .....</b>	<b>8</b>
<b>2. MARKTENTWICKLUNG 1993 BIS 1996 .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1. Rückblick auf die Marktsituation 1993 .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2. Marktentwicklung 1993/1994.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3. Marktentwicklung 1994/1995 .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. Mögliche Ursachen für Umsatzgewinn und Umsatzverlust im Öko-Consulting 1993 bis 1995.....</b>	<b>33</b>
2.4.1. Umsatzentwicklung einzelner Zielgruppen.....	34
2.4.2. Preis-, Anteils-, Kapazitäts- und Produktivitätseffekte .....	36
2.4.2.1. Preiseffekte: Veränderungen des Tagsatzes .....	37
2.4.2.2. Anteilseffekte: Veränderungen des Öko-Consulting-Anteils am Gesamtumsatz .....	38
2.4.2.3. kapazitäts- und Produktivitätseffekte: Veränderungen der Mitarbeiteranzahl und des durchschnittlichen Umsatzes je Mitarbeiter .....	40
<b>2.5. Marktvolumen Öko-Consulting 1995 .....</b>	<b>43</b>
2.5.1. Marktentwicklung ohne Berücksichtigung von Marktein- und -austritten.....	43
2.5.2. Marktentwicklung unter Berücksichtigung von Marktein- und -austritten .....	43
2.5.2.1. Markteintritte 1994.....	44
2.5.2.2. Markteintritte 1995.....	44
2.5.2.3. Marktaustritte seit 1993 .....	46
2.5.3. Marktentwicklung von 1993 bis 1995 unter Berücksichtigung der Marktein- und Austritte 48	
2.5.4. Schätzung des Marktvolumens im Öko-Consulting 1995 .....	49
<b>2.6. Ausblick auf die Entwicklung 1996 und 1997.....</b>	<b>50</b>
2.6.1. Markteintritte 1996 .....	50
2.6.2. Einflussfaktoren auf die Marktentwicklung.....	51
2.6.2.1. Ergebnisse der Recherche 1993/94 .....	51
2.6.2.1. Ergebnisse der aktuellen Recherche 1996 .....	52
2.6.3. Die aktuelle Situation 1996 .....	54
2.6.4. Die Erwartungen der Öko-Consulting-Anbieter .....	56
2.6.4.1. Erwartungen bezüglich der Marktentwicklung.....	57
2.6.4.2. Zielgruppenspezifische Erwartungen .....	58
2.6.4.3. Zielländerspezifische Erwartungen .....	60
2.6.4.4. Tätigkeitsspezifische Erwartungen .....	62
2.6.4.5. Wachstumsmärkte und potentieller Beratungsbedarf .....	64
2.6.4.6. Potentieller Beratungsbedarf.....	66
<b>2.7. Zusammenfassung Marktentwicklung 1993 bis 1996.....</b>	<b>68</b>

<b>3.</b>	<b>MARKTANALYSE 1996 .....</b>	<b>70</b>
<b>3.1.</b>	<b>Die Rahmendaten der Öko-Consulting-Anbieter.....</b>	<b>71</b>
3.1.1.	Öko-Consulting-Anbieter und Typenbildung .....	71
3.1.2.	Berufsberechtigungen (Gewerbescheine, Befugnisse, sonstige Befähigungsnachweise).....	76
3.1.3.	Rechtsformen der Öko-Consulting-Anbieter .....	79
3.1.4.	Auswertung nach Bundesländern .....	80
3.1.5.	Niederlassungen und Muttergesellschaften.....	82
3.1.6.	Gründung und Markteintritt .....	84
<b>3.2.</b>	<b>Beschäftigte im Öko-Consulting .....</b>	<b>87</b>
3.2.1.	Gesamtüberblick über die im Öko-Consulting Beschäftigten.....	87
3.2.2.	Mitarbeiterstruktur der im Öko-Consulting tätigen Beratungsunternehmen .....	92
3.2.1.	Ausbildung der im Öko-Consulting Beschäftigten .....	99
<b>3.3.</b>	<b>Die Umsatzdaten der Öko-Consulting-Anbieter .....</b>	<b>106</b>
3.3.1.	Umsatzaufteilung nach Zielgruppen.....	107
3.3.2.	Umsatzaufteilung nach Zielländern.....	109
3.3.3.	Umsatzaufteilung nach Tätigkeitsarten.....	111
<b>3.4.</b>	<b>Das Leistungsangebot .....</b>	<b>113</b>
3.4.1.	Die Öko-Consulting-Projekte der letzten fünf Jahre .....	114
3.4.2.	Die Schwerpunkte des aktuellen Leistungsangebots.....	135
3.4.2.1.	Umweltmanagementsysteme, Qualitätsmanagement und Arbeitnehmerschutz .....	141
3.4.2.2.	Spezialisierung auf Umweltmedien .....	142
3.4.2.3.	Forschungsschwerpunkte .....	143
3.4.2.4.	Herstellung von Produkten .....	144
3.4.2.5.	Publikationen .....	145
3.4.2.6.	Konsumentenberatung .....	146
3.4.2.7.	Sonstige Tätigkeiten.....	146
<b>3.5.</b>	<b>Die Marktsituation des Öko-Consulting in Österreich 1996.....</b>	<b>148</b>
3.5.1.	Die Konkurrenzsituation .....	148
3.5.1.1.	Die Ursachen eines hohen Konkurrenzdrucks .....	150
3.5.1.2.	Die Ursachen eines mittleren Konkurrenzdrucks .....	150
3.5.1.3.	Die Ursachen eines schwachen Konkurrenzdrucks.....	151
3.5.2.	Der Verflechtungsgrad .....	151
3.5.2.2.	Erhalt und Vergabe von Subkontrakten.....	151
3.5.2.1.	Kooperationen .....	153
3.5.2.3.	Beratungstätigkeiten im Auftrag der WIFIs .....	155
3.5.3.	Die Auslandsorientierung.....	155
<b>3.6.</b>	<b>Zusammenfassung der Marktanalyse 1996 .....</b>	<b>158</b>

<b>4.</b>	<b>AUSBLICK AUF KÜNFTIGE FORSCHUNGSFRAGEN .....</b>	<b>160</b>
<b>5.</b>	<b>ANHANG.....</b>	<b>162</b>
<b>5.1.</b>	<b>Spezialkapitel Öko-Audit (EMAS, ISO 14001, Responsible Care).....</b>	<b>164</b>
5.1.2.	Beurteilung des Produktes Öko-Audit nach der EMAS-Verordnung .....	165
5.1.3.	Die Beurteilung des EMAS-Systems im Vergleich zur ISO 14000-Normenreihe..	172
5.1.4.	Verbesserungsvorschläge zur EMAS-Verordnung.....	173
<b>5.2.</b>	<b>Spezialthemen des Öko-Consulting.....</b>	<b>175</b>
5.2.1.	Eine Analyse der Entwicklung der österreichischen Öko-Consulting-Nachfrage 1993 bis 1995 .....	175
5.2.2.	Die werbewirksame Verwertung von Öko-Consulting-Projekten .....	179
5.2.3.	Die Rolle von Gemeinden als Nachfrager von Öko-Consulting-Leistungen .....	184
5.3.4.	Der österreichische Öko-Consulting-Anbieter auf dem Weg nach Europa.....	189
5.2.5.	Der Umweltanalytik-Markt in Österreich .....	192
5.2.6.	Die Ausbildung der im Öko-Consulting tätigen Personen .....	197
<b>5.3</b>	<b>Literatur .....</b>	<b>200</b>
<b>5.4.</b>	<b>Fragebogenmuster .....</b>	<b>205</b>

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb.1.1.:	Vergleich der Projekte 1993/94 und 1996 .....	2
Abb.1.2.:	Ablauf des Forschungs- und Rechercheprojekts "Öko-Consulting 1996" .....	2
Abb.1.3.:	Vergleich der erhobenen Daten 1993/94 und 1996 - Wiedereinträge, Neugründungen und Reichweiteneffekte .....	5
<hr/>		
Abb.2.1.:	Umsatzentwicklung im Öko-Consulting 1993/94 .....	15
Abb.2.2.:	Rahmendaten der Umsatzgewinner und Umsatzverlierer im Öko-Consulting 1993/94 .....	16
Abb.2.3.:	Rahmendaten der technisch-orientierten Umsatzgewinner und -verlierer 1993/94 .....	18
Abb.2.4.:	Rahmendaten der management-orientierten Umsatzgewinner und -verlierer 1993/94 .....	19
Abb.2.5.:	Rahmendaten der interdisziplinären Umsatzgewinner und -verlierer 1993/94 .....	20
Abb.2.6.:	Rahmendaten der Forschungsinstitute als Umsatzgewinner und -verlierer 1993/94 .....	21
Abb.2.7.:	Darstellung der Umsatzgewinner und Umsatzverlierer im Öko-Consulting 1993/94 nach Öko-Consulting-Typen .....	22
Abb.2.8.:	Umsatzentwicklung im Öko-Consulting 1994/95 .....	24
Abb.2.9.:	Rahmendaten der Umsatzgewinner und Umsatzverlierer im Öko-Consulting 1994/95 .....	25
Abb.2.10.:	Rahmendaten der technisch-orientierten Umsatzgewinner und Umsatzverlierer 1994/95 .....	27
Abb.2.11.:	Rahmendaten der management-orientierten Umsatzgewinner und Umsatzverlierer 1994/95 .....	28
Abb.2.12.:	Rahmendaten der interdisziplinären Umsatzgewinner und Umsatzverlierer 1994/95 .....	29
Abb.2.13.:	Rahmendaten der Forschungsinstitute als Umsatzgewinner und -verlierer 1994/95 .....	30
Abb.2.14.:	Darstellung der Umsatzgewinner und Umsatzverlierer im Öko-Consulting 1994/95 nach Typen .....	31
Abb.2.15.:	Umsatzentwicklung im Öko-Consulting 1993/95 .....	34
Abb.2.16.:	Umsatzentwicklung im Öko-Consulting 1993/95 nach Zielgruppen .....	35
Abb.2.17.:	Nominelle und reale Veränderungen des Öko-Consulting-Umsatzes und Berechnung der Preiseffekte (Vergleich 1993/95) .....	37
Abb.2.18.:	Entwicklung des Öko-Consulting-Anteils (Vergleich 1993/95) .....	38
Abb.2.19.:	Preis-, Anteils- und Volumenseffekte (Vergleich 1993/95) .....	39
Abb.2.20.:	Kapazitäts- und Produktivitätsentwicklung (Vergleich 1993/95) .....	40
Abb.2.21.:	Zusammenfassung der möglichen Ursachen für Umsatzgewinne und -verluste im Öko-Consulting (Vergleich 1993/95) .....	42
Abb.2.22.:	Marktentwicklung im Öko-Consulting von 1993 bis 1995 .....	43
Abb.2.23.:	Markteintritte ins Öko-Consulting 1995 .....	44
Abb.2.24.:	Marktaustritte seit 1993 .....	46
Abb.2.25.:	Marktentwicklung 1994/95 unter Berücksichtigung Marktein- und -austritte .....	48
Abb.2.26.:	Marktvolumen im Öko-Consulting 1995 .....	49
Abb.2.27.:	Bewertung der Einflußfaktoren auf die Öko-Consulting-Nachfrage der letzten zwei Jahre (Recherche 1995) .....	53
Abb.2.28.:	Umsatzerwartungen der Berater .....	57
Abb.2.29.:	Zielgruppenspezifische Umsatzerwartungen der Öko-Consulting-Anbieter .....	58
Abb.2.30.:	Zielländerspezifische Umsatzerwartungen der Öko-Consulting-Anbieter .....	60
Abb.2.31.:	Tätigkeitsspezifische Umsatzerwartungen der Öko-Consulting-Anbieter .....	62
Abb.2.32.:	Wachstumsmärkte im Öko-Consulting .....	64
Abb.2.33.:	Zielgruppen und Wachstumsmärkte im Öko-Consulting .....	65

Abb. 3.1.:	Übersicht über die ausgewerteten Öko-Consulting-Anbieter .....	71
Abb. 3.2.:	Anteile der vier Typen von Öko-Consulting-Anbietern .....	75
Abb. 3.3.:	Berufsberechtigungen (Gewerbescheine, Befugnisse) .....	76
Abb. 3.4.:	Rechtsformen der österreichischen Öko-Consulting-Anbieter .....	79
Abb. 3.5.:	Rechtsformen der österreichischen Öko-Consulting-Anbieter nach Typen .....	79
Abb. 3.6.:	Anzahl der Öko-Consulting-Anbieter in den einzelnen Bundesländern .....	80
Abb. 3.7.:	Auswertung der Öko-Consulting-Anbieter nach Bundesländern und Typen .....	81
Abb. 3.8.:	Öko-Consulting-Umsätze nach Bundesländern und Typen .....	81
Abb. 3.9.:	Öko-Consulting-Anbieter mit und ohne Niederlassungen .....	82
Abb. 3.10.:	Ausländische Niederlassungen österreichischer Öko-Consulting-Anbieter .....	83
Abb. 3.11.:	Muttergesellschaften österreichischer Öko-Consulting-Anbieter .....	84
Abb. 3.12.:	Gründungsjahre österreichischer Öko-Consulting-Anbieter .....	84
Abb. 3.13.:	Beginn der Tätigkeit im Öko-Consulting .....	85
Abb. 3.14.:	Vergleich Gründungsjahr und Beginn der Tätigkeit im Öko-Consulting .....	86
Abb. 3.15.:	Überblick über die bei Öko-Consulting-Anbietern Beschäftigten .....	88
Abb. 3.16.:	Überblick über die im Öko-Consulting tätigen Personen .....	91
Abb. 3.17.:	Mitarbeiterstruktur der im Öko-Consulting tätigen Beratungsunternehmen .....	93
Abb. 3.18.:	Qualifikationsstruktur der im Öko-Consulting tätigen Beratungsunternehmen .....	95
Abb. 3.19.:	Kombinationen von Studientypen in den Öko-Consulting-Unternehmen .....	97
Abb. 3.20.:	Ausbildung der im Öko-Consulting Beschäftigten .....	99
Abb. 3.21.:	Details zu den Ausbildungsinhalten .....	100
Abb. 3.22.:	Studientypen der bei Öko-Consulting-Anbietern beschäftigten Akademiker (gesamt) .....	101
Abb. 3.23.:	Bei technisch-orientierten Öko-Consulting-Anbietern beschäftigte Akademiker .....	101
Abb. 3.24.:	Bei forschungsorientierten Öko-Consulting-Anbietern beschäftigten Akademiker .....	102
Abb. 3.25.:	Bei interdisziplinären Öko-Consulting-Anbietern beschäftigten Akademiker .....	102
Abb. 3.26.:	Bei management-orientierten Öko-Consulting-Anbietern beschäftigten Akademiker .....	103
Abb. 3.27.:	Ausbildung der in den letzten zwei Jahren neu aufgenommenen Mitarbeiter .....	104
Abb. 3.28.:	Details der gewünschte Ausbildung der in den nächsten zwei Jahren neu aufzunehmenden Mitarbeiter .....	105
Abb. 3.29.:	Aufteilung des Öko-Consulting-Umsatzes nach Zielgruppen .....	107
Abb. 3.30.:	Aufteilung des Öko-Consulting-Umsatzes nach Zielländern .....	109
Abb. 3.31.:	Aufteilung des Öko-Consulting-Umsatzes nach Tätigkeitsarten .....	111
Abb. 3.32.:	Systematisierung der Beratungsleistungen durch "Leistungsarten" .....	114
Abb. 3.33.:	Überblick über die abgeschlossenen Öko-Consulting-Projekte 1991-1995 .....	115
Abb. 3.34.:	Kenndaten der abgeschlossenen Öko-Consulting-Projekte 1991-1995 nach Leistungsarten .....	117
Abb. 3.35.:	Auswertung der abgeschlossenen Öko-Consulting-Projekte 1991-1995 nach Leistungsarten .....	118
Abb. 3.36.:	Nennungen sonstiger Öko-Consulting-Projekte zwischen 1991 und 1995 .....	126
Abb. 3.37.:	Kenndaten der abgeschlossenen Öko-Consulting-Projekte 1991-1995 nach Branchen .....	128
Abb. 3.38.:	Auswertung der abgeschlossenen Öko-Consulting-Projekte 1991-1995 nach Branchen .....	129
Abb. 3.39.:	Das aktuelle Leistungsangebot - Anzahl der Anbieter nach Leistungsarten .....	136
Abb. 3.40.:	Details des aktuellen Leistungsangebot (Fortsetzung) .....	140

Abb. 3.41.:	Anbieter in den Bereichen Umweltmanagementsysteme, Qualitätsmanagement und Arbeitnehmerschutz.....	141
Abb. 3.42.:	Spezialisierung des Leistungsangebots auf Umweltmedien.....	142
Abb. 3.43.:	Forschungsschwerpunkte der Öko-Consulting-Anbieter.....	143
Abb. 3.44.:	Sonstige Forschungsaktivitäten der Öko-Consulting-Anbieter .....	144
Abb. 3.45.:	Herstellung und Handel mit Produkten .....	145
Abb. 3.46.:	Publikationstätigkeit der Öko-Consulting-Anbieter.....	145
Abb. 3.47.:	Themen und Schwerpunkte der Publikationstätigkeit.....	145
Abb. 3.48.:	Konsumentenberatung durch Öko-Consulting-Anbieter .....	146
Abb. 3.49.:	Sonstige Tätigkeiten der Öko-Consulting-Anbieter.....	146
Abb. 3.50.:	Einschätzung des Konkurrenzdrucks durch die Öko-Consulting-Anbieter.....	149
Abb. 3.51.:	Erhaltene und vergebene Subkontrakte nach Typen von Öko-Consulting-Anbietern .....	152
Abb. 3.52.:	Datailanalyse der Vergabe von Subkontrakten.....	152
Abb. 3.53.:	Datailanalyse des Erhalts von Subkontrakten.....	153
Abb. 3.54.:	Regelmäßige Kooperationen mit anderen Öko-Consulting-Anbietern .....	154
Abb. 3.55.:	Regelmäßige Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen.....	154
Abb. 3.56.:	Beratungstätigkeiten im Auftrag der WIFIs .....	155
Abb. 3.57.:	Abgeschlossene Auslandsprojekte in den Jahre 1991 bis 1995 .....	156

---

Abb.5.1.:	Anzahl der Berater und Prüfer für den Aufbau von Umweltmanagementsystemen.....	164
Abb.5.2.:	Öko-Consulting-Anbieter, die im Aufbau von Umweltmanagementsystemen tätig sind .....	165
Abb.5.3.:	Positive und negative Argumente zur EMAS Verordnung auf Mikro- und Makroebene .....	166
Abb.5.4.:	Vergleichende Beurteilung von EMAS und ISO 14000-Normenreihe .....	172