

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	10
Vorwort .....	15
<b>Warum sich mit Nachhaltigkeit beschäftigen? .....</b>	<b>17</b>
<b>1 Unternehmerische Nachhaltigkeit: das neue Normal .....</b>	<b>21</b>
1.1 Die Bedeutung von Unternehmen .....	21
1.2 Nachhaltigkeit & Überzeugungen .....	23
1.3 Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie .....	28
1.4 Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie .....	30
1.5 Einführung in unternehmerische Nachhaltigkeit .....	32
<b>2 Verständnis von Nachhaltigkeit .....</b>	<b>41</b>
2.1 Begriffe & Definitionen .....	42
2.2 Modelle der Nachhaltigkeit .....	47
2.3 Ursächliche Faktoren für menschliches (Un-)Wohlergehen .....	50
<b>3 Vom Wachstum zum nachhaltigeren Wirtschaften .....</b>	<b>57</b>
3.1 Anlässe für ein nachhaltigeres Wirtschaften .....	58
3.2 Ungebremstes Wirtschaftswachstum – Was passiert, wenn nichts passiert? .....	67
3.3 Zukünfte einer nachhaltigeren Wirtschaft .....	72
3.3.1 Nachhaltigkeit als Modernisierung .....	76
3.3.2 Nachhaltigkeit als systemischer Ansatz .....	79
3.3.3 Nachhaltigkeit als Dystopie .....	85
3.3.4 Einschätzungen zu den Diskurspositionen .....	87
3.4 Unternehmerische Nachhaltigkeit: eine Jahrhundertaufgabe .....	90
<b>4 Nachhaltige Entwicklung &amp; Transformation .....</b>	<b>95</b>
4.1 Transformationsdesign und die Suche nach Ausgängen .....	96
4.2 Transformationspfad einer nachhaltigen Entwicklung .....	100
4.3 Beteiligte, Rollen und Aufgaben .....	102
4.4 Treiber einer nachhaltigeren Entwicklung .....	109
4.4.1 (Natur-)Katastrophen als Treiber .....	110
4.4.2 Aktuelle Energiekrise als Treiber .....	111
4.4.3 Verbraucherverhalten als Treiber .....	114
4.4.4 Normen, Regularien und Urteile .....	117

4.4.5	Sustainable Finance als Treiber .....	121
4.4.6	Der Indikatorenbericht als Gradmesser einer nachhaltigen Entwicklung .....	124
4.5	Szenarien einer nachhaltigen Entwicklung .....	129
4.6	Auswirkungen für unternehmerische Nachhaltigkeit .....	136
<b>5</b>	<b>Framework für unternehmerische Nachhaltigkeit .....</b>	<b>141</b>
5.1	Das Framework als Transmissionsriemen .....	142
5.2	Doppelte Wesentlichkeit & Stakeholdermanagement .....	144
5.3	Typologien unternehmerischer Nachhaltigkeit .....	154
5.4	Aufbau & Struktur des Nachhaltigkeits-Frameworks .....	157
5.4.1	Prozessmodell & Gestaltungsfelder .....	159
5.4.2	Differenzierende Anspruchsniveaus .....	162
5.4.3	Ausgangslage & Soll-Anspruchsniveaus .....	167
<b>6</b>	<b>Zielbilder &amp; Innovationen .....</b>	<b>171</b>
6.1	Die Wirksamkeit nachhaltiger Innovationen .....	172
6.2	Handlungsprinzipien für mehr unternehmerische Nachhaltigkeit .....	179
6.2.1	Handlungsprinzip ›Öko-Effizienz‹ .....	182
6.2.2	Handlungsprinzip ›Suffizienz‹ .....	185
6.2.3	Handlungsprinzip ›Konsistenz‹ .....	190
6.2.4	Die verschiedenen Ansatzpunkte der Handlungsprinzipien .....	194
6.3	Denkmodelle für unternehmerische Nachhaltigkeit .....	196
6.3.1	Pay-per-Use   Nutzen statt besitzen .....	199
6.3.2	Cradle to Cradle   In Kreisläufen denken .....	201
6.3.3	Sharing   Nutzungsrechte für Ressourcen teilen .....	204
6.3.4	Energy Harvesting   Energie dezentral erzeugen .....	205
6.4	Zusammenfassung und Ausblick .....	207
<b>7</b>	<b>Exkurs – Digitalisierung meets Nachhaltigkeit .....</b>	<b>211</b>
<b>8</b>	<b>Ausgangslagen &amp; Reifegrade unternehmerischer Nachhaltigkeit .....</b>	<b>221</b>
8.1	Positionierung mit und zur Nachhaltigkeit .....	222
8.2	Sichtbarkeit unternehmerischer Nachhaltigkeit .....	225
8.2.1	Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	228
8.2.2	Greenwashing & Klimaneutralität .....	234
8.2.3	Nachweise unternehmerischer Nachhaltigkeit .....	242
8.2.4	Leuchttürme unternehmerischer Nachhaltigkeit .....	256
8.3	Erfolgsfaktoren und Hemmfaktoren .....	262

---

<b>9</b>	<b>Transformationspfade unternehmerischer Nachhaltigkeit</b> .....	269
9.1	Transformationspfade & Pfadabhängigkeiten .....	270
9.2	Strategie- & Innovationsmanagement .....	276
9.2.1	Strategiemangement .....	277
9.2.2	Innovationsmanagement .....	283
9.2.3	Die Wirkung einer guten, innovativen Strategie .....	288
9.3	Implementierung unternehmerischer Nachhaltigkeit .....	290
9.3.1	Hybrides Veränderungsmanagement .....	291
9.3.2	Einführung strategischer Leitlinien .....	295
9.3.3	Veränderungsmanagement ist Führungsaufgabe .....	299
<b>10</b>	<b>Kolloquium zu unternehmerischer Nachhaltigkeit</b> .....	303
10.1	›Wollen‹ ist nicht ›machen‹ .....	303
10.2	Mehr ›Schein‹ als ›Sein‹? .....	305
10.3	Ein realistischer Ausblick?! .....	312
<b>11</b>	<b>55 Standpunkte zu nachhaltigerem Wirtschaften</b> .....	319
<b>12</b>	<b>Anhang</b> .....	325
12.1	CrossNachhaltigkeits-Check .....	325
12.2	Glossar .....	331
	Literaturverzeichnis .....	349
	Der Autor .....	367
	Danksagung .....	369
	Stichwortverzeichnis .....	371