# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort**

**Inhaltsverzeichnis**

**Verzeichnis der Abkürzungen**

<table>
<thead>
<tr>
<th>1 Forschungskonzeption</th>
<th>9</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.1 Forschungsmethodik</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>1.1.1 Forschungsmethodische Grundlagen</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>1.1.2 Forschungsdesign</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>1.1.3 Projektverlauf</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td>1.2 Ausgangspunkte und Probleme</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td>1.3 Forschungsleitende Fragestellungen</td>
<td>13</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>2 Konzeptionelle Grundlagen</th>
<th>14</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2.1 Was ist Unternehmerische Nachhaltigkeit?</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1.1 Prinzipien Unternehmerischer Nachhaltigkeit</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1.2 Substituierbarkeit, Reversibilität und Nicht-Linearität</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1.3 Transformation der Nachhaltigkeit: Vom politischen zum Managementprojekt</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1.4 Nachhaltigkeit auf Unternehmensebene</td>
<td>18</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2 Die drei Fälle Unternehmerischer Nachhaltigkeit</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2.1 Der „Business Case“ für Unternehmerische Nachhaltigkeit</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2.2 Der „Natural Case“ für Unternehmerische Nachhaltigkeit</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2.3 Der „Societal Case“ für Unternehmerische Nachhaltigkeit</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2.4 Unternehmerische Nachhaltigkeit als mehrdimensionale Managementaufgabe</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3 Nachhaltige Unternehmensleistungen und ihr Nutzen im Rahmen des „Business Case“</td>
<td>23</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3.1 Verminderung bzw. Beherrschung von Risiken</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3.2 Verbesserung von Image, Reputation und Glaubwürdigkeit</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3.3 Verbesserung von Produktivität bzw. Effizienz</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3.4 Differenzierung im Markt</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3.5 Innovationschancen durch nachhaltige Marktentwicklungen</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>2.4 Die Balanced Scorecard</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>2.4.1 Die Perspektiven der Balanced Scorecard</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>2.4.2 Das Instrument der Balanced Scorecard</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>2.4.3 Kritische Würdigung der BSC</td>
<td>28</td>
</tr>
</tbody>
</table>
3 Sustainability Balanced Scorecard im „Business Case“

3.1 Die Entwicklungsperspektive
3.2 Die Prozessperspektive
3.3 Die Kundenperspektive
3.4 Die Finanzperspektive
3.5 Die Gesellschaftsperspektive
3.6 Exemplarische Wirkungsbeziehungen der SBSC im Überblick

4 Integration der SBSC in die BSC

4.1 SBSC als Planungsinstrument
4.2 Varianten der Integration einer SBSC in die BSC
   4.2.1 Partielle Integration
   4.2.2 Vollständige Integration
   4.2.3 Erweiterung um eine Gesellschaftsperspektive
   4.2.4 Vollständige Integration und Erweiterung um die Gesellschaftsperspektive
4.3 Integration in die Organisationsbereiche

5 Fazit

Literaturverzeichnis