

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Abbildungsverzeichnis	19
Tabellenverzeichnis	21
<i>Prof. Dr. Ulrich Sailer</i>	
1 Nachhaltigkeit – eine Einführung	23
<i>Prof. Dr. Dr. Dietmar Ernst</i>	
2 Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre	31
<i>Prof. Dr. Erskin Blunck</i>	
3 Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	55
<i>Prof. Dr. Horst Blumenstock</i>	
4 Nachhaltiges Personalmanagement	83
<i>Prof. Dr. Carsten Herbes</i>	
5 Internationales Management und Nachhaltigkeit	101
<i>Prof. Dr. Frank Andreas Schittenhelm</i>	
6 Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit	125
<i>Prof. Dr. Hans-Jürgen Gnam und Prof. Dr. Lisa Schwalbe</i>	
7 Betriebliches Umweltmanagement	143
<i>Prof. Dr. Frank Andreas Schittenhelm</i>	
8 Finanzmanagement und Nachhaltigkeit	171

10 Inhaltsübersicht

Prof. Dr. Ulrich Sailer

9 Controlling..... 191

Prof. Dr. Thomas Barth und Prof. Dr. Steffen Scheurer

10 Instrumente zur Umsetzung der Nachhaltigkeit..... 211

Prof. Dr. Katja Gabius

11 Rechtliche Implikationen der Nachhaltigkeit..... 249

Prof. Dr. Monika Reintjes

12 Gestaltung der betrieblichen Wertschöpfung 271

Prof. Dr. Iris Ramme

13 Marketing 299

Prof. Dr. Thomas Ginter

14 Integrales Management – Neue Perspektiven für eine nachhaltige Entwicklung 327

Über die Autoren..... 347

Glossar 353

Index 367

Inhalt

Vorwort	5
Abbildungsverzeichnis	19
Tabellenverzeichnis	21
1 Nachhaltigkeit – eine Einführung	23
2 Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre	31
2.1 Einführung	31
2.2 Betriebswirtschaftliche Wissenschaftsprogramme im Lichte der Nachhaltigkeit	33
2.2.1 Der faktortheoretische Ansatz nach Gutenberg	33
2.2.2 Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre nach Heinen	34
2.2.3 Der systemorientierte Ansatz	36
2.2.4 Der verhaltenorientierte Ansatz	38
2.2.5 Der umweltorientierte Ansatz	40
2.2.6 Der institutionenökonomische Ansatz	41
2.3 Betriebswirtschaftliche Forschung: Quo vadis?	43
2.4 Die Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre	44
2.5 Grundsätze Nachhaltiger Betriebswirtschaftslehre	46
3 Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	55
3.1 Einleitung	55
3.2 Einordnung Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	57
3.3 Dimensionen Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	58
3.4 Organisationszweck und Nachhaltigkeit	59
3.5 Strategieprozess	63
3.5.1 Strategisches Denken	63
3.5.2 Strategieentwicklung	65
3.5.3 Strategieimplementierung / Strategic Change	69

12 Inhalt

3.6	Strategieinhalt.....	69
3.6.1	Ebene der Geschäftsbereichsstrategie	70
3.6.2	Ebene der Unternehmensstrategie	71
3.6.3	Ebene der Netzwerkstrategie	72
3.7	Strategischer Kontext.....	73
3.7.1	Organisatorischer Kontext	74
3.7.2	Industriekontext.....	75
3.7.3	Internationaler Kontext	77
3.7.4	Ökologischer Kontext.....	77
4	Nachhaltiges Personalmanagement	83
4.1	Herausforderungen des Personalmanagements.....	83
4.2	Entwicklung zum nachhaltigen Personalmanagement	85
4.2.1	Ausrichtung und Orientierung.....	85
4.2.2	Grundlegende Zielsetzungen	87
4.2.3	Vertrauenskultur als Basis des nachhaltigen Personalmanagements ...	88
4.3	Zentrale Aufgabenstellungen des nachhaltigen Personalmanagements	89
4.3.1	Die Personalführung	89
4.3.2	Die Personalplanung	91
4.3.3	Die Personalentwicklung	93
4.3.4	Mitgestaltung der Unternehmenskultur	95
4.4	Organisatorische Gestaltung des nachhaltigen Personalmanagements	96
4.4.1	Positionierung und Einordnung des NPM	96
4.4.2	Träger des NPM	97
5	Internationales Management und Nachhaltigkeit	101
5.1	Einleitung.....	101
5.1.1	Internationale Unternehmensaktivitäten – ein Überblick	101
5.1.2	Internationaler Charakter der Nachhaltigkeitsproblematik.....	103
5.1.3	Auswirkungen des internationalen Geschäftes auf die Nachhaltigkeit	104

5.2	Internationale Besonderheiten von Nachhaltigkeitsaspekten.....	106
5.2.1	Größere Handlungsspielräume	107
5.2.2	Supranationale Regelungen zu Nachhaltigkeitsaspekten.....	108
5.2.3	Andere supranationale Nachhaltigkeitstreiber.....	111
5.3	Ansätze und Verständnis von Nachhaltigkeit in verschiedenen Ländern.....	112
5.4	Probleme und Ansätze für nachhaltige internationale Aktivitäten von Unternehmen.....	115
5.4.1	Strategie.....	115
5.4.2	Beschaffung.....	115
5.4.3	Marketing & Vertrieb.....	117
6	Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit.....	125
6.1	Einführende Überlegungen.....	125
6.2	Unternehmensinterne Voraussetzungen für den Erfolg.....	127
6.2.1	Innovationsprozesse.....	129
6.2.2	Innovationskultur	130
6.2.3	Innovationsmanager.....	131
6.3	Besonderheiten von Nachhaltigkeitsaspekten	137
6.3.1	Nachhaltiger Innovationsprozess.....	137
6.3.2	Nachhaltige Innovationskultur	138
6.3.3	Nachhaltige Innovationsmanager.....	138
7	Betriebliches Umweltmanagement.....	143
7.1	Entwicklung des Umweltmanagements.....	143
7.2	Nutzen eines Umweltmanagementsystems.....	146
7.3	Umweltmanagementnach der DIN EN ISO14001	147
7.3.1	Forderungen nach der DIN EN ISO 14001.....	147
7.3.2	Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001	148
7.4	Umweltmanagement nach EMAS.....	153
7.4.1	Forderungen nach EMAS.....	154
7.4.2	Vorgehensweise für die Einführung von EMAS.....	155

7.5	Vereinfachte Systemansätze	161
7.6	Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems	163
8	Finanzmanagement und Nachhaltigkeit.....	171
8.1	Einleitung.....	171
8.2	Investitionsrechnung.....	172
8.2.1	Dynamische Investitionsrechnung.....	174
8.2.2	Moderne Portfoliotheorie.....	178
8.2.3	Nutzwertanalyse.....	179
8.3	Finanzierung.....	180
8.4	Auswirkungen auf Unternehmensführung und Controlling.....	183
8.5	Nachhaltiges Finanzmanagement.....	184
8.6	Risikomanagement	186
9	Controlling	191
9.1	Was versteht man unter Controlling?	191
9.2	Aufgaben der Controller.....	195
9.3	Vom traditionellen zum nachhaltigen Controlling.....	196
9.4	Ganzheitliche Problemlösung.....	201
9.5	Die Grenzen des Rechnungswesens in einem nachhaltigen Controlling	203
9.6	Kennzahlencontrolling versus nachhaltiges Controlling	205
9.7	Praxis des Nachhaltigkeitscontrollings	207
10	Instrumente zur Umsetzung der Nachhaltigkeit	211
10.1	Einleitung.....	211
10.2	Umsetzung von nachhaltigem Management in Unternehmen.....	214
10.3	Der situative Ansatz des nachhaltigen Managements.....	215
10.4	Die Umsetzung im Rahmen eines integrierten Managements.....	218
10.5	Aufgaben des Controllings im Rahmen einer erfolgreichen Umsetzung nachhaltigen Managements.....	221
10.6	Vorstellung eines Assessments zur Prüfung der generellen Umsetzung nachhaltigen Managements.....	222

10.6.1	Anforderungen an ein Nachhaltigkeitsassessment.....	223
10.6.2	Überblick über den Assessmentprozess	223
10.7	Beispiele für konkrete Instrumente zur Steuerung nachhaltigen Managements	229
10.7.1	Die Sustainable Balanced Scorecard als ein Instrument für nachhaltiges Management auf der strategischen Unternehmensebene.....	230
10.7.2	Carbon-Controlling als ein Instrument für nachhaltiges Management auf der operativen Unternehmensebene.....	234
10.8	Externe Berichterstattung nachhaltigen Managements	238
10.8.1	Ansätze zur Messung von Nachhaltigkeit	238
10.8.2	Nachhaltigkeitsberichterstattung nach dem Konzept der Global Reporting Initiative (GRI)	240
10.9	Fazit	245
11	Rechtliche Implikationen der Nachhaltigkeit	249
11.1	Grundlagen der Nachhaltigkeit.....	249
11.2	Corporate Social Responsibility	251
11.2.1	Definition.....	251
11.2.2	Historische Wurzeln.....	252
11.2.3	Rechtliche Implikationen der CSR	253
11.2.4	Abgrenzung	253
11.3	Corporate Governance	254
11.3.1	Begriffsbestimmung	254
11.3.2	Historische Wurzeln.....	255
11.3.3	Rechtliche Grundlagen der Corporate Governance	258
11.4	Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK).....	259
11.4.1	Begriff und Wesen.....	259
11.4.2	Formaler Aufbau des DCGK	260
11.4.3	Materieller Inhalt: die normative Struktur des DCGK.....	260
11.4.4	Aktuelle Entwicklungen im Deutschen Corporate Governance Kodex.....	262

11.5	Grünbuch der EU-Kommission vom 5.4.2011: Europäischer Corporate Governance-Rahmen KOM (2011)	265
11.6	Aktionsplan Corporate Governance der EU	265
11.7	Corporate Compliance	266
11.7.1	Begriff.....	266
11.7.2	Rechtliche Einordnung	266
11.7.3	Grundzüge einer Corporate-Compliance-Organisation im Unternehmen.....	267
12	Gestaltung der betrieblichen Wertschöpfung	271
12.1	Grundlagen.....	271
12.1.1	Betriebliche Wertschöpfung.....	271
12.1.2	Anpassungsdruck.....	272
12.1.3	Ökologische Nachhaltigkeit und betriebliche Wertschöpfung.....	273
12.2	Beschaffung und Beschaffungslogistik	275
12.2.1	Neubewertung bekannter Konzepte.....	275
12.2.2	Erweiterung bestehender Prozesse	278
12.3	Produktion und Produktionslogistik.....	280
12.3.1	Neubewertung bekannter Konzepte.....	280
12.3.2	Erweiterung bestehender Prozesse	283
12.3.3	Einsatz innovativer Technologien.....	285
12.4	Distribution und Distributionslogistik.....	287
12.4.1	Neubewertung bekannter Konzepte.....	287
12.4.2	Erweiterung bestehender Prozesse	291
12.4.3	Einsatz innovativer Technologien.....	293
13	Marketing.....	299
13.1	Marketing und Nachhaltigkeit.....	300
13.1.1	Marketing.....	300
13.1.2	Nachhaltigkeit	300
13.1.3	Definition nachhaltiges Marketing.....	301
13.1.4	Entwicklung des nachhaltigen Marketings.....	303

13.2	Nachhaltigkeit im Marketingprozess.....	304
13.2.1	Der Marketingprozess.....	304
13.2.2	Marketingforschung.....	306
13.2.3	Strategisches Marketing.....	307
13.2.4	Marketingimplementierung und Marketingcontrolling.....	307
13.3	Nachhaltige Marketingmaßnahmen.....	307
13.3.1	Produktpolitik.....	307
13.3.2	Preispolitik.....	313
13.3.3	Distributionspolitik.....	317
13.3.4	Kommunikationspolitik.....	319
14	Integrales Management – Neue Perspektiven für eine nachhaltige Entwicklung.....	327
14.1	Problemstellung: Komplexität und ihre Folgen.....	327
14.2	Der Integrale Ansatz.....	329
14.3	Das Spannungsfeld des integralen Managements.....	338
	Über die Autoren.....	347
	Glossar.....	353
	Index.....	367