

# **Inhaltsverzeichnis**

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>I</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>III</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>VII</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Begriffsabgrenzung .....	1
1.2 Problemstellung .....	2
1.3 Gang der Untersuchung .....	4
<b>2. Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit</b> .....	<b>7</b>
2.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit .....	7
2.2 Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit .....	11
2.3 Ökologische Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit .....	15
2.4 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit .....	16
2.5 Ziele von Nachhaltigkeit .....	19
<b>3. Analyse zur Nachhaltigkeit auf der Unternehmensebene</b> .....	<b>21</b>
3.1 Theoretische Analyse zur Umsetzung von Nachhaltigkeit auf der Unternehmensebene .....	21
3.1.1 Die Interessengruppen eines Unternehmens .....	21
3.1.1.1 Der Shareholder-Value-Ansatz .....	21
3.1.1.2 Der Stakeholder-Ansatz .....	22
3.1.2 Die Umsetzung von Nachhaltigkeit auf der Unternehmensebene .....	24
3.1.2.1 Nachhaltigkeitsmodelle .....	24
3.1.2.1.1 Das Drei-Säulen-Modell .....	24
3.1.2.1.2 Das Schnittmengenmodell .....	25
3.1.2.1.3 Das integrierende Nachhaltigkeitsdreieck .....	26
3.1.2.2 Nachhaltigkeitsstrategien .....	27
3.1.2.2.1 Die Effizienz-Strategie .....	28
3.1.2.2.2 Die Konsistenz-Strategie .....	29
3.1.2.2.3 Die Suffizienz-Strategie .....	30
3.1.2.3 Nachhaltigkeitskonzepte .....	31
3.1.2.4 Institutionelle Standardisierungskonzepte zur Umsetzung von Nachhaltigkeit .....	35
3.1.2.4.1 OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen .....	35
3.1.2.4.2 UN Global Compact .....	36

3.1.2.4.3 Responsible Care .....	37
3.1.3 Die Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	38
3.1.3.1 Die Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	39
3.1.3.2 Medien der Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	41
3.1.3.3 Die Global Reporting Initiative .....	41
3.1.4 Kritische Würdigung der Erkenntnisse aus der theoretischen Analyse .....	45
3.2 Wachstumsanalyse nachhaltiger und konventioneller Produkte am praktischen Beispiel der Chemieindustrie .....	47
3.2.1 Ziel der Untersuchung und Vorgehensweise .....	47
3.2.2 Auswahl der Stichprobe .....	48
3.2.2.1 Begründung der besonderen Eignung der Chemiebranche.....	48
3.2.2.2 Begründung der Auswahl der Unternehmen .....	49
3.2.2.3 Vorstellung der Stichprobe .....	50
3.2.3 Ermittlung von Unternehmen mit nachhaltigen Produktsegmenten .....	51
3.2.3.1 Prüfungsschema zur Ermittlung von Unternehmen mit nachhaltigen Produktsegmenten .....	51
3.2.3.2 Ergebnisse des 1. und 2. Prüfungsschritts.....	53
3.2.3.3 Ergebnisse des 3. Prüfungsschritts.....	56
3.2.4 Auswertung der Daten von Unternehmen mit nachhaltigen Produktsegmenten ....	59
3.2.4.1 Die Problematik der Datenkonsistenz.....	59
3.2.4.2 Beispiel zur Umsatzdatengenerierung und CAGR-Berechnung .....	61
3.2.4.3 Präsentation der Untersuchungsergebnisse.....	63
3.2.5 Kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse .....	70
3.3 Gesamtkritische Würdigung .....	73
<b>4. Fazit und Ausblick .....</b>	<b>79</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>83</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>85</b>