Inhaltsverzeichnis

Vorwort	III
I. Situation und Strategie	
1. Sustainability Communications: Zukunftsfähigkeit kommunizieren	3
2. Eindimensionales Denken ist out <i>Gespräch mit Andreas Steinert und Dr. Hermann Brouwers</i>	6
3. Warum Sustainability Communications? Fünf Fragen und Antworten	7
4. Nachhaltigkeit kommunizieren – Strategien und Instrumente für die Öffentlichkeitsarbeit	11
II. Zielgruppen und Inhalte	
1. Kritische Stakeholder einbinden <i>von Tell Münzing und Peter Zollinger (SustainAbility Ltd., London)</i>	23
2. Financial Sustainability: Die Börse belohnt zukunftsfähige Unternehmen	28
3. Impulse für einen nachhaltigkeitsorientierten Finanzmarkt <i>Interview mit Prof. Stefan Schaltegger</i>	33
4. Soziale Nachhaltigkeit – (k)ein Thema für Unternehmen?!	38
5. Soziale Nachhaltigkeit in Unternehmen <i>Gespräch mit Volkmar Lübke (Verbraucher Initiative e.V.)</i>	44
III. Fallbeispiele und Testfälle	
1. Die Cyclebowl auf der Expo 2000 – Nachhaltigkeit zum Anfassen	49
2. Der BMW-Umweltbericht 1999/2000 – Nachhaltigkeit ist mehr als Umwelt	51
3. Testfall Shell und Umwelt: Zwei Schritte vorwärts, ein Schritt zurück?	56
IV. Entwicklungsfelder für die Zukunft	
1. Vom Umweltbericht zum Sustainability Report – das Leitbild konkretisieren	63
2. „Wir brauchen neue Formen der Umweltberichterstattung“ <i>Interview mit Klaus Fichter</i>	69
3. Das Plattform-Konzept – Stakeholder-gerechte Nachhaltigkeitsberichterstattung	73
4. Gentechnik und Nachhaltigkeit – (Nur) Kommunikation eröffnet Chancen	75
V. Anhang	
1. Bücher zum Thema Wirtschaft und Nachhaltigkeit	83
2. Internet-Ressourcen	89