

Interdependenzen von Ökologie und Betriebswirtschaftslehre

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Einführung	11
1.1.	Unternehmen und natürliche Umwelt	11
1.2.	Zum Aufbau des Buches	20
2.	Umweltschutz im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Anforderungen	33
2.1.	Natürliche Umwelt aus der Sicht des Unternehmens	33
2.2.	Kommunikationspartner eines umweltbewussten Unternehmens	45
2.2.1.	Staatliche Umweltverwaltung	45
2.2.2.	Lieferanten	51
2.2.3.	Kunden	56
2.2.4.	Öffentlichkeit und Verbände	61
2.2.5.	Mitarbeiter	62
2.2.6.	Allgemeine Öffentlichkeit	68

3.	Die Berücksichtigung ökologischer Belange in der strategischen Unternehmensführung	73
3.1.	Einführung	73
3.2.	Umweltschutz als strategische Zielsetzung des Unternehmens	74
3.3.	Szenarien einer ökologischen Strategieentwicklung	78
3.3.1.	Strategische Umfeldanalyse	78
3.3.2.	Technologisch-strategische Öko-Positionierung nach Dyckhoff/Souren	80
3.3.3.	Markтчancen-Umweltrisiken-Analyse	83
3.3.4.	Ausgewählte ökologisch-unternehmenpolitische Strategien	90
3.3.4.1.	Defensive Strategietypen	90
3.3.4.2.	Offensive Strategietypen	95
3.3.4.2.1.	Absatzorientierte Umweltstrategien	98
3.3.4.2.2.	Imageorientierte Strategie	103
3.3.4.2.3.	Kostenminimierungsstrategie	108
4.	Ökologisches Innovationsmanagement	112
4.1.	Einführung	112
4.2.	Innovationsmanagement als technologische Problemstellung	116
4.3.	Innovationsmanagement als organisatorische Problemstellung	121

5. Umweltgerechte Beschaffung und Logistik	129
5.1. Einführung	129
5.2. Beschaffung unter Umweltgesichtspunkten	134
5.3. Umweltgerechte innerbetriebliche Logistik	141
5.4. Umweltschonende Distribution von Gütern	145
6. Umweltorientierte Produktion von Gütern und Dienstleistungen	149
6.1. Einführung	149
6.2. Unterschiedliche ökologische Problem- schwerpunkte in Güter- und Dienstleistungs- produktion	152
6.3. Umweltbezogene Substitution von Produktionsfaktoren	155
6.4. Wertstoffe als wiederverwertbare Kuppelgüter der Produktion	159
6.5. Ökologiegerechte Produktgestaltung	164
7. Ökologisches Marketing	172
7.1. Einführung	172
7.2. Marketingstrategien	173
7.3. Umweltbezogenes Marketing-Instrumentarium	179

8. Unternehmerischer Umweltschutz in der Öffentlichkeitsarbeit	197
8.1. Einführung	197
8.2. Prinzipien umweltbezogener Öffentlichkeitsarbeit	199
8.3. Medien und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit	203
8.4. Fallstudie ökologische Krisen-PR nach einem Umweltzwischenfall: Eine ökologische und öko- nomische Katastrophe für BP	210
9. Umweltbezogene Rechnungslegung und Steuerung	215
9.1. Einführung	215
9.2. Erfassung betrieblicher Umweltschutzaufwendungen	216
9.3. Öko-Controlling	219
10. Öko-Auditing	231
10.1. Einführung	231
10.2. Konzeption des Öko-Audits	232
10.3. EU-Öko-Audit-Verordnung und ISO 14001	235
10.4. Anforderungen und Ablauf eines Öko-Audits	236
10.5. Probleme und Bewertung	239
10.6. Zur möglichen Weiterentwicklung des Öko-Auditing	243

11.	Interne Organisation des betrieblichen Umweltschutzes	248
11.1.	Einführung	248
11.2.	Die Umweltschutzbeauftragten	250
11.3.	Alternative Formen der Organisation von Umweltschutzbelangen im Betrieb	256
12.	Ausblick: Ganzheitliches betriebliches Umweltmanagement	261
12.1.	Strategie statt Muddling-Through	261
12.2.	Überzeugung statt Oktroi	264
12.3.	Offensive statt Defensive	265
12.4.	„Von der Wiege bis zur Bahre“	266
12.5.	Societal Demand	267
12.6.	Das neue Paradigma: Nachhaltigkeit	268
I.	Literaturregister	275
II.	Namenregister	308
III.	Sachregister	324
IV.	Buchautor	333