

Inhalt

Autor:innenverzeichnis	9
1 Ohne persönliche Leidenschaft wird nicht viel passieren	11
1.1 Wer wir sind und was uns antreibt, dieses Buch zu schreiben	12
1.2 Warum wir dieses Buch etwas anders schreiben	16
1.3 Was Sie erwartet	19
1.4 Prüfen Sie sich selbst	20
2 Nachhaltigkeit	23
2.1 Megatrend Nachhaltigkeit – der 7. Kondratieff	23
2.2 Babylonische Sprachverwirrung? Definition von Nachhaltigkeit & Co.	28
2.2.1 Ökologische Nachhaltigkeit – Deep Dive Begrifflichkeiten	30
2.2.2 Ökologische Nachhaltigkeit – Gesamtverständnis	36
2.2.3 Internationale und nationale Ziele im Bereich Klimaschutz	41
3 Nachhaltigkeitsmanagement Teil 1 – konzeptionell und theoretisch	47
3.1 Nachhaltigkeit in der Unternehmenskultur	48
3.2 Nachhaltigkeit als Bestandteil der strategischen Planung	50
3.3 Nachhaltigkeit in der Zukunft – die Zeitmaschine	53
3.4 Nachhaltigkeit systemisch denken	56
3.5 Nachhaltigkeits-Know-how aufbauen	62
3.6 Nachhaltigkeitsorganisation	63
3.7 Nachhaltigkeitsmanagement – ein Zwischenfazit	66
4 Nachhaltig in den Abgrund	68
4.1 Individuelle Glaubenssätze können lähmen wie Gift	68

4.2	Widerstände in Ihrer Organisation	70
4.3	Versuchen wir es mal mit Greenwashing	75
4.4	Der Druck wächst	79
5	Nachhaltigkeitsmanagement Teil 2 – praktisch, effektiv und effizient	82
5.1	Verbündete suchen – Sie sind nicht allein	82
5.2	Regulatorik bedeutet Startschwierigkeiten	86
5.2.1	Dschungel an Normen und Leitlinien	86
5.2.2	Pflicht und Kür	92
5.3	Bestimmung der relevanten Nachhaltigkeitsthemen	97
5.3.1	Gap-Analyse	98
5.3.2	Wesentlichkeits- und Stakeholderanalyse	100
5.3.3	Handlungsfelder	107
5.4	Ziele und Kennzahlensysteme	111
5.4.1	Ziele	112
5.4.2	Kennzahlensysteme	113
5.5	Nachhaltigkeitsbericht	117
5.6	Finanzierung der Investitionen und Refinanzierung	118
6	Maßnahmen	122
6.1	Ökologische Nachhaltigkeit	122
6.1.1	Vermeiden	123
6.1.2	Vermindern	125
6.1.3	Wiederverwenden	139
6.1.4	Wiederverwerten	142
6.1.5	Weiterverwerten	142
6.1.6	Neutralisieren	143
6.2	Soziale Nachhaltigkeit	144
6.2.1	Eigene Belegschaft (S1)	144
6.2.2	Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette (S2)	147
6.2.3	Betroffene Gemeinden (S3)	148
6.2.4	Konsumenten und Endnutzer (S4)	150

7	Nachhaltige Nachhaltigkeit	151
7.1	Ehrliche Kommunikation über die Kehrtwende	151
7.2	Ein Nachhaltigkeitsmanifest	153
7.3	Nachhaltigkeit in 3–5 Jahren	154
8	The End	156
9	Exkurs	157
10	Danksagung	163
	Verzeichnisse	164
	Abkürzungsverzeichnis	164
	Abbildungsverzeichnis	166
	Tabellenverzeichnis	168
	Literaturverzeichnis	169
	Stichwortverzeichnis	173