

»Berufsbild CSR-Manager«

Einführung:

Verantwortung als Beruf

Von Dr. Elmer Lenzen 9

1 Standortbestimmung

Theorie

- 1.1. Zur Ideengeschichte von „Nachhaltigkeit“
Von Prof. Dr. Konrad Ott 21
- 1.2. Corporate Social Responsibility – Entstehung und
Transferbedingungen eines Konzepts 30
- 1.3. US-Amerikanische Business Ethics- Forschung:
Überblick über thematische Schwerpunkte und
theoretische Ansätze
Von Prof. Dr. Sonja Grabner-Kraeuter 39
- 1.4. Warum überhaupt moralisch handeln?
Von Prof. Dr. Dieter Schönecker 52
- 1.5. Von der Umweltökonomie zur Nachhaltigen
Ökonomie?
Von Prof. Dr. Holger Rogall 54
- 1.6. Eine Lanze für die Globalisierung
Von Prof. Dr. Paul J.J. Welfens 72

2 Management

Theorie

- 2.1. CSR zwischen Corporate Citizenship und
unternehmerischer Nachhaltigkeit
Von Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Martin Müller,
Frank Dubielzig 79
- 2.2. Beyond Commitment: An Introduction to the
UN Global Compact Management Model 97
- 2.3. Betriebliches Umweltmanagement
Von Dr. Anette Baumast und Prof. Dr. Jens Pape 103
- 2.4. Umweltmanagement und Emissionsrechtshandel
Von Dr. Axel Hermeier 110
- 2.5. Nachhaltigkeit von Unternehmen in Euro gemessen
Von Prof. Dr. Frank Figge und Dr. Tobias Hahn 117
- 2.6. Finanzmarktakteure und CSR-Management
Von Stefan Schneider 122

Praxisbeispiele

- 2-A Markus Miele über Marken, Werte & Verantwortung
Von Jochen Fengler 132
- 2-B Herbert Höltschl, BMW Group: „Nachhaltigkeit
aus Grundüberzeugung“
Von Dr. Elmer Lenzen 136
- 2-C Klimaschutz bei RWE – „Der Aufwand lohnt sich
auf jeden Fall!“
Von Jochen Fengler 138
- 2-D Lufthansa-Umweltchef erläutert Klimaschutzkampagne
Von Arne Philipp Klug 140
- 2-E Rohstoff Kohlendioxid: CO₂-Recycling bei Linde
Von Jochen Fengler 144

3'Akteure

Theorie

- 3.1. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – Akteure und Vernetzungsinitiativen
Von Dr. Rene Schmidpeter 149
- 3.2. Nationale Nachhaltigkeitsstrategien
Von Dr. Edgar Göll 160
- 3.3. CSR: Zwischen Abstraktion und konkretem Handeln
Von Dr. Stefan Kunz 164
- 3.4. Ein Freund, ein guter Freund ... Die Beziehungen zwischen Sozialen Organisationen und Unternehmen
Von Dr. Reinhard Lang 169

Praxisbeispiele

- 3-A DHL stellt Disaster Response Teams vor
Von Dr. Elmer Lenzen 176
- 3-B Bayer engagiert sich im Kampf gegen Tuberkulose
Von Dr. Elmer Lenzen 178
- 3 C Vodafone: „CSR gehört zum Kerngeschäft“
Von Judith Bomholt 180

4'Instrumente

Theorie

- 4.1. Der MBA „Sustainament“ – Das Rüstzeug für den Business Case des Nachhaltigkeitsmanagements
Von Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Dr. Holger Petersen und Claudia Kalisch 186
- 4.2. „Werkzeuge“ des Nachhaltigkeitsmanagements
Von Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Dr. Christian Herzig und Thorsten Klinke 191
- 4.3. Two Years Applying the Corporate Ecosystem Services Review
Von John Finisdore 198

Praxisbeispiele

- 4-A Unternehmen und Nachhaltigkeitsindices – agieren statt reagieren
Von Prof. Dr. Henry Schäfer 202
- 4-B Interview: C.B. Bhattacharya zum E.ON Lehrstuhl für Corporate Responsibility
Von Judith Bomholt 206
- 4-C TechniData: No Data – No market
Von Dr. Elmer Lenzen 208
- 4-D Volkswagen: Zwei Portale – ein Ziel
Von Simone Andrich 210

- 5 Literaturverzeichnis 214