



**infernum**  
Interdisziplinäres Fernstudium  
Umweltwissenschaften

# **Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement**

## **KE 3: Extrovertiertes Nachhaltigkeitsmanagement**



Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften - **infernum**

# **Extrovertiertes Nachhaltigkeitsmanagement**

Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften - **infernum**

## **Kurseinheit 3**

### **Extrovertiertes**

# **Nachhaltigkeitsmanagement**

von

Dr. Holger Petersen und Prof. Dr. Stefan Schaltegger

## **Impressum**

Titel: Extrovertiertes Nachhaltigkeitsmanagement

Kursnummer: 71411

Modul: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement

Von: Holger Petersen und Stefan Schaltegger

© 2015 FernUniversität in Hagen, Hagen & Fraunhofer UMSICHT, Oberhausen

Alle Rechte vorbehalten.

Studienangebot: Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften (infernum)

Der Inhalt dieses Dokumentes darf ohne vorherige schriftliche Erlaubnis durch die FernUniversität in Hagen nicht (ganz oder teilweise) reproduziert, benutzt oder veröffentlicht werden. Das Copyright gilt für alle Formen der Speicherung und Reproduktion, in denen die vorliegenden Informationen eingeflossen sind, einschließlich und zwar ohne Begrenzung Magnetspeicher, Computerausdrucke und visuelle Anzeigen. Alle in diesem Dokument genannten Gebrauchsnamen, Handelsnamen und Warenbezeichnungen sind zumeist eingetragene Warenzeichen und urheberrechtlich geschützt. Warenzeichen, Patente oder Copyrights gelten gleich ohne ausdrückliche Nennung. In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	I
Abbildungsverzeichnis .....	II
1 Der Blick aus dem Fenster .....	- 1 -
2 Themen, Stakeholder und Entwicklungen.....	- 4 -
2.1 Themen-Diagnose im Nachhaltigkeitskontext .....	- 7 -
2.2 Stakeholder-Diagnose im Nachhaltigkeitskontext .....	- 14 -
2.3 Entwicklungsdiagnose im Nachhaltigkeitskontext .....	- 28 -
3 Verhaltensgrundsätze.....	- 32 -
3.1 Bildung und Durchsetzung von Mindeststandards .....	- 32 -
3.2 ILO-Arbeitsnormen und Menschenrechtskonventionen.....	- 35 -
3.3 Allgemeine Richtlinien für Unternehmen.....	- 36 -
3.4 Branchenkodizes .....	- 42 -
3.5 Verhaltenskodizes einzelner Unternehmen.....	- 43 -
4 Marktbezogene Aktivitäten.....	- 44 -
4.1 Nachhaltigkeitsorientierte Beschaffungspraktiken .....	- 45 -
4.2 Verbraucherschutz und Nachhaltigkeitsmarketing .....	- 62 -
4.3 Personalmarketing mit Nachhaltigkeitsargumenten .....	- 74 -
4.4 Investor Relations und Nachhaltigkeitsperformance.....	- 75 -
5 Gesellschaftsbezogene Aktivitäten .....	- 79 -
5.1 Konfliktlösungen im gesellschaftlichen Kontext.....	- 79 -
5.2 Kooperationen mit gesellschaftlichen Akteuren .....	- 87 -
5.3 Corporate Citizenship .....	- 91 -
6 Nachhaltigkeitskommunikation.....	- 103 -
6.1 Auswahl wesentlicher Themen für die Kommunikation .....	- 103 -
6.2 Nachhaltigkeitsberichterstattung.....	- 105 -
6.3 Nachhaltigkeitsdialoge .....	- 111 -
6.4 Social Media .....	- 113 -
7 Entfaltung eigener Transformationskraft.....	- 116 -
8 Literaturverzeichnis .....	III