



**infernum**  
Interdisziplinäres Fernstudium  
Umweltwissenschaften

# Marktorientiertes Nachhaltigkeitsmanagement

## KE 1: Unternehmerische Nachhaltigkeit als Business Case





Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften - **infernum**

# **Unternehmerische Nachhaltigkeit als Business Case**



Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften - **infernum**

## **Kurseinheit 1**

# **Unternehmerische Nachhaltigkeit als Business Case**

von

Dr. Holger Petersen und Prof. Dr. Stefan Schaltegger

## **Impressum**

Titel: Unternehmerische Nachhaltigkeit als Business Case

Kursnummer: 71412.

Modul: Marktorientiertes Nachhaltigkeitsmanagement

Von: Holger Petersen und Stefan Schaltegger

© 2016 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 Marktorientiert zur Nachhaltigkeit.....	- 1 -
2 Der Business Case for Sustainability .....	- 4 -
2.1 Business Cases als Entscheidungsgrundlage .....	- 4 -
2.2 Durch Nachhaltigkeitsleistung zum Geschäftserfolg.....	- 7 -
2.3 Theoretische Einordnung des Business Case .....	- 15 -
2.4 Erfolgstreiber für den Business Case.....	- 20 -
3 Strategische Suche nach dem Business Case .....	- 23 -
3.1 Unternehmensstrategien .....	- 24 -
3.2 Wettbewerbsstrategien .....	- 44 -
3.3 Strategieentwicklung.....	- 62 -
4 Leistungsmessung im strategischen Controlling .....	- 78 -
4.1 Funktionsbereich des strategisches Controllings .....	- 78 -
4.2 Leistungsmessung durch Key Performance Indicators.....	- 79 -
4.3 Sustainability Balanced Scorecard (SBSC) .....	- 83 -
4.4 Winning KPIs.....	- 93 -
4.5 EFQM-Modell .....	- 95 -
5 Den Erfolgstreibern auf der Spur.....	- 98 -
5.1 Kosten, Erlöse, Risiken und Erfolgspotenziale.....	- 99 -
5.2 Umweltkostenmanagement.....	- 100 -
5.3 Nachhaltigkeitsmarketing.....	- 101 -
5.4 Management ökologisch und sozial induzierter Unternehmensrisiken .....	- 101 -
5.5 Innovationsmanagement zur Erschließung ökologisch und sozial induzierter Erfolgspotenziale .....	- 102 -
6 Literatur .....	III