

Dietmar Ernst | Ulrich Sailer
Robert Gabriel (Hg.)

Nachhaltige Betriebswirtschaft

2. Auflage



utb 3977



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau Verlag · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, 9783825257752, 2021
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der [institutionUser.displayName] am April 25, 2024 um 11:57:30 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Dietmar Ernst, Ulrich Sailer, Robert Gabriel (Hg.)

Nachhaltige Betriebswirtschaft

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© UVK Verlag 2021

- ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Internet: www.narr.de

eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart
CPI books GmbH, Leck

utb-Nr. 3977

ISBN 978-3-8252-5375-2 (Print)

ISBN 978-3-8385-5375-7 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-5375-2 (ePub)

Inhalt

Begleitwörter	13
Vorwort	15

Einleitung

1 Nachhaltige Betriebswirtschaft (Robert Gabriel und Dietmar Ernst)	17
1.1 Einführung	17
1.2 Geschichte der Nachhaltigen Betriebswirtschaftslehre	19
1.3 Nachhaltige Unternehmensführung	21
1.4 Nachhaltiger Unternehmenserfolg	23
1.5 „Nürtinger Modell“ einer Nachhaltigen Betriebswirtschaft	26
2 Nachhaltigkeit – eine Einführung (Robert Gabriel und Ulrich Sailer)	31
2.1 Entwicklung des Konzeptes der Nachhaltigkeit.	31
2.2 Bedeutung für Unternehmen	35

Planetare Grenzen und Gesellschaft

3 Volkswirtschaftliche Perspektive und Umweltökonomie (Christian Arndt und Marc Ringel)	43
3.1 Handlungs- und Anpassungsbedarf für Unternehmen aus ökonomischer Sicht	43
3.2 Volkswirtschaftslehre als Disziplin zur Regelung von Systemen bei Knappheiten.	45
3.2.1 Volkswirtschaftslehre und Nachhaltige Entwicklung	45
3.2.2 Volkswirtschaftliche Mechanismen zur Steuerung von Systemen.	46
3.3 Zielkonflikte, Strategien und Handlungsoptionen	48
3.3.1 Zielkonflikte als Herausforderung für die Steuerung einer Nachhaltigen Entwicklung	48
3.3.2 Zentrale Ursachen für Ressourcenverbrauch und Klimakrise aus Sicht der Volkswirtschaftslehre	48
3.3.3 Strategische Ansätze zur Lösung der Klimakrise und ihre Fallstricke aus ökonomischer Sicht	49
3.4 Innovationen und Social Entrepreneurship: unternehmerische Gründerinitiative für Nachhaltige Entwicklung	53
3.4.1 Gründerinitiative für Nachhaltige Entwicklung	53

3.4.2	Chancen durch und für nachhaltige Start-ups	54
3.5	Volkswirtschaftliche Umweltökonomie	55
3.5.1	Grundüberlegungen und Prinzipien einer staatlichen Marktkorrektur	55
3.5.2	Der umweltökonomische Instrumentenkasten	57
3.6	Staatliche Förderung von Umweltbranchen: „Green growth“	62
3.6.1	Der Staat als „Enabler“ für Umweltinnovationen	62
3.6.2	Grüne Zukunftsmärkte in Deutschland	62
3.7	Fazit	64
4	Gesellschaftliche Verantwortung: Vom Gewinn zum Gemeinwohl – und zurück (Klaus Gourgé)	69
4.1	Der gesellschaftliche Sinn und Zweck von Unternehmen	69
4.2	Systemrelevanz, Nachhaltigkeit und Purpose	70
4.3	Drei ethisch-normative Wegweiser für Unternehmen	72
4.3.1	Licence to operate	72
4.3.2	Shared Value, Public Value	73
4.3.3	Impact	73
4.4	Gemeinwohlorientierung als (neue?) Unternehmensethik	74
4.5	Zukunftsfähige Unternehmensführung: 4 „R-folgsfaktoren“	75
4.5.1	Relevanz	76
4.5.2	Resilienz	76
4.5.3	Resonanz	77
4.5.4	Reputation	77
4.6	Ausblick	78

Management und Wertschöpfung

5	Transformation verstehen (Thomas Ginter und Alexander Romppel)	83
5.1	Transformation: kurz erklärt	83
5.2	Transformation und Nachhaltigkeit	85
5.3	Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit meistern	87
5.3.1	Der Umgang mit Komplexität	88
5.3.2	Phasenmodell der Transformation	90
5.3.3	Widerstände in Transformationsprozessen	91
5.3.4	Den Ball ins Rollen bringen	93
5.4	Ausblick	95
6	Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement (Erskin Blunck)	97
6.1	Einleitung	97
6.2	Einordnung Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	98
6.3	Dimensionen Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	99
6.4	Organisationszweck und Nachhaltigkeit	100

6.5	Strategieprozess	103
6.5.1	Strategisches Denken	103
6.5.2	Strategieentwicklung und Strategische Innovation	104
6.5.3	Strategieimplementierung / Strategic Change	108
6.6	Strategieinhalt	108
6.6.1	Ebene der Geschäftsbereichsstrategie	109
6.6.2	Ebene der Unternehmensstrategie	110
6.6.3	Ebene der Netzwerkstrategie	111
6.7	Strategischer Kontext	111
6.7.1	Organisatorischer Kontext	112
6.7.2	Industriekontext	113
6.7.3	Internationaler Kontext	113
6.7.4	Ökologischer Kontext	114
7	Agile Personalführung (Horst Blumenstock und Steffen Scheurer)	121
7.1	Personalführung: kurz erklärt	121
7.2	Agile Personalführung und Nachhaltigkeit	122
7.3	Konzeption einer agilen Personalführung	126
7.3.1	Rahmenbedingungen der agilen Personalführung	126
7.3.2	Voraussetzungen der agilen Personalführung	127
7.3.3	Merkmale einer agilen Personalführung	129
7.3.4	Das Kontinuum der Personalführung	132
7.4	Vorteile einer agilen Personalführung	135
7.5	Ausblick	136
8	Rechtliche Grundlagen verantwortungsvoller Unternehmensführung (Katja Gabius)	139
8.1	Grundlagen der Nachhaltigkeit	139
8.2	Corporate Social Responsibility	140
8.2.1	Definition	140
8.2.2	Historische Wurzeln	141
8.2.3	Rechtliche Implikationen der CSR	141
8.3	Corporate Governance	144
8.3.1	Definition	144
8.3.2	Historische Wurzeln	145
8.3.3	Principal-Agent-Modell	145
8.3.4	Unternehmensziele und Corporate Governance: Stakeholder- versus Shareholder-Ansatz	146
8.3.5	Rechtliche Grundlagen	147
8.3.6	Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK)	147
8.3.7	Regulierung der Corporate Governance auf EU-Ebene	150
9	Corporate Compliance (Peter Förschler)	155
9.1	Dimensionen der Corporate Compliance	155
9.1.1	Compliance: kurz erklärt	155

9.1.2	Befolgung staatlicher Regulierung und unternehmerischer Selbstregulierung	155
9.1.3	Integrität als Grundlage für Compliance	156
9.1.4	Sozial- und Umweltverantwortung	157
9.2	Compliance und Nachhaltigkeit	158
9.3	Compliance-Management-Systeme	159
9.3.1	Compliance-Management als rechtliches Risikomanagement	159
9.3.2	Compliance-Management: Pflicht oder Kür?	160
9.3.3	Compliance-Management-System Standards	161
9.3.4	Der Compliance-Management-Regelkreis	162
9.4	Corporate Compliance in der Praxis	165
9.5	Ausblick	165
10	Internationales Management und Nachhaltigkeit (Carsten Herbes)	169
10.1	Einleitung.	169
10.1.1	Internationale Unternehmensaktivitäten – ein Überblick	169
10.1.2	Internationaler Charakter der Nachhaltigkeitsproblematik	170
10.1.3	Auswirkungen des internationalen Geschäftes auf die Nachhaltigkeit	170
10.2	Internationale Besonderheiten von Nachhaltigkeitsaspekten	172
10.2.1	Größere Handlungsspielräume	172
10.2.2	Supranationale Regelungen zu Nachhaltigkeitsaspekten	173
10.2.3	Andere supranationale Nachhaltigkeitstreiber	175
10.3	Ansätze und Verständnis	176
11	Integrales Management – Neue Perspektiven für eine nachhaltige Entwicklung (Thomas Ginter).	183
11.1	Problemstellung: Komplexität und ihre Folgen	183
11.2	Der Integrale Ansatz	184
11.3	Das Spannungsfeld des integralen Managements	192
12	Marketing und Nachhaltigkeit (Iris Ramme)	201
12.1	Marketing: kurz erklärt	201
12.2	Marketing und Nachhaltigkeit	202
12.3	Nachhaltiges Marketingkonzept	202
12.3.1	Bestandteile des Marketingkonzepts	202
12.3.2	Produktpolitik	204
12.3.3	Preispolitik	207
12.3.4	Distributionspolitik	210
12.3.5	Kommunikationspolitik	212
12.4	Nachhaltiges Marketing in der Praxis	214
12.5	Ausblick	215

13	Nachhaltiges Beschaffungs- und Logistikmanagement (Monika Reintjes)	221
13.1	Grundlagen	221
13.1.1	Begriffliche Abgrenzungen	221
13.1.2	Anpassungsdruck	222
13.1.3	Ökologische Nachhaltigkeit in Beschaffung und Logistik	223
13.2	Beschaffung und Beschaffungslogistik	224
13.2.1	Handlungsfeld Strategien und Strukturen	224
13.2.2	Handlungsfeld Prozesse	226
13.2.3	Handlungsfeld Technologien	227
13.3	Distribution und Distributionslogistik	228
13.3.1	Handlungsfeld Strategien und Strukturen	229
13.3.2	Handlungsfeld Prozesse	232
13.3.3	Handlungsfeld Technologien	234
14	Ökologisch nachhaltige Produktion (Andreas Friedel)	241
14.1	Begriff Produktion	241
14.2	Konzept der nachhaltigen Produktion	243
14.2.1	Vision einer 100 % nachhaltigen Produktion	243
14.2.2	100% nachhaltiger Materialeinsatz	243
14.2.3	100% nachhaltiger Energieeinsatz	244
14.3	Auf dem Weg zur nachhaltigen Produktion	246
14.3.1	Einhaltung umweltbezogener Gesetze (Stufe 1)	246
14.3.2	Anwendung umweltbezogener Normen und Richtlinien (Stufe 2)	248
14.3.3	Verankerung der nachhaltigen Produktion im Unternehmen (Stufe 3)	248
14.3.4	Einführung der nachhaltigen Produktion im Unternehmen (Stufe 4)	249
14.3.5	Umsetzung der nachhaltigen Produktion im Unternehmen (Stufe 5)	250
14.4	Messung der Nachhaltigkeit in der Produktion	254
14.5	Ausblick	255
15	Nachhaltiges Produktmanagement (Brigitte Biermann und Rainer Erne)	259
15.1	Weshalb Nachhaltiges Produktmanagement?	259
15.2	Was ist Produktmanagement?	260
15.3	Was ist Produkterfolg aus betriebswirtschaftlicher Sicht?	263
15.4	Wie werden Produkte betriebswirtschaftlich erfolgreich gemacht?	266
15.5	Was bedeutet Nachhaltiges Produktmanagement?	271
15.6	Was motiviert Unternehmen zu Nachhaltigem Produktmanagement?	275
15.7	Wie können Produkte nachhaltig verbessert werden?	277
15.8	Worin unterscheiden sich die betriebswirtschaftliche und die Nachhaltigkeitsperspektive?	280
15.9	An welchen Punkten müssen Entscheidungen getroffen werden?	281

16	Nachhaltiges Innovationsmanagement (Frank Andreas Schittenhelm)	291
16.1	Innovationsmanagement: kurz erklärt	291
16.2	Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit	292
16.3	Konzeption eines nachhaltigen Innovationsmanagements	294
16.3.1	Innovationsprozesse	294
16.3.2	Innovationskultur	295
16.3.3	Innovationsmanager	296
16.4	Nachhaltiges Innovationsmanagement in der Praxis	300
16.5	Ausblick	301
17	Nachhaltigkeitscontrolling (Ulrich Sailer)	305
17.1	Controlling: kurz erklärt	305
17.2	Controlling und Nachhaltigkeit	306
17.3	Steuerung der betrieblichen Nachhaltigkeit	308
17.4	Organisatorische Integration der Nachhaltigkeitssteuerung	310
17.5	Leitstrategien der Nachhaltigkeitssteuerung	312
17.6	Messung der Nachhaltigkeit	312
17.7	Nachhaltigkeitskommunikation	315
17.8	Ausblick	318
18	Nachhaltigkeit – Offenlegung und Prüfung (Thomas Barth und Stefan Marx)	323
18.1	Einleitung	324
18.2	CSR Richtlinie 2014/95/EU	325
18.3	Prüfung der nichtfinanziellen Erklärung	327
18.3.1	Prüfung durch den Aufsichtsrat	327
18.3.2	Entwicklung der Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten	328
18.3.3	Prüfer der Nachhaltigkeitsberichterstattung	329
18.3.4	Pflichtvorgehen der Abschlussprüfer bei der nichtfinanziellen Erklärung	330
18.3.5	Auswirkungen auf den Bestätigungsvermerk	332
18.3.6	Prüfungshandlungen	334
18.4	Kritische Würdigung	335
19	Nachhaltiges Finanzmanagement (Frank Andreas Schittenhelm)	341
19.1	Finanzmanagement: kurz erklärt	341
19.2	Finanzmanagement und Nachhaltigkeit	343
19.3	Konzeption eines nachhaltiges Finanzmanagements	343
19.3.1	Nachhaltige Investitionsrechnung	344
19.3.2	Finanzierung	347
19.3.3	Nachhaltiger Unternehmenswert	349
19.3.4	Risikomanagement	350
19.4	Nachhaltiges Finanzmanagement in der Praxis	351
19.5	Ausblick	352

20	Nachhaltiges Investieren (Dietmar Ernst)	355
20.1	Nachhaltiges Investieren	355
20.2	Spezifische Möglichkeiten für nachhaltige Investments	356
20.2.1	Abgrenzung nach GICS Sub Industries	356
20.2.2	Abgrenzung nach der Thomson Reuters ESG Score	359
20.2.3	Abgrenzung nach einer Ausschlussliste	360
20.2.4	Investitionen in Sustainability Themed Investments	360
20.2.5	Best-in-Class-Investments	361
20.3	Auswirkungen eines nachhaltigen Investitionskonzepts auf Risiko und Performance	361
21	Betriebliches Umweltmanagement (Hans-Jürgen Gnam und Lisa Schwalbe).....	367
21.1	Entwicklung des Umweltmanagements	367
21.2	Umweltmanagement nach der DIN EN ISO 14001	368
21.3	Umweltmanagement nach EMAS	370
21.4	Vorgehensweise und Umsetzung zur Einführung eines UMS	372
21.5	Vereinfachte Systemansätze	379
21.6	Weiterentwicklung des Umweltmanagements	380
 Ausblick		
22	Unternehmen Zukunft: Eine utopische Nachhersage aus dem Jahr 2050 (Klaus Gourgé)	387
22.1	Es wird einmal gewesen sein ... die vollendete Zukunft	387
22.2	Die „Große Transformation“: Auf nach Neu-Land!	388
22.3	Ein Rundgang durch das Jahr 2050: Die Stadt der Zukunft	389
22.4	Besser anders: So leben und arbeiten wir im Jahr 2050	391
22.5	Alternative Zukünfte: „by design or by desaster“?	392
22.6	Neustart: Denn morgen ist heute schon gestern	393
Autorenverzeichnis		397
Glossar		407

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, 9783825257752, 2021
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der [institutionUser.displayName] am April 25, 2024 um 11:57:30 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Begleitwörter

Nachhaltigkeitsmanagement ist keine Spezialdisziplin der BWL. Nachhaltigkeitsmanagement ist vielmehr eine grundlegende und umfassende, zukunftssichernde Organisations- und Umfeldentwicklung. Da kein Unternehmen nachhaltig werden kann, ohne dass alle betrieblichen Funktionen, das Kerngeschäft, die Strategie, die Produkte und Dienstleistungen, die Lieferketten und alle Stakeholder-Beziehungen nachhaltig ausgestaltet sind, ist Nachhaltigkeitsmanagement moderne BWL.

Prof. Dr. Dr. h.c. Stefan Schaltegger
Professor für Nachhaltigkeitsmanagement
Leiter des Centre for Sustainability Management
Leiter des MBA Sustainability Management
Leuphana Universität Lüneburg

Nachhaltigkeit ist auch ein sehr aktuelles Thema der Betriebswirtschaftslehre. Das Buch ist schon mit der ersten Auflage zum Standard geworden!

Prof. Dr. Dr. h.c. Ernst Ulrich von Weizsäcker
Ehrenpräsident des Club of Rome
Ehemaliger Präsident des Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
Ehemals Mitglied des Deutschen Bundestags

Aktuell besteht oft ein Spannungsfeld zwischen sozialer Verantwortung und Nachhaltigkeit auf der einen - und Wirtschaftlichkeit auf der anderen Seite. Aber im Dienst der nächsten Generationen müssen sie zu Teamplayern werden. Es ist klar, dass unsere Welt nachhaltiger werden muss, wenn sie auch in Zukunft noch lebenswert sein soll. Im Übergang darf die Wirtschaftlichkeit aber nicht verloren gehen. Effizientes unternehmerisches Handeln schützt Arbeitsplätze und sichert die Investitionsfähigkeit. Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen in Zukunft nur erfolgreich sein können, wenn sie Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit vereinen. Insofern ist es begrüßenswert, wenn eine nachhaltige Betriebswirtschaftslehre an den Hochschulen gelehrt wird. Das vorliegende Buch stellt eine sehr gute Grundlage hierfür dar.

Sandra Coy, Sprecherin Unternehmensverantwortung & Qualität, Tchibo GmbH

Anliegen des Buches ist es aufzuzeigen, wie nachhaltiges Wirtschaften in allen Funktionen und Geschäftsbereichen von Unternehmen und somit in allen Aufgabenfeldern der Betriebswirtschaft konkret umgesetzt werden kann. Mit dieser integrierten Sichtweise stellt das Buch eine innovative und interessante Bereicherung der verfolgten Ansätze in den bestehenden BWL-Lehrbüchern dar.

Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. F. J. Radermacher
Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung

Zalando's Nachhaltigkeitsstrategie *do.MORE* ist ein wichtiger Bestandteil unseres künftigen Geschäftserfolgs. Unsere Vision bei Zalando ist es, eine nachhaltige Mode-Plattform zu sein, mit einer netto-positiven Auswirkung auf Mensch und Erde. Das heißt, wir führen unser Unternehmen so, dass wir der Gesellschaft und der Umwelt mehr zurückgeben, als wir nehmen. Unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele können umso besser umgesetzt werden, je bewusster und offener unsere Stakeholder sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen. Insofern begrüßen wir es, dass in Hochschulen wie der HfWU eine nachhaltige BWL gelehrt wird. Das vorliegende Lehrbuch zeigt in hervorragender Weise, wie wirtschaftlicher Erfolg und nachhaltiges Handeln verbunden werden kann.

Patrick Kofler, Head of Investor Relations, Zalando SE

Für immer mehr Marktteilnehmer sind Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (ESG) bei ihren Investitionsentscheidungen von großer Bedeutung. Institutionelle wie private Investoren wollen damit die Entwicklung einer nachhaltigeren Wirtschaft zu unterstützen. Dies führt auch dazu, dass Banken sich immer stärker Nachhaltigkeits Themen annehmen und entsprechende Produkte für Kunden und Investoren anbieten. Das vorliegende Buch leistet einen wertvollen Beitrag, das nachhaltige Wirtschaften von Unternehmen in einem Lehrbuch strukturiert und innovativ aufzubereiten. Es wird aufgezeigt, wie nachhaltiges Wirtschaften im Unternehmen nicht nur möglich wird, sondern sich auch zu einem Wettbewerbsvorteil entwickelt.

Rainer Neske, Vorstandsvorsitzender der Landesbank Baden-Württemberg

Vorwort

Die nachhaltige Betriebswirtschaft umfasst das ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich verantwortungsvolle Handeln von Unternehmen. Auf der ganzen Welt gibt es überzeugende Beispiele solch verantwortlich handelnder Unternehmen, die mit ihrem Nachhaltigkeitskonzept auch wirtschaftlich extrem erfolgreich agieren. Diese Unternehmen sind nicht „trotz“, sondern „wegen“ ihres nachhaltigen Handelns erfolgreich.

Immer mehr Unternehmen machen sich auf, diesem Beispiel zu folgen. Oft stehen Sie aber noch am Anfang des Weges und fragen sich, wie nachhaltiges Wirtschaften in ihrem Unternehmen umgesetzt werden kann. Ziel dieses Buches ist es, Unternehmen, Managern und Studierenden ein umfassendes Werk an die Hand zu geben, das sie auf Ihrem Weg hin zur Nachhaltigkeit begleitet.

Dieses Buch „Nachhaltige Betriebswirtschaft“ ist ein Gemeinschaftswerk von 23 Professorinnen und Professoren aus drei Fakultäten der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU). Dieser Nürtinger Ansatz der Nachhaltigen Betriebswirtschaft wurde über viele Jahre hinweg an der HfWU entwickelt und stellt ein gemeinsames Verständnis der Nachhaltigkeit in der Betriebswirtschaftslehre dar. Wir wollen mit diesem Grundlagenbuch sowohl Studierenden betriebswirtschaftlicher Studiengänge als auch in Verantwortung stehenden Managern aufzeigen, wie Unternehmen nachhaltig erfolgreich geführt werden. Dies umfasst die Auseinandersetzung mit Umwelt, Gesellschaft, Gestaltung der Wertschöpfung und Managementfunktionen .

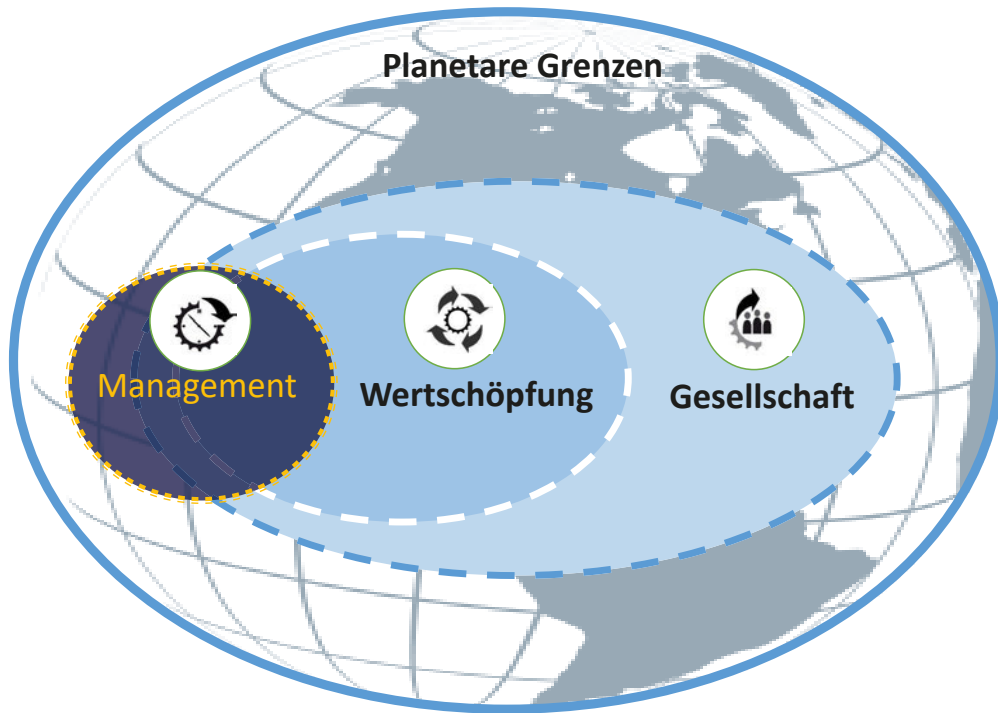
Die erste Auflage stammt aus dem Jahr 2013. Seither hat sich die Nachhaltigkeit in den Unternehmen, in der Gesellschaft wie auch in den Hochschulen enorm weiterentwickelt. Folglich wurde diese zweite Auflage nicht nur konsequent überarbeitet, sondern auch um zahlreiche wichtige Aspekte der Betriebswirtschaftslehre erweitert. Als erfreulicher Trend ist zu beobachten, dass bei Studierenden unterschiedlicher Fachrichtungen die Beschäftigung mit der Nachhaltigkeit mittlerweile auf sehr großes Interesse stößt.

Wir bedanken uns für die hervorragende Zusammenarbeit mit dem UVK Verlag, insbesondere mit Herrn Dr. Jürgen Schechler. Weiterhin danken wir Philipp Seidel für die professionelle Überarbeitung der Abbildungen. Die Herausgeber freuen sich über Rückmeldungen von der Leserschaft, jedweder Art.

Prof. Dr. Dr. Dietmar Ernst (dietmar.ernst@hfwu.de)

Prof. Dr. Ulrich Sailer (ulrich.sailer@hfwu.de)

Prof. Dr. Robert Gabriel (robert.gabriel@hfwu.de)



Einleitung

1. Nachhaltige Betriebswirtschaft
2. Nachhaltigkeit – Eine Einführung

**Planetare Grenzen und Gesellschaft
Management und Wertschöpfung
Ausblick**