

# Inhaltsverzeichnis

Neue Spielregeln für die grenzenlose Ökonomie: Eine Einleitung <i>Uwe Schneidewind, Klaus Fichter</i> .....	1
<b>Teil 1: Globale Spielregeln für Umweltschutz im Wettbewerb</b>	
Einleitung .....	13
Schritte zu einer nachhaltigen Weltumweltordnung <i>Andreas Troge</i> .....	15
Globaler Wettbewerb und globale Umweltpolitik – Wege zu einer ökologischen Weltordnung <i>Frank Biermann</i> .....	23
Die UNEP-Strategie für ein „Greening“ internationaler Märkte <i>Jacqueline Aloisi de Larderel</i> .....	33
Umweltschutz und Standortsicherung in Zeiten globalisierter Märkte <i>Gerhard Ollig</i> .....	39
Internationale Handelsordnung: Chancen für ein Greening of GATT/WTO <i>Peter Franz, Ulf Jaeckel</i> .....	45
In Nachhaltigkeit investieren: Die Re-Regulierung von Kapitalströmen <i>Tony Clarke</i> .....	53
Global Governance: Anpassungsdruck für Nationalstaaten und Anforderungen an Unternehmen <i>Dirk Messner</i> .....	61
Eine neue Weltumweltorganisation: Institutionelle Innovation zur Sicherung vom Umweltschutz in einer globalisierten Wirtschaft <i>Udo E. Simonis</i> .....	73
Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen <i>Tom Jones</i> .....	81

Die Grenzen der Selbstregulierung: Verbindliche Umwelt- und Sozialstandards für transnationale Unternehmen <i>Jens Martens</i> .....	91
 <b>Teil 2: Neue Kräfte im globalen Wettbewerb</b>	
Einleitung .....	101
Ökologisierung von Finanzmärkten Neue Steuerungssignale für Unternehmen? <i>Stefan Schaltegger, Frank Figge</i> .....	103
Der Dow Jones Sustainability Index: Eine neue Kraft auf den globalen Finanzmärkten <i>Alois Flatz</i> .....	111
Öko-Rating: Gradmesser für die Umweltschutzleistung von Unternehmen <i>Robert Haßler, Dirk Reinhard</i> .....	121
Institutionelle Anleger – Die neue Triebkraft für eine nachhaltige Entwicklung <i>Andreas Knörzer</i> .....	131
Das Marktpotenzial von Umweltfonds und ihre Rückwirkung auf die Gütermärkte <i>Ingeborg Schumacher</i> .....	139
Jenseits der Selbstregulation von Umweltmanagement: Einige Gedanken zur wachsenden Bedeutung von Business-NGO-Partnerschaften <i>Jem Bendell</i> .....	153
Medienstrategien aus Sicht einer Umweltschutzorganisation <i>Manfred Pietschmann</i> .....	163
Machen Medien Märkte? – Zur Rolle der Medien im ökologischen Wettbewerb <i>Ansgar Zerfuß</i> .....	171
Erfahrungen des BUND zur Medienarbeit beim Thema Umwelt und Computer <i>Thomas Lenius</i> .....	177
 <b>Teil 3: Zukunftsmärkte und Wettbewerbsstrategien</b>	
Einleitung .....	185
Erfolgsbedingungen ökologischer Wettbewerbsstrategien <i>Thomas Dyllick</i> .....	187

⊗ Die grenzenlose Unternehmung: Chancen und Risiken für eine umweltorientierte Unternehmensführung <i>Arnold Picot</i> .....	195
Langfristige Sicherung des Marktes: Bestandserhaltung in der Fischerei <i>Peter H. Greim</i> .....	203
Flusskostenmanagement: Ein neuer Ansatz zur systematischen Kostensenkung durch Umweltentlastung <i>Thomas Loew, Markus Strobel</i> .....	207
Ökoeffizienz als Maßstab für das erste serienreife 3-Liter-Auto der Welt <i>Axel Riemann, Hans-Jürgen Stauss</i> .....	215
Erneuerbare Energien: Strategische Entwicklung eines neuen Kerngeschäfts <i>Fritz Vahrenholt</i> .....	223
smart: Kooperation als Kernelement der Wettbewerbsstrategie <i>Reinhard Hoßfeld</i> .....	229
Umweltfreundliche Technologien in globalen Märkten: Der Ausstieg aus der FCKW- und FKW-Technologie <i>Dieter Bärman</i> .....	233
Strukturpolitik von Unternehmen im globalen Kontext <i>Uwe Schneidewind</i> .....	237
Die Zukunft gewinnen – Perspektiven für nachhaltigen Unternehmenserfolg <i>Klaus Günther, Reinhard Pfriem</i> .....	251
<b>Teil 4: Umweltkommunikation als Erfolgsfaktor</b>	
Einleitung.....	261
Umweltkommunikation und Wettbewerbsfähigkeit <i>Klaus Fichter</i> .....	263
Nachhaltigkeitsberichterstattung als Bedingung funktionierender Global Governance-Strukturen <i>Jens Clausen</i> .....	277
Umweltorientierte Kundenkommunikation <i>Walter Staub, Armin Eberle</i> .....	283
Greening of Investor Relations <i>Horst Minte</i> .....	291

Diskurs als Standortfaktor – am Beispiel der Gentechnologie <i>Dieter H. Wißler</i> .....	299
Dialogforen: Zeitverschwendung oder Chance? <i>Manuel Kiper</i> .....	303
Biofood im Cyberspace: Electronic Commerce am Beispiel ökologisch erzeugter Lebensmittel <i>Matthias Nachtmann, Mischa Kolibius</i> .....	311
Auto-Recyclingbörsen im Internet <i>Bernd Albrecht</i> .....	327
Die Reststoffbörse bei Henkel: Rohstoffeinsparungen durch Nutzung von IuK-Technologien <i>Rainer Rauberger, Jens Wisser</i> .....	333
Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) .....	339
Die Vereinigung für ökologische Wirtschaftsforschung (VÖW).....	341
Literaturverzeichnis .....	343
Autorinnen und Autoren .....	353