

Inhalt

Vorwort	5
Vorwort zur 1. Auflage	9
Erster Teil	
Grundlegung	23
1. Kapitel	
Der Zustand unserer Welt – wo liegt das Problem?	25
Risiken für das Öko-System „Erde“	27
Die Situation der Bundesrepublik Deutschland	31
2. Kapitel	
Ökologie und Unternehmen	35
Ökologie aus ökonomischer Sicht	37
Nachhaltigkeit als neues Entwicklungsparadigma	41
Statt „Unternehmensethik“: das Konzept der leistbaren Verantwortung	45
3. Kapitel	
Umweltmanagement als Zukunftsmanagement	55
Die Entwicklung der betriebswirtschaftlichen Diskussion	57
Der „strategische Stern“ der Unternehmensführung	59

Umweltmanagement – Pilotfunktion des Zukunftsmanagements	62
Anforderungen an das Management	64

Zweiter Teil

Die „Umwelt“ des Umweltmanagements	67
--	----

4. Kapitel

Soziale und gesellschaftliche Trends	69
Die Entwicklung des Umweltbewußtseins	71
Umweltschutz in politischen Programmen: die Artikulation der Nachfrage nach Umweltschutz	75

5. Kapitel

Umweltschutz und Konsumentenverhalten	79
Wertewandel als Marktfaktor	82
Empirische Bestandsaufnahme	85
Das Beispiel der Kosmetik-Industrie	91

6. Kapitel

Instrumente der Umweltpolitik	95
Der regulative Ansatz der Umweltpolitik – Ursachen und Auswirkungen	98
Internationale Erfahrungen einer marktorientierten Umweltpolitik: die Luftreinhaltepolitik der USA	106
Die Abwasser-Abgabe als Beispiel eines marktorientierten Ansatzes in der Bundesrepublik Deutschland	111
Die Selbstverpflichtung der Industrie zur Lösung von Umweltproblemen: das Beispiel Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKW)	115
Die Umwelthaftung: zum „Design“ umweltpolitischer Instrumente	118

10. Kapitel

Normstrategien im Umweltmanagement	201
Normstrategien in der Theorie der Unternehmung	203
Theoretische Ableitung von umweltorientierten Normstrategien	206
Das erweiterte Marktchancen-Umweltrisiko-Portfolio	206
Risikoorientierte Strategien	211
Chancenorientierte Strategien	216
Innovationsorientierte Strategien	218
Exkurs: Umweltprodukte in der „Innovationsfalle“	225
Die „Evolutionsfähigkeit“ von Normstrategien	227
Empirisch-induktiv ermittelte Normstrategien	230

11. Kapitel

Ein „strategisches Radar“ für Umweltmärkte	237
Informationsstrukturen im Umweltbereich	239
Umwelt-Szenario-Analyse mit erweitertem Informationsraster	241
Ein vereinfachtes Verfahren – Die cross-impact-Analyse	246
Ein Prognoseversuch öffentlicher Meinungsdynamik – Die Diffusionskurve	249

12. Kapitel

Strategisches Controlling als Risk-Management	255
Aufgaben des strategischen Controlling	257
Identifizierung von Umweltrisiken	261
Risikobewältigungsstrategien im Umweltschutz	263

13. Kapitel

Umweltorientierte Informationsinstrumente im strategischen Controlling	269
Nutzung von Controlling-Informationen	271
Die Öko-Bilanz	271

Umweltverträglichkeitsprüfung	274
Umweltorientierte Technikanalyse- und -bewertung	275
Umwelt-Auditing	277
Die ökologische Wertschöpfungskette	281

Vierter Teil

Umweltschutz als integrierte Funktionsaufgabe	287
--	------------

14. Kapitel

Produktionsbezogener Umweltschutz	289
Umweltschutz in den betrieblichen Funktionsbereichen	291
Materialwirtschaft	293
Produktion	295
Produktionsbezogene Abfallwirtschaft	297
Qualitätssicherung	299
Empirische Ergebnisse	302

15. Kapitel

Umweltschutz als Marketing-Aufgabe	305
Umweltvorteile als Instrument der Marketingstrategie	307
Marketing-Basisstrategien	307
Die Instrumente eines Umwelt-Marketing	310

16. Kapitel

Forschungs- und Innovationsmanagement für integrierte Technologien	315
Gründe für den bisherigen Trend zu „additiven“ (EOP-) Technologien	319
Exkurs: Das Beispiel wasserlösliche Lacke in der Automobilindustrie	322
Umweltorientierter Forschungs- und Entwicklungsprozeß	325
Produkt-Management von Umweltinnovationen	330

7. Kapitel

Umweltschutz als Standortfaktor im internationalen Wettbewerb	125
Globale Probleme – nationale Politik?	127
Umweltpolitik in der Europäischen Gemeinschaft	131
Industriestandort Deutschland – was belastet die Unternehmen im Umweltschutz?	140

8. Kapitel

Innovationen zur Verbindung von Ökonomie und Ökologie – drei Strategiefelder	151
Mikroelektronik: Anwendung für den Umweltschutz	153
Von der Produkt- zur Systembetrachtung: das Beispiel des Automobils	161
Minderung von Entropie: Management der Entsorgung von Kuppelprodukten	165

Dritter Teil

Betriebliches Umweltmanagement – die normative und strategische Dimension	173
--	-----

9. Kapitel

Unternehmensziele und Umweltschutz	175
Unternehmenskultur als Verhaltensprägung	177
Leitbildprozeß „Umweltorientierung“	183
Umweltschutzziele in der strategischen Unternehmensplanung	185
Umweltschutz im Zielsystem der Unternehmung – einige empirische Ergebnisse	193

17. Kapitel

Organisationsfragen des Umweltmanagements	337
Umweltschutz als Organisationslernen	339
Die organisatorische Ausgestaltung des Umweltschutzes	342
Der Umweltschutzbeauftragte – Rolle und Funktion	345
Empirische Ergebnisse	347

18. Kapitel

Personalwesen	349
Personalauswahl und -entwicklung im Umweltschutz	351
Mitarbeitermotivation und -schulung	355
Umweltschutz in Tarifverträgen und Betriebsvereinbarungen ..	356
Kooperation mit dem Betriebsrat	357
Empirische Ergebnisse	358

✓ Zusammenfassung in Thesen	361
--	-----

Anhang I

✗ Instrumente der strategischen Unternehmensplanung	379
---	-----

Anhang II

✓ Ökologie-orientierte Informationstechniken und ihre Anwendungsbereiche	387
--	-----

Anhang III

Umweltschutz als Unternehmensziel	395
---	-----

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	401
---	-----