

---

Wanja Wellbrock · Daniela Ludin  
(Hrsg.)

# Nachhaltiger Konsum

Best Practices aus Wissenschaft,  
Unternehmenspraxis, Gesellschaft,  
Verwaltung und Politik

---

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Ökonomische Grundlagen eines nachhaltigen Konsums

<b>1 Verbraucherökonomische Grundlagen eines nachhaltigen Konsums . . . .</b>	<b>3</b>
Daniela Ludin und Wanja Wellbrock	
1.1 Begriffsbestimmung und Dimensionen des nachhaltigen Konsums . . . .	4
1.2 Konzepte für die Messung von nachhaltigem Konsum . . . . .	5
1.3 Verbrauchergruppen, Produktgruppen und nachhaltiger Konsum . . . . .	6
1.4 Konsumentensouveränität, Informationsasymmetrie und nachhaltiger Konsum . . . . .	8
1.5 Nachhaltige Verbraucherpolitik und nachhaltiger Konsum . . . . .	9
1.6 Verbraucherschutz, Verbraucherrecht, Verbraucherbildung, Verbraucherinformation und nachhaltiger Konsum . . . . .	10
1.7 Label und Siegel als zentraler Bestandteil der Verbraucherinformation für einen nachhaltigen Konsum . . . . .	11
1.8 Fazit . . . . .	12
Literatur. . . . .	13
<b>2 Nachhaltigerer privater Konsum: Eine informations- und verhaltensökonomische Perspektive . . . . .</b>	<b>17</b>
Johannes Simons, Jeanette Klink-Lehmann und Monika Hartmann	
2.1 Einleitung . . . . .	18
2.2 Ansätze zur Förderung des Nachhaltiger Konsum aus der Informationsökonomik. . . . .	19
2.3 Ansätze zur Förderung des Nachhaltiger Konsum aus der Verhaltensökonomik. . . . .	22
2.4 Einflussnahme auf die Nachhaltigkeit des Konsumverhaltens. . . . .	24
2.5 Zusammenfassung und Ausblick . . . . .	27
Literatur. . . . .	28

<b>3</b>	<b>Die Status quo-Fälle – Oder: It can kill you not being „good“ enough . . . .</b>	<b>33</b>
	Volker Lingnau, Florian Fuchs und Florian Beham	
3.1	Einführung . . . . .	34
3.2	Der Einfluss von Nachhaltigkeit auf die wirtschaftliche Performance des Unternehmens. . . . .	35
3.3	Empirische Evidenz zu negativen ökonomischen Konsequenzen von Nicht-Nachhaltigkeit. . . . .	43
3.4	Resümee. . . . .	47
	Literatur. . . . .	48
<b>4</b>	<b>Sharing Economy: Nachhaltigkeit versus Profitorientierung. . . . .</b>	<b>53</b>
	Jana Heimel und Benedikt Krams	
4.1	Einführung . . . . .	54
4.2	Sharing Economy. . . . .	54
4.3	Fazit und Diskussion . . . . .	65
	Literatur. . . . .	66
<b>5</b>	<b>Nachhaltiger Konsum und seine Verankerung im Controlling . . . . .</b>	<b>71</b>
	Gernot Mödritscher und Friederike Wall	
5.1	Herkömmliche Sichtweisen im Strategischen Management und im Controlling . . . . .	71
5.2	Nachhaltigkeit und Stakeholder-Orientierung als aktuelle Sichtweisen im Management . . . . .	72
5.3	Die Verankerung von Stakeholder-Orientierung und Nachhaltigkeit im Controlling . . . . .	74
5.4	Fazit . . . . .	79
	Literatur. . . . .	79
<b>6</b>	<b>Sustainable Finance: Nachhaltigkeitscontrolling zur Steuerung des sozialen und ökologischen Wirtschaftens von Unternehmen . . . . .</b>	<b>83</b>
	Jana Heimel und Martin Momberg	
6.1	Einführung . . . . .	84
6.2	Begriffliche Grundlagen. . . . .	85
6.3	Nachhaltigkeitscontrolling. . . . .	89
6.4	Nachhaltigkeitscontrolling in der unternehmerischen Praxis . . . . .	96
6.5	Fazit und Diskussion/Ausblick . . . . .	101
	Literatur. . . . .	102
<b>7</b>	<b>Gewichtung von Umweltbelastungen im Green Productivity Index . . . . .</b>	<b>107</b>
	Verena L. Aufderheide und Marion Steven	
7.1	Bedeutung der Bewertung von Umweltwirkungen . . . . .	107
7.2	Nachhaltigkeitsorientierte Bewertung von Produkten und Produktionsprozessen . . . . .	108
7.3	Weiterentwicklung zum GPI <sup>EXP</sup> . . . . .	114

7.4	Fazit und Ausblick .....	122
	Anhang .....	123
	Literatur .....	124

## **Teil II Maßnahmen zur Konsumsteuerung von Individuen, Unternehmen und Institutionen**

<b>8</b>	<b>Zur Steuerung nachhaltigen Konsums: Die Entwicklung einer nachhaltigen Customer Journey .....</b>	<b>129</b>
	Kristina Steinbiß und Elisabeth Fröhlich	
8.1	Einleitende Überlegungen .....	129
8.2	Methodisches Vorgehen .....	132
8.3	Theoretischer Rahmen der Analyse .....	133
8.4	Eine nachhaltige Customer Journey .....	139
8.5	Herausforderungen und Ausblick .....	142
	Literatur .....	143
<b>9</b>	<b>Vom Change Agent zur kritischen Masse: Erfolgsfaktoren für den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit auf kommunaler Ebene .....</b>	<b>147</b>
	Stefanie Wesselmann und Christine Rother	
9.1	Einleitung .....	147
9.2	Transformation im Spannungsfeld Individuum – Gesellschaft .....	148
9.3	Best Practices .....	153
9.4	Fazit .....	162
	Literatur .....	163
<b>10</b>	<b>Vom Konsumhandeln zum zivilgesellschaftlichen Engagement – Können Veränderungsexperimente für mehr Klimaschutz im Alltag dazu beitragen, den Footprint-Handprint-Gap zu überwinden? .....</b>	<b>169</b>
	Markus Szaguhn und Maike Sippel	
10.1	Einleitung .....	170
10.2	Problem und Fragestellung .....	172
10.3	Datensatz und Methode .....	174
10.4	Ergebnisse der Analyse .....	176
10.5	Diskussion und Ausblick .....	180
10.6	Fazit .....	181
	Literatur .....	182
<b>11</b>	<b>Unternehmen kommunizieren Suffizienz – Beispiele aus der Praxis für die Förderung eines genügsamen Konsums .....</b>	<b>185</b>
	Anneli Heinrich und Georg Müller-Christ	
11.1	Herausforderungen des aktuellen Konsum- und Wirtschaftsmodells ...	186
11.2	Suffizienz als Lösungsansatz .....	188
11.3	Praxisbeispiele für suffizienz-fördernde Kommunikationspolitik .....	192

11.4	Zwischen Wachstum und Suffizienz – der Umgang mit einem starken Spannungsfeld . . . . .	200
11.5	Voraussetzungen für die Umsetzung suffizienz-fördernder Kommunikationspolitik als Beitrag zur Förderung genügsamen Konsums . . . . .	203
11.6	Fazit . . . . .	204
	Literatur . . . . .	204
<b>12</b>	<b>„Suffizienz unterstützen“ als Geschäftsmodell . . . . .</b>	<b>209</b>
	Therese Kirsch und Fara Steinmeier	
12.1	Ressourcenleichte Gesellschaft durch Suffizienz . . . . .	210
12.2	Motivation für Unternehmen . . . . .	214
12.3	Nachhaltige Entwicklung durch Innovationen und nachhaltige Geschäftsmodelle . . . . .	218
12.4	Geschäftsmodellentwicklung mit Blick auf Suffizienz . . . . .	220
12.5	Fazit und Ausblick . . . . .	229
	Literatur . . . . .	230
<b>Teil III Best Practices – Nachhaltiger öffentlicher Konsum</b>		
<b>13</b>	<b>Fairer Handel als Priorität – Wie die Kampagne „Fairtrade-Towns“ zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele beiträgt . . . . .</b>	<b>237</b>
	Edith Gmeiner, Lisa Herrmann und Michaela Reithinger	
13.1	Was ist Fairtrade? . . . . .	237
13.2	Öffentliche Beschaffung und ihre Bedeutung für nachhaltigen Konsum . . . . .	240
13.3	Fairtrade als konkrete Handlungsoption . . . . .	242
13.4	Fazit . . . . .	247
	Literatur . . . . .	248
<b>14</b>	<b>Regionale, resiliente Ernährungssysteme – am Beispiel der Region Freiburg . . . . .</b>	<b>251</b>
	Esther Wiese und Michael Rumberg	
14.1	Ausgangssituation . . . . .	252
14.2	Begrifflichkeiten: Regionale, resiliente Ernährungssysteme . . . . .	252
14.3	Methodik und Betrachtungsraum der aktuellen Untersuchung . . . . .	253
14.4	Ziel der Ernährungsresilienz . . . . .	254
14.5	Vision der Befragten . . . . .	255
14.6	Möglichkeiten und neue Pfade . . . . .	256
14.7	Herausforderungen und Hemmnisse . . . . .	257
14.8	Maßnahmen und Fallbeispiele . . . . .	258
14.9	Fazit . . . . .	259
	Literatur . . . . .	260

<b>15 Nachhaltige IT-Beschaffung: Herausforderungen und Lösungsansätze aus der Praxis</b> .....	263
Nicole A. Diehlmann	
15.1 Einleitung .....	263
15.2 Von der Kür zur Pflicht – politische und gesetzliche Anforderungen an die unternehmerische Verantwortung .....	264
15.3 Best-Practice-Beispiele: IT-Beschaffung im öffentlichen Sektor .....	267
15.4 Fazit .....	272
Literatur .....	273
<b>16 Praxisbeispiel Nachhaltiger Konsum: „Pappbecherfreier Campus Schwäbisch Hall“</b> .....	275
Daniela Ludin, Wanja Wellbrock, Erika Müller und Benjamin Högele	
16.1 Einführung .....	275
16.2 Theoretische Grundlagen .....	276
16.3 Lösungsweg: Einführung des Mehrwegbechers am Campus Schwäbisch Hall .....	281
16.4 Fazit .....	283
Literatur .....	283
<b>17 Kommunales Controlling – Instrument zur Planung, Steuerung und Kontrolle nachhaltigen Wirtschaftens im kommunalen Sektor</b> .....	287
Julia Sydow und Alexander Kratzmann	
17.1 Die Rolle der Kommunen im deutschen Bundesstaat .....	288
17.2 Organisation und Funktionen des Controllings .....	289
17.3 Zum Stand des kommunalen Controllings am Beispiel des Freistaates Sachsen .....	293
17.4 Fazit .....	296
Literatur .....	298
<b>18 Ganzheitliche prozessorientierte Sicht auf Hochschulen in Krisenzeiten</b> .....	301
Peter Mattheis und Marc Scharsig	
18.1 Problemstellung .....	302
18.2 Definitionen .....	302
18.3 Ziele .....	303
18.4 Prozessarchitektur .....	303
18.5 Balanced Scorecard .....	307
18.6 Fazit .....	309
Literatur .....	310

<b>19</b>	<b>Der Zusammenhang zwischen Gesundheitsversorgungssystemen und der Aufrechterhaltung einer nachhaltigen Umwelt</b> .....	313
	Norma M. Huss und Melanie Weinheimer	
19.1	Der Klimawandel und das Gesundheitssystem .....	313
19.2	Nachhaltigkeit .....	315
19.3	Prozesskette von Einwegprodukten aus Plastik am Beispiel des Einweg-Medikamentenbechers .....	316
19.4	Alternativen, Recycling und Wiederverwendung .....	322
19.5	Fazit .....	325
	Literatur .....	326
<b>Teil IV Best Practices – Nachhaltige Unternehmensführung</b>		
<b>20</b>	<b>Strategische Wettbewerbsvorteile im Kontext nachhaltiger Unternehmensführung</b> .....	335
	Daniel Gerbaulet	
20.1	Ökonomische Grundlagen .....	336
20.2	Wertkettenanalyse und Wettbewerbsstrategien .....	338
20.3	Nachhaltigkeit als Teil einer Wettbewerbsstrategie .....	342
20.4	Fazit .....	345
	Literatur .....	346
<b>21</b>	<b>Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz bei unternehmensübergreifenden Kooperationen: Die Theorie der Institutionellen Rollenmodelle als Grundlage für Best Practices</b> .....	349
	Wolfgang H. Schulz, Oliver Franck, Stanley Smolka und Vincent Geilenberg	
21.1	Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship .....	350
21.2	Corporate Social Responsibility und Shareholder Value .....	351
21.3	Das Institutionelle Rollenmodell und seine Anwendung .....	355
	Literatur .....	360
<b>22</b>	<b>Nachhaltige Supply Chain Finance</b> .....	363
	Alexandra Fiedler	
22.1	Sustainable Supply Chain Finance .....	363
22.2	Ein agentenbasierter Ansatz für Sustainable Supply Chain Finance .....	368
22.3	Fazit .....	372
	Literatur .....	372
<b>23</b>	<b>Green and Lean: Wie Lean Management nachhaltigen Konsum in Unternehmen fördert – am Beispiel der Verpackungsindustrie</b> .....	375
	Kristofer Leder	
23.1	Lean Management – eine Definition auf drei Ebenen .....	376
23.2	Green and Lean Management .....	379

23.3	Bedingungen für eine nachhaltige Green and Lean Einführung . . . . .	389
23.4	Fazit . . . . .	389
	Literatur. . . . .	390
<b>24</b>	<b>Bewusster Konsum als Unternehmensstrategie – VAUDE tritt an mit umweltfreundlichen und fairen Bergsportprodukten . . . . .</b>	<b>393</b>
	Lisa Fiedler	
24.1	Nachhaltige Unternehmensführung . . . . .	394
24.2	Klare Leitplanken und strenge Kriterien für die Produktentwicklung . . . . .	395
24.3	Aktives Angebot für eine verantwortungsvolle Nutzungsphase . . . . .	398
24.4	Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg . . . . .	402
	Literatur. . . . .	404
<b>25</b>	<b>Nachhaltiger Konsum als Mainstream – Rolle und Verantwortung der Einzelhändler am Beispiel der Handelsunternehmen Lidl und Kaufland. . . . .</b>	<b>407</b>
	Mariella Gomez, Lavinia Kochanski und Elisabeth Koep	
25.1	Einleitung . . . . .	408
25.2	Die Schwarz Gruppe . . . . .	408
25.3	Nachhaltige Sortimentsgestaltung – Der Beitrag von Lidl zu dem Sustainable Development Goal 12 . . . . .	413
25.4	Machen macht den Unterschied – Kauflands Haltung für nachhaltiges Handeln . . . . .	418
25.5	Fazit . . . . .	422
	Literatur. . . . .	423
<b>26</b>	<b>Coopetition am Beispiel des #ForumRezyklat der dm-drogerie markt GmbH+ Co. KG . . . . .</b>	<b>427</b>
	Sebastian Bayer, Dagmar Glatz und Daiga-Patricia Kang	
26.1	Einleitung . . . . .	428
26.2	Definitionen und Erläuterungen . . . . .	428
26.3	Die Entstehung des #ForumRezyklat. . . . .	430
26.4	Gründungsphase und erste praktische Umsetzung. . . . .	433
26.5	Neuausrichtung des Forums. . . . .	436
26.6	Fazit . . . . .	439
	Literatur. . . . .	440
<b>27</b>	<b>Erarbeitung eines Rücknahmesystems am Beispiel des Cradle to Cradle® zertifizierten Würth Varifix® Schnellmontagesystems . . . . .</b>	<b>443</b>
	Sven Kübler, Elisabeth Kraut, Carina Lebsack, Wanja Wellbrock und Wolfgang Gerstlberger	
27.1	Kreislaufwirtschaft. . . . .	444
27.2	Würth Varifix® Schnellmontagesystem . . . . .	448



27.3	Fazit .....	451
	Literatur.....	452
<b>28</b>	<b>Made in Bangladesh – und stolz darauf!</b> .....	<b>455</b>
	Anna F. Rüchardt und Jochen Schmidt	
28.1	Rana Plaza – Die Katastrophe am Ursprung des Umdenkens .....	455
28.2	Raus aus Bangladesch – eine Alternative? .....	459
28.3	Der HAKRO Ansatz.....	461
28.4	Fazit .....	467
	Literatur.....	468
<b>29</b>	<b>Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens im Mittelstand am Beispiel MANN &amp; SCHRÖDER COSMETICS</b> .....	<b>473</b>
	Jan Englert und Angelina Straub	
29.1	Die Bedeutung unternehmerischer Nachhaltigkeit .....	474
29.2	Anspruchsgruppen und ihre CSR-Anforderungen .....	475
29.3	Unternehmensweiter Umweltschutz .....	477
29.4	Produktbezogener Umweltschutz.....	480
29.5	Limitationen unternehmensinterner und -externer Faktoren .....	482
29.6	Handlungsempfehlungen und Verallgemeinerung .....	483
29.7	Fazit und Ausblick .....	484
	Literatur.....	484
<b>30</b>	<b>Best Practices zur nachhaltigen Beschaffung von Rohstoffen entlang der Lieferkette: Erfahrungen aus einer Fallstudie in Deutschland</b> .....	<b>487</b>
	Rubén Medina Serrano, Wanja Wellbrock und Pino Valero Cuadra	
30.1	Einführung .....	488
30.2	Kontext zum Thema Konfliktminerale .....	488
30.3	Methodologisches Vorgehen zur Datensammlung .....	490
30.4	Der nachhaltige Konfliktmineraleprozess .....	498
30.5	Fazit .....	499
	Literatur.....	501
<b>31</b>	<b>Nachhaltiges Supply Chain Management im Maschinenbau – eine ganzheitliche Betrachtung mit dem Matrjoschka-Modell</b> .....	<b>505</b>
	Julia Krause	
31.1	Anforderungen der modernen Welt .....	506
31.2	Matrjoschka-Modell der Nachhaltigkeit .....	507
31.3	Schritte für die Umsetzung .....	517
31.4	Fazit .....	519
	Literatur.....	519

<b>32</b>	<b>Entwicklung und technische Umsetzung nachhaltiger thermoformbarer Verpackungen</b> .....	521
	Georg Sposny	
32.1	Wertstoff Kunststoff im Wandel .....	521
32.2	Prozess für nachhaltige Verpackungslösungen .....	525
32.3	Führende IML-T <sup>®</sup> -Technologie – wirtschaftlich und dekorativ .....	528
32.4	Aktuelle Praxisbeispiele nachhaltiger Verpackungen .....	530
32.5	Fazit .....	534
	Literatur .....	534
<b>33</b>	<b>Nachhaltiges Bauen mit Holz im Geschosswohnungsbau</b> .....	537
	Wolf Gieseke, Norina Klameth und Jorin Herrmann	
33.1	Einführung .....	538
33.2	Gründe für das nachhaltige Bauen mit Holz .....	540
33.3	Praxisbeispiel KfW55-Geschosswohnungsbau der GWG „Auf dem Katzenkopf“ .....	543
33.4	Fazit und Ausblick .....	551
	Literatur .....	552
<b>Teil V Best Practices – Nachhaltige Mobilität und Logistik</b>		
<b>34</b>	<b>Urbane Mobilität: Nachhaltigkeit durch Elektromobilität?</b> .....	557
	Thomas Lenk, Oliver Rottmann, André Grüttner und Mario Hesse	
34.1	Mobilitätswende als Impuls für eine ökologisch nachhaltige urbane Mobilität .....	558
34.2	Elektromobilität im kommunalen Kontext .....	560
34.3	Ausgewählte Handlungsfelder für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder im Aufgabenbereich Mobilität .....	564
34.4	Neue Geschäftsfelder im Teilbereich Verkehr .....	566
34.5	Fazit .....	568
	Literatur .....	569
<b>35</b>	<b>„NaMoCa – Nachhaltige Mobilität am Campus Schwäbisch Hall“ – Entwicklung eines Mobilitätskonzepts für den Campus Schwäbisch Hall als Projekt im Ideenwettbewerb „Emissionsfreier Campus“</b> .....	573
	Daniela Ludin, Wanja Wellbrock, Erika Müller und Benjamin Högele	
35.1	Einführung .....	574
35.2	Problemstellung und Projektvorhaben .....	576
35.3	Methodisches Vorgehen .....	578
35.4	Auswertung der Ergebnisse .....	580
35.5	Handlungsempfehlungen und Gesamtkonzept .....	589
35.6	Fazit .....	591
	Literatur .....	591

<b>36</b>	<b>Binnenschifffahrt im Nexus der Nachhaltigkeit in der Verkehrslogistik: Status Quo, Ansatzpunkte und ausgewählte Praxisbeispiele</b> . . . . .	595
	Dirk H. Hartel und Markus Nölke	
36.1	Binnenschifffahrt: Tradition mit Zukunftspotenzial? . . . . .	595
36.2	Markt und Marktteilnehmer . . . . .	596
36.3	Binnenschiffe im Nachhaltigkeitsvergleich der Verkehrsmittel . . . . .	600
36.4	Verkehrs- und umweltpolitische Initiativen auf nationaler und EU-Ebene . . . . .	605
36.5	Ausgewählte Ansatzpunkte zur Steigerung von Nachhaltigkeit und Effizienz . . . . .	607
36.6	Ausgewählte organisatorische Ansätze . . . . .	609
36.7	Ausgewählte Praxisbeispiele . . . . .	610
36.8	Fazit und Ausblick: 60–25–15! . . . . .	612
	Literatur . . . . .	612
<b>37</b>	<b>Elektrokleinstfahrzeuge als Hoffnungsträger einer nachhaltig- alltagstauglichen Mikromobilität</b> . . . . .	615
	Tobias Bernecker und Jonas Heinzelmann	
37.1	Einführung . . . . .	616
37.2	Modellformulierung . . . . .	617
37.3	Empirische Überprüfung und Ergebnisse . . . . .	620
37.4	Diskussion . . . . .	625
37.5	Fazit . . . . .	627
	Literatur . . . . .	627
<b>38</b>	<b>Vergleich von Ladestrategien zur Minderung von CO<sub>2</sub> Emissionen für batterieelektrische Fahrzeuge</b> . . . . .	629
	Johannes Üpping, Maria Schaffer und Fynn C. Bollhöfer	
38.1	Einleitung . . . . .	630
38.2	Ladestrategien . . . . .	631
38.3	Simulation . . . . .	634
38.4	Ergebnisse . . . . .	636
38.5	Fazit . . . . .	640
	Literatur . . . . .	641
<b>39</b>	<b>Flächensparende Logistik als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung am Beispiel der Waldbach Fulfillment Logistik e. K.</b> . . . . .	645
	Arne Dethloff, Lucas Hüer, Kai-Michael Griese und Martin Franz	
39.1	Einleitung . . . . .	646
39.2	Nutzung von Logistikflächen – Kooperationen als Chance . . . . .	647
39.3	Methodik . . . . .	648
39.4	Die Fallstudie Waldbach Fulfillment Logistik e. K. . . . .	649

39.5 Zusammenfassung und Fazit .....	654
Literatur .....	655
<b>40 Nachhaltigkeit im E-Commerce: Die letzte Meile aus Konsumentensicht .....</b>	<b>659</b>
Patrick Klein und Bastian Popp	
40.1 Einleitung .....	660
40.2 Nachhaltigkeit im E-Commerce .....	660
40.3 Nachhaltigkeit auf der letzten Meile des Warenübergangs .....	663
40.4 Diskussion und Implikationen .....	670
40.5 Fazit .....	672
Literatur .....	672
<b>41 Nachhaltige und individualisierte Zustellung von Lebensmitteln .....</b>	<b>679</b>
Sandra Luttermann, Herbert Kotzab, Markus Trapp und Michael Freitag	
41.1 Einleitung .....	679
41.2 Theoretische Grundlagen .....	680
41.3 Kundenindividuelle und nachhaltige Zustelloptionen .....	683
41.4 Fazit .....	689
Literatur .....	690
<b>Teil VI Best Practices – Nachhaltige Agrarwirtschaft und Lebensmittelindustrie</b>	
<b>42 Agrarwirtschaft als Ausgangspunkt einer nachhaltigen Konsumkette – Konzeption, Potenziale und Best Practice .....</b>	<b>697</b>
Barnim G. Jeschke	
42.1 Einleitung .....	697
42.2 Einflusspotenziale einer nachhaltigen Agrarwirtschaft .....	698
42.3 Maßnahmen zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen in der Landwirtschaft .....	705
42.4 Beispiele für Best Practice .....	714
42.5 Fazit .....	716
Literatur .....	717
<b>43 Alltäglicher nachhaltiger Konsum – Bewusster Umgang mit Lebensmitteln vs. skandalträchtige Verschwendung .....</b>	<b>719</b>
Stefan Schmidt und Wanja Wellbrock	
43.1 Rolle des Verbrauchers .....	719
43.2 Einfluss der Kaufentscheidungen bezüglich Lebensmitteln .....	720
43.3 Verschwendung von Lebensmitteln und Abfallvermeidung .....	726
43.4 Lebensmittelrecht .....	729

43.5	Betrug und Selbstbetrug . . . . .	731
43.6	Handlungsalternativen und Achtsamkeit . . . . .	734
	Literatur . . . . .	736
<b>44</b>	<b>Nachhaltiger Konsum in der Lebensmittelbranche: Nachhaltigkeit in Filialen, Sortiment und Kommunikation der Öko-Bäckerei</b>	
	<b>Hopfsterei</b> . . . . .	743
	Martina Boehm und Carolyn Hutter	
44.1	Ausgangssituation . . . . .	744
44.2	Zielgruppenanalyse . . . . .	747
44.3	Wesentlichkeitsanalyse für die Hopfsterei . . . . .	748
44.4	Handlungsempfehlungen . . . . .	749
44.5	Fazit . . . . .	751
	Literatur . . . . .	751
<b>45</b>	<b>Wein aus kontrolliert nachhaltiger Produktion – Verantwortung umsetzen</b> . . . . .	753
	Helena J. Ponstein und Armin R. Gemmrich	
45.1	Einleitung . . . . .	754
45.2	„BIO-Wein“ oder „nachhaltiger Wein“ – wo liegt der Unterschied? . . . . .	755
45.3	Ökologische Dimension der Nachhaltigkeit im Weinbau . . . . .	757
45.4	Soziale Dimension der Nachhaltigkeit in der Weinproduktion . . . . .	762
45.5	Ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit in der Weinproduktion . . . . .	764
45.6	Schlussfolgerung und Ausblick . . . . .	765
	Literatur . . . . .	765
<b>46</b>	<b>Die Initiative Tierwohl der deutschen Ernährungswirtschaft</b> . . . . .	769
	Johannes Simons und Alexander Hinrichs	
46.1	Tierwohl und Nachhaltigkeit . . . . .	769
46.2	Nachfrage nach Fleisch mit höheren Tierwohlstandards . . . . .	770
46.3	Besonderheiten der Wertschöpfungskette Fleisch und Fleischprodukt . . . . .	772
46.4	Wettbewerbssituation in der Wertschöpfungskette . . . . .	772
46.5	Das Dilemma der Fleischwirtschaft . . . . .	773
46.6	Ansatz zur Auflösung des Dilemmas der Fleischwirtschaft . . . . .	774
46.7	Funktionsweise der Initiative Tierwohl . . . . .	775
46.8	Kritik und Weiterentwicklungen . . . . .	777
46.9	Fazit . . . . .	779
	Literatur . . . . .	780
<b>47</b>	<b>Rolle der Nachhaltigkeit beim Konsum von Süßigkeiten durch Kinder</b> . . . . .	783
	Daniela Ludin, Wanja Wellbrock, Erika Müller, Wolfgang Gerstlberger, Caroline Schätzle und Philipp Schwinghammer	
47.1	Einleitung . . . . .	784
47.2	Theoretische Grundlagen . . . . .	784

47.3	Empirische Studienergebnisse .....	787
47.4	Fazit und Ausblick in die Zukunft .....	792
	Literatur .....	793
<b>48</b>	<b>Möglichkeiten und Grenzen der Nutzung von nachhaltigen Einkaufstragetaschen .....</b>	<b>797</b>
	Daniela Ludin, Wanja Wellbrock, Erika Müller, Wolfgang Gerstlberger, Sherin Schellhammer und Kerstin Zimmermann	
48.1	Einleitung .....	797
48.2	Theoretische Grundlagen .....	798
48.3	Empirische Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung .....	804
48.4	Fazit und weiterer Forschungsbedarf .....	810
	Literatur .....	810
<b>Teil VII Best Practices – Nachhaltige Energieversorgung</b>		
<b>49</b>	<b>Handlungsempfehlungen zum Ausbau der nachhaltigen Energieversorgung unter Verminderung von Rebound-Effekten .....</b>	<b>817</b>
	Sarah Deterling und Bettina Keil	
49.1	Transformation der Energieversorgung .....	817
49.2	Schwerpunkt: Biomasse als erneuerbare Energieart .....	820
49.3	Rebound-Effekte .....	821
49.4	Handlungsoptionen zur Verminderung der Sekundäreffekte .....	826
49.5	Fazit .....	828
	Literatur .....	828
<b>50</b>	<b>Innovative Produkte und Dienstleistungen für einen nachhaltigen Konsum an der Schnittstelle von Energie- und Mobilitätswende .....</b>	<b>831</b>
	Tobias Popović, Ezgi Gökdemir und Elias Schwemin	
50.1	Einleitung .....	832
50.2	Nachhaltiger Konsum im Kontext einer Großen Transformation – Grand Challenges als Ausgangspunkt .....	832
50.3	Transdisziplinäre Reallabore (Living Labs) als Forschungsdesign und Grundlage für Innovationsökosysteme .....	838
50.4	Verzahnung von Energie- und Mobilitätswende in der Praxis .....	840
50.5	Fazit und Ausblick .....	845
	Literatur .....	845
<b>Teil VIII Best Practices – Nachhaltiger Tourismus und Eventmanagement</b>		
<b>51</b>	<b>Nachhaltigkeit im Tourismus – Anspruch, Wirklichkeit und Umsetzungsmöglichkeiten .....</b>	<b>853</b>
	Martina Shakya	
51.1	Nachhaltigkeit und Tourismus .....	853
51.2	Wie nachhaltig ist der Tourismus? .....	858

51.3	Umsetzungsmöglichkeiten in der Praxis .....	861
51.4	Nachfrage nach nachhaltigen Reiseangeboten .....	864
51.5	Fazit .....	867
	Literatur .....	868
<b>52</b>	<b>Green Hotels – Nachhaltiges Engagement bei Best Western .....</b>	<b>871</b>
	Marcus Smola	
52.1	Einführung .....	872
52.2	Stimmige Gesamtkonzepte, erlebbar für Hotelgäste – Beispiele aus der Praxis .....	872
52.3	Nachhaltigkeit beginnt im Kleinen – Best Western Hotels sind auf die Biene gekommen .....	878
52.4	Gruppenübergreifendes Engagement: E-Mobilität und Stromtankstellen .....	879
52.5	Nachhaltige Kooperation: Für jede Buchung werden Bäume gepflanzt .....	880
52.6	Fazit .....	880
	Literatur .....	881
<b>53</b>	<b>Nachhaltige Events – Erlebnis statt Konsum .....</b>	<b>883</b>
	Ulrich Holzbaur, Annika Beifuss, Evelyn Neifer und Vanessa Vanini	
53.1	Konsum und Transformation .....	884
53.2	Nachhaltige Events .....	885
53.3	Spezielle Bereiche .....	887
53.4	Event Design .....	892
53.5	Fazit .....	895
	Literatur .....	895
<b>54</b>	<b>Nachhaltigkeit im Veranstaltungsmanagement .....</b>	<b>899</b>
	Sebastian Kaiser-Jovy und Timo Becker	
54.1	Einführung .....	900
54.2	Eventwirkungen im Spiegel von Forschung und Praxis .....	901
54.3	Perspektivwechsel: vom Analysieren zum Gestalten .....	902
54.4	Das Logic Model: Einordnung und Anwendung im Eventmanagement .....	904
54.5	Fazit .....	909
	Literatur .....	911

## Teil IX Best Practices – Nachhaltiger Konsum auf Finanz- und Versicherungsmärkten

<b>55</b>	<b>Sustainable Insurance – Nachhaltiger Konsum am Beispiel von Versicherungsprodukten, -dienstleistungen und -beratung</b>	<b>917</b>
	Tobias Popović, Jessica Reichard-Chahine, Marcus Reichenberg, Anna Schirpke, Ann-Cathrin Seeberger und Andrea Wozniak	
55.1	Einleitung	918
55.2	Nachhaltiger Konsum im Kontext einer Großen Transformation	918
55.3	Sustainable Finance – Die Hebelwirkung des Kapitalmarktes	919
55.4	Sustainable Insurance	920
55.5	Nachhaltigkeitsindikatoren als Orientierungshilfe für Versicherungskunden und -makler	927
55.6	Fazit und Ausblick	930
	Literatur	931
<b>56</b>	<b>Kriterien zur Bewertung nachhaltiger Investments</b>	<b>937</b>
	Christoph Klein und Mathias Moersch	
56.1	Nachhaltige Investments	937
56.2	Ausschlusskriterien	938
56.3	Key Performance Indikatoren für nachhaltiges Wirtschaften	941
56.4	Unabhängige Zertifizierungen	942
56.5	Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen	944
56.6	EU-Taxonomie für Nachhaltigkeit und Offenlegungs-Verordnung	946
56.7	Klimarisiken managen	947
56.8	Fazit	950
	Literatur	950
<b>57</b>	<b>Grundpfeiler eines nachhaltigen Investmentansatzes auf der Basis von börsengehandelten Indexfonds</b>	<b>953</b>
	Jens Koch	
57.1	ETF als günstiges Wunderwerk	954
57.2	Diversifikation als Allheilmittel	955
57.3	Nachhaltigkeit als Grundgedanke bei der Geldanlage	960
57.4	Basisinvestment: ETFs über verschiedene Assetklassen	965
57.5	Fazit	972
	Literatur	974