
Inhaltsverzeichnis

Nachhaltiges Strategisches Management: Anknüpfungspunkte und Impulse für die praktische Strategiearbeit.	1
Thomas Wunder	
Teil I Relevanz nachhaltigkeitsorientierter Strategiearbeit	
Megatrends – Rahmenbedingungen für unternehmerische Nachhaltigkeit ...	45
Christian Krys	
Werttreiber Nachhaltigkeit: Einfluss der Corporate Sustainability Performance auf die Corporate Financial Performance	67
Thomas Schulz	
Lohnt sich Nachhaltigkeitsmanagement? Mindsets, „business cases“ und Strategie	81
Stefan Schaltegger	
Teil II Wichtige Themen nachhaltigkeitsorientierter Strategiearbeit	
Das Shared-Value-Konzept von Porter und Kramer – The Big Idea!?	95
Maximilian J. L. Schormair und Dirk Ulrich Gilbert	
Geschäftsmodelle für unternehmerische Nachhaltigkeit	111
Florian Lüdeke-Freund	
Corporate Social Innovation und Unternehmensstrategie	137
Thomas H. Osburg	

Corporate Social Responsibility und Unternehmenswert: Wirkungsmechanismen zwischen Strategie, Intangibles und Marktbewertung	153
Thomas Schulz	
Corporate-Social-Responsibility-Strategien im Rahmen der unternehmerischen Internationalisierung und Globalisierung	183
Franziska Struve und Christopher Stehr	
Strategische Bedeutung eines nachhaltigen Lieferkettenmanagements	199
Marina Jentsch und Klaus J. Zink	
Teil III Nachhaltigkeitsorientierte Strategiearbeit in der Unternehmenspraxis	
Eine nachhaltige Strategie bei SAP	219
Will Ritzrau	
Implementierung nachhaltiger Unternehmensstrategien – das Fallbeispiel DB2020 der Deutschen Bahn	239
Jan Wehking und Markus Rometsch	
RECARO goes green: Wettbewerbsvorteile durch Nachhaltigkeit.	253
Mirjam Bruhns, Michael Currie und Alfons Stachel	
Nachhaltig mit Kunststoff. Scheplast – Natürlich Kunststoff	273
Jens Schenk	
Nachhaltigkeit als integriertes Geschäftsprinzip bei der Zürcher Kantonalbank	283
Bettina Giménez	
Corporate-Social-Responsibility-Perspektiven für Strategien in landwirtschaftlichen Unternehmen	303
Bruno Durgiai, Thomas Blättler und Therese Haller	
Teil IV Ausblick	
Wachstumsindifferenz: Generische Unternehmensstrategien für die Postwachstumsökonomie.	325
André Reichel	

Strategien der Exzellenz. Wertestrategien zu den Wettbewerbsvorteilen von morgen	341
Friedrich Glauner	
Von der Gewinn- zur Nachhaltigkeitsmaximierung	365
Thomas Walker	
Corporate Social Responsibility – Neue Perspektiven für die Weiterentwicklung der Betriebswirtschaftslehre	381
René Schmidpeter	



<http://www.springer.com/978-3-662-49456-1>

CSR und Strategisches Management
Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb
gewinnt

Wunder, Th. (Hrsg.)

2017, XIX, 390 S. 110 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-49456-1