

Teil I Wertschöpfung und Transformation

1 Disruption und Wertschöpfung der Unternehmenssicherheit	3
Marc Knoppe	
1.1 Einleitung	4
1.2 Disruption der Unternehmenssicherheit.	5
1.3 Traditionelle Ansätze der Unternehmenssicherheit	9
1.4 Ein strategisches Denkmodell zur Wertschöpfung der Unternehmenssicherheit.	11
1.5 Fazit	21
Literatur.	21
2 Aufbruch durch Digitalisierung – Werbemittel im Wandel	25
Stefan Rock	
2.1 Einleitung	26
2.2 Prospekt, dessen Wirkungsbereich und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten.	26
2.2.1 Prospekt und dessen Bedeutung im Lebensmitteleinzelhandel	26
2.2.1.1 Prospekt und dessen Einordnung als Werbemittel.	26
2.2.1.2 Lebensmitteleinzelhandel als bedeutendste Branche des Einzelhandels	27
2.2.2 Nutzung, Wirkung und wirtschaftliche Bedeutung des Prospekts im Lebensmitteleinzelhandel gestern und heute	29
2.2.2.1 Kundenorientierte Aspekte der Nutzung von Prospekt	29
2.2.2.2 Bedeutung des Prospekts aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels.	31
2.2.3 Nachhaltigkeit der Prospektproduktion, deren Distribution und Entsorgung.	32

2.2.4	Digitalisierung und deren Auswirkungen auf den Prospekt	34
2.2.4.1	Digitalisierung und digitale Transformation	34
2.2.4.2	E-Prospekt, die digitale Erscheinungsform des traditionellen Prospekts	36
2.2.5	Vom gedruckten Prospekt zum E-Prospekt – die wesentlichen Erkenntnisse	39
2.3	Digitalisierung der Werbekommunikation aus Nutzersicht – eine empirische Untersuchung	40
2.3.1	Untersuchungsfokus, Ziele und zu erwartende Ergebnisse	40
2.3.2	Ergebnisse der Branchenanalyse und Nutzerumfrage	41
2.3.2.1	Ergebnisse der Branchenanalyse	41
2.3.2.2	Ergebnisse aus der Nutzerbefragung	45
2.3.3	Nutzergruppenspezifische Sichtweise zum Wandel in der Werbekommunikation – die wesentlichen Erkenntnisse	50
2.4	Wertung der Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen	51
2.5	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	54
Literatur	55
3	Value-based Procurement (VBP): Die Zukunft der Wertschöpfung in Netzwerken aus der Beschaffungsperspektive eines Krankenhauses	59
Michael Jünger und Andrea Raab		
3.1	Wirtschaftliche Lage der Krankenhäuser in Deutschland	60
3.1.1	Gesamtkostensituation und Kostendruck	60
3.1.2	Gründe für die Kostenentwicklung	61
3.2	Traditionelle und erweiterte Optimierungsansätze	62
3.2.1	Preisorientierte Maßnahmen und Effizienzsteigerung	62
3.2.2	Wertorientierte Beschaffung im Krankenhauseinkauf	63
3.3	Moderne Value-basierte Konzepte	64
3.3.1	Definition von „Value“ und notwendige Begriffsbestimmung	64
3.3.2	Value-in-Use: Die Betrachtung eines ausgewählten Value-basierten Konzeptansatzes	65
3.3.3	Shared Value: Transferversuch auf wertorientierte Beschaffung	66
3.3.4	Value-based Healthcare (VBHC) als Ansatzpunkt	69
3.3.5	Das Konzept Value-based Procurement (VBP)	69
3.4	Status Quo zum Value-based Procurement (VBP) in Deutschland	70
3.5	Wertschöpfung aus Sicht der Service-Dominant Logic (SDL): Health-as-a-Service	72
3.6	Zusammenfassung und Ausblick	77
Literatur	78

4 Die Verwundbarkeit globaler Lieferketten und betriebliche Ansatzpunkte in Supply Chain Management und Finance zur Steigerung der Resilienz	85
Mandy Habermann, Katharina Schauberger und Michael Sternbeck	
4.1 Einleitung	86
4.2 Produktionsvernetzung über globale Lieferketten – Chance und Risiko ...	87
4.3 Globale Unsicherheiten – Zerreißprobe für globale Lieferketten	89
4.3.1 Globale, externe Unsicherheiten.....	89
4.3.2 Aus- und Wechselwirkungen bei globalen Unsicherheiten und Lieferketten.....	90
4.4 Management globaler Lieferketten aus Unternehmenssicht in unsicheren Zeiten	94
4.4.1 Lieferketten aus Unternehmensperspektive	94
4.4.2 Risiken, Unsicherheiten, Störungen und Disruptionen in Lieferketten aus Unternehmenssicht	96
4.4.3 Lieferketten-Resilienz	98
4.4.4 Maßnahmen zur Erhöhung der Lieferketten-Resilienz	100
4.5 Supply Chain Finance zur Stärkung der Resilienz von Lieferketten	102
4.5.1 Supply Chain Finance.....	103
4.5.2 Überblick über Instrumente des Supply Chain Finance.....	104
4.5.3 Wirkungen des Supply Chain Finance auf die Resilienz einer Lieferkette.....	106
4.5.4 Aktuelle Entwicklungen in der Umsetzung des Supply Chain Finance in Lieferketten.....	107
4.5.4.1 Ganzheitliche Umsetzung des Supply Chain Finance....	108
4.5.4.2 Chancen aus der technologischen Entwicklung für das Supply Chain Finance	109
4.5.4.3 Sustainable Supply Chain Finance	110
4.6 Zusammenfassung	111
Literatur.....	113
5 Der Digitale Euro: Notwendige Ergänzung oder unnötige Belastung des zukünftigen Geldsystems?	121
Jörg Clostermann, Franz Seitz und Alois Rauscher	
5.1 Einleitung	122
5.2 Die Geldentwicklung historisch betrachtet	122
5.2.1 Physisches Geld	122
5.2.2 Privates digitales Geld	123
5.2.3 Nur reguliertes Geld ist funktionierendes Geld	124
5.2.4 Unregulierte privates digitales Geld: Krypto-Assets	125

5.3	Digitalisierung der Wirtschaft und des Zahlungsverkehrs	126
5.3.1	Digitalisierung der Wirtschaft	126
5.3.2	Digitalisierung des Zahlungsverkehrs	127
5.4	Gründe der EZB für die Einführung eines digitalen Euro	129
5.4.1	Ankerfunktion von Zentralbankgeld	129
5.4.2	Geldpolitische Souveränität	130
5.4.3	Finanzstabilität	131
5.4.4	Weitere Gründe	132
5.5	Das Projekt „Digitaler Euro“	133
5.5.1	Einordnung des digitalen Euro in die Geldsystematik	133
5.5.2	Projektstand	133
5.5.3	Gestaltungsmerkmale des digitalen Euro und deren Bewertung . . .	133
5.6	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	138
	Literatur	140
6	Intangible Assets im Rahmen einer ganzheitlichen Transformation von Unternehmen	145
	Armin Müller	
6.1	Einführung	146
6.2	Intangible Assets: Bedeutung, Eingrenzung und Zusammenhänge	147
6.3	Ansätze und Konzepte zur Lenkung von Intangible Assets	151
6.3.1	Bilanzierung von Immateriellen Vermögenswerten	151
6.3.2	Wissensmanagement und Intangible Assets	154
6.4	Strategisches Management mit der Balanced Scorecard	160
6.5	Zusammenfassende Beurteilung	162
	Literatur	164
Teil II Nachhaltigkeit und Vertrauen		
7	Mobilität im Wandel der Zeit	169
	Harry Wagner und Tamara Beschler	
7.1	Herausforderungen im 21. Jahrhundert	170
7.1.1	Begriffsabgrenzung nachhaltige Mobilitätswende und Verkehrswende	171
7.1.2	Aufbau und Methodik	172
7.2	Zahlen, Daten und Fakten zur Mobilität	173
7.3	Treiber einer sich wandelnden Mobilität	174
7.4	Regionale und globale Best Practices im Mobilitätskontext	176
7.4.1	Mobilitätslösungen der Ebene +1	176
7.4.2	Copenhagenize Urban Index	178
7.4.3	Autonomer ÖPNV für On-Demand Mobilität	180
7.4.4	Subventionen im ÖPNV/Deutschlandticket	182

7.4.5	Slot Management System zur effizienten Steuerung des Verkehrsflusses	185
7.4.6	Urbane intelligente Wohnquartiere – Mobility Hubs von Morgen	189
7.5	Erfolgsfaktoren für eine nachhaltige Mobilitätswende	192
7.6	Vernetzte und integrative Mobilität als Resilienz Strategie	194
	Literatur.....	195
8	Ethik in der Internetsuche – Die Entwicklung der Ethikmühle der Internetsuche auf Basis einer systematischen Literaturanalyse.	201
	Benedikt Hoffmann, Alexander Decker und Christine Plote	
8.1	Einleitung	202
8.1.1	Ethik in der Internetsuche – Ein vernachlässigter Bereich in der wissenschaftlichen Diskussion.....	202
8.1.2	Vernachlässigt, aber nicht vollständig neu	203
8.2	Methodik	204
8.3	Die Ethikmühle der Internetsuche	207
8.4	Schlussfolgerung	215
8.5	Anhang	216
8.5.1	Anhang A	216
8.5.2	Anhang B	223
8.5.3	Anhang C	228
	Literatur.....	233
9	E-Grocery, Urbane Logistik und Nachhaltigkeit – Triga der Herausforderungen.	237
	Stefan Rock	
9.1	Einleitung	238
9.2	E-Grocery, Urbane Logistik und Nachhaltigkeit im gelebten Alltag	239
9.2.1	Begriff und Bedeutung von E-Grocery.....	239
9.2.1.1	Von E-Food zu E-Grocery	239
9.2.1.2	Konsumentenseitig Beweggründe für die Nutzung von E-Grocery	243
9.2.2	Logistik im urbanen Raum	245
9.2.2.1	City-und Urbane Logistik – eine begriffliche Abgrenzung	245
9.2.2.2	Urbane Logistikkonzepte im nationalen und internationalen Vergleich	246
9.2.3	Nachhaltigkeitsaspekte und deren Bedeutung in der Gesellschaft	250
9.3	E-Grocery und Nachhaltigkeit – eine konstruktive Diskussion	251
9.3.1	Struktur und Aufbau der Diskussion	251
9.3.2	E-Grocery und die Säulen der Nachhaltigkeit	252

9.3.2.1	Soziale Aspekte des E-Grocery	252
9.3.2.2	Ökologische Aspekte des E-Grocery	255
9.3.2.3	Ökonomische Aspekte des E-Grocery	257
9.4	Wertung der Erkenntnisse	260
9.5	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	262
	Literatur.....	264
10	Die Entwicklung von Vertrauen in Organisationen.....	267
	Eric Eller und Jasper Appel	
10.1	Der Vertrauens-Effekt in Organisationen	268
10.2	Vertrauen ist eine zuversichtliche Entscheidung für Verletzlichkeit	269
10.3	Die besondere Dynamik des Vertrauens.....	270
10.4	Vertrauen lässt sich systematisch entwickeln.....	272
10.5	Psychologische Einflussfaktoren von Vertrauen in Organisationen	274
	Literatur.....	278
11	Nachhaltiges Komplexitätsmanagement im Zeitalter der Konsequenzen. Leben in der Zeitenwende.....	281
	Torsten Graap	
11.1	Wendungen im Zeitalter der Konsequenzen.....	282
11.2	Paradigmatische Wende als Grundlage für ein Komplexitätsmanagement zur Überlebensfähigkeit.....	283
11.3	Gesellschaft und Mensch in der Zeitenwende	290
11.4	Praktische Handlungsspektren für ein nachhaltiges Komplexitätsmanagement	298
11.5	Paradigmendurchbruch und die Evolution des Borg-Self	301
	Literatur.....	302
12	Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU: Relevanz und Ansatzpunkte für deren Gestaltung	305
	Mandy Habermann und Karin Schmidt	
12.1	Einleitung	306
12.2	Konzepte der Nachhaltigkeit	306
12.3	Überblick über Berichterstattungspflichten und Standards zur Nachhaltigkeit.....	307
12.3.1	Gesetzliche Regelungen in Deutschland.....	307
12.3.1.1	CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)	308
12.3.1.2	EU-Taxonomie-Verordnung	308
12.3.1.3	Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).....	309
12.3.1.4	Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)	310
12.3.2	Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung	310
12.3.2.1	Global Reporting Initiative (GRI)	311

12.3.2.2	Standards des Sustainability Accounting Standards Board (SASB)	311
12.3.2.3	Sustainable Development Goals (SDG).....	312
12.3.2.4	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	313
12.3.2.5	European Sustainability Reporting Standards (ESRS)	313
12.3.2.6	Zusammenfassung und Vergleich der Standards	314
12.4	Relevanz der Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU	314
12.4.1	Gesetzliche Berichtspflicht für KMU	315
12.4.2	Mittelbare Berichtspflicht für KMU	316
12.4.2.1	Nachhaltigkeit aufgrund von Unternehmensverbindungen.....	316
12.4.2.2	Nachhaltigkeit als Grundlage für Fremdfinanzierungentscheidungen	318
12.4.2.3	Weitere Stakeholderansprüche zur Nachhaltigkeit.....	318
12.5	Ansatzpunkte der Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU.....	319
12.5.1	Empfehlungen bezüglich der Vorgehensweise	320
12.5.2	Empfehlungen bezüglich der Standards	321
12.5.3	Empfehlungen bezüglich der Kriterien	322
12.6	Fazit und Ausblick	323
	Literatur.....	324