

TEIL 1: EIN NEUES GRUNDVERSTÄNDNIS VON NACHHALTIGKEIT	18
.Die wirklich großen Themen unserer Zeit	20
.Der (natürliche) Treibhauseffekt	22
.Wodurch entstehen die Emissionen?	24
.Ungleiche Verteilung	26
.Emissionen einzelner Länder und Bevölkerungswachstum	28
.Welche Länder trifft die Klimaerwärmung besonders stark?	30
.Ein Marshallplan mit Afrika	32
Menschheit verbraucht 70% mehr Ressourcen als die Erde erneuern kann	34
.Probleme in der Lieferkette	37
.Planetare Grenzen & die Donut Ökonomie	38
.Biodiversitätsverlust und dessen Folgen	40
.Pariser Abkommen	42
.Der Wandel unter Wasser und Wasserknappheit	44
.Globale Ressourcenverteilung	46
.Globale Konsequenzen des sozialen Ungleichgewichts	48
.Was hindert uns noch, unser Verhalten zu ändern?	50
.Wer wir sind und wie wir sind	52
 TEIL 2: WAS GIBT ES ZU TUN	 56
.Historische Herleitung Nachhaltigkeit	58
.Definition Nachhaltigkeit	60
.SDGs – Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen	62
.SDGs – Anwendung in Unternehmen	64
.Der EU-Aktionsplan	66
.EU-Aktionsplan zur Finanzierung von nachhaltigem Wachstum	68
.EU Taxonomie – „Neue“ Definition von Nachhaltigkeit	70
.Green Deal – Wachstumsplan für Europa	74
.Klimaneutralität, Green Claims & Green Washing	76
.Science Based Targets (SBTS)	78
.Dekarbonisierung	80
.Was passiert in anderen Ländern	82
.ESG und Nachhaltigkeitsrisiken	84
.CSRD – Herleitung, Zielsetzung, Berichtspflichten	86
.CSRD – Inhalte, Funktionsweise	88
.ESRS – Allgemein & Inhalt	90
.Das Lieferkettengesetz	92
.ESG Anforderungen und Nachhaltigkeitstreiber im Überblick	96
.Das Sein der Menschheit schreit nach einem neuen Bewusstsein	98
 TEIL 3: WELCHE NEUEN DENKMUSTER UND INHALTE BRAUCHEN WIR UM VORAN ZU KOMMEN	 102
.Lineares vs. Systemisches Denken	104
.Neues Wachstum oder Post-Wachstum	106
.Call to Action – Mindset Shift	108
.Was Nachhaltigkeit ist ... und nicht ist	110
.Circular Economy als Innovationstreiber	112
.Hin zum regenerativen Business	114
.Innere vs. Äußere Dimension der Nachhaltigkeit	116
.Impact als neue Maßeinheit für Unternehmenserfolg	118

. Vom Unternehmen 1.0 zum Unternehmen 3.0	120
. Purpose als Treiber der Veränderung	122
. Beispiele Purpose	124
. Prozess zum Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen	128
. Prozess zur Nachhaltigkeitsberichterstattung	130
. Formen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	132
. Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI	134
. Die Gemeinwohlökonomie	136
. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex	138
. Stakeholderdialog	140
. Neues Leadership	142
. Kultur der Nachhaltigkeit	146
. Die IDGs	148
. Transformationsprozess im Unternehmen – Erfolgsfaktoren	150
. Die Lücke zwischen „Handlungsbedarf“ und „Handeln“	152
. Verantwortungsvoll handeln und entscheiden	153
. Starten wo man steht – Spiral Dynamics	154
. Wir, die Menschen – wer wir sind und was wir können	156
TEIL 4: BRANCHENFOKUS	160
. Food & Landwirtschaft	162
. Banken	164
. Baugewerbe & Real Estate	166
. Tourismus	168
. Transport & Logistik	170
. Verpackung	172
. Handel	174
. Industrie	176
. Energieversorgung	178
. Automobilindustrie	180
. Chemie	182
. Mit der Natur: Welchen Platz wir in der Welt haben und was wir nicht können	184
TEIL 5: CALL TO ACTION – WAS KÖNNEN UNTERNEHMEN TUN?	188
. Call to Action	190
. Typische ESG / Nachhaltigkeitsreifegradentwicklung	192
. Overall Process – Unser Vorschlag	194
. Der Aufbau des Kontextes	198
. Doppelte Wesentlichkeit	200
. Start the Process für kleinere Unternehmen	204
. Weiterer Prozessvorschlag aus der Praxis – für kleinere Unternehmen	206
. Die 5 Schritte der Klimastrategie	208
. Denkanstöße & Werkzeuge	212
. Hindernisse für den kulturellen Wandel	214
. Menschlichkeit und Menschenwürde sind unverhandelbar	216
TERRA INSTITUTE	222
DANKSAGUNG UND INSPIRATION	224
LITERATURVERZEICHNIS	226