

# Inhaltsverzeichnis

Grußwort von Bundesminister <i>Dr. Gerd Müller</i>	3
Vorwort der Herausgeber	5
Über die Herausgeber	6

## CORPORATE RESPONSIBILITY – EXPERTEN GEBEN RAT

### CR im transatlantischen Verständnis

#### **Von der Philanthropie zur unternehmerischen Verantwortung**

*Yoriko Rach-Bachmann und Dr. Jochen Weikert, Deutsche Gesellschaft für*

Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

12

#### **CR in der globalen Nachhaltigkeitsdebatte**

#### **Die „Sustainable Development Goals“ als Wegweiser für die Zukunft?**

*Iris Gasch, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), und*

*Dr. Jürgen Janssen, Deutsches Global Compact Netzwerk*

16

#### **CR und Management**

#### **Kompetenzen impliziter Nachhaltigkeitsmanager stärken**

*Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Centre for Sustainability Management (CSM) an*

der Leuphana Universität Lüneburg

20

#### **CR und Markterfolg**

#### **Nachhaltige Kommunikationsprobleme: Warum Unternehmer, Verbraucher und Investoren aneinander vorbeireden**

*Alexander Holst, Accenture*

24

#### **CR und Kommunikation**

#### **Herausforderungen im Zeitalter der digitalen Transformation**

*Prof. Dr. Lars Rademacher, Medien-campus Dieburg an der Hochschule Darmstadt (h\_da)*

28

#### **CR und Finance**

#### **Der CFO als Treiber einer nachhaltigen Unternehmensführung**

*Dr. Thomas Schulz, BNU Beratung für Nachhaltige Unternehmensführung*

32

#### **CR und Personal**

#### **Zwischen Employer-Branding und Mitarbeitermotivation**

*Michael Eger, Promerit*

36

#### **CR, CSR und Nachhaltigkeit**

#### **Nicht dasselbe, aber das Gleiche?**

*Kai Praum, FRANKFURT BUSINESS MEDIA*

40

## **CORPORATE RESPONSIBILITY – TRENDBEFragung**

### **CR-Trends 2015**

#### **Integriert, strategisch und freiwillig**

Trendbefragung von AmCham Germany und FRANKFURT BUSINESS MEDIA	46
--	----

## **CORPORATE RESPONSIBILITY – UNTERNEHMEN UND VERANTWORTUNG IN DER PRAXIS**

3M Deutschland – Verantwortung auf allen Ebenen	54
BP – Bürgerschaftliches Engagement seit zehn Jahren im Fokus	58
Celanese – Bei Celanese wird soziales Engagement von den Mitarbeitern gelebt	62
Coca-Cola Deutschland – Marken und Belegschaft im Einsatz für einen gesunden Lebensstil	66
Deutsche Bank – Gesellschaftliche Herausforderungen angehen	70
Dussmann Group – Zukunft in unseren Händen – gesellschaftliche Verantwortung bei der Dussmann Group	74
Evonik Industries – Nachhaltigkeit als Wachstumstreiber	78
Ford – Unterwegs zu nachhaltiger Mobilität	82
Goodyear Dunlop Tires Germany – Ganzheitlich und gemeinschaftlich	86
Henkel – Gemeinsam mit Partnern können wir eine größtmögliche Wirkung erzielen	90
HypoVereinsbank – Echte Antworten und ausgezeichnete Leistung	94
ING-DiBa – Die ING-DiBa nennt es FAIRantwortung	98
LANXESS – Corporate Responsibility strategisch umsetzen	102
MAN – „Wir sind verantwortlich.“ – Corporate Responsibility bei MAN	106
Mars Deutschland – Gelebte Prinzipien	110
McDonald's Deutschland – „Gönnung“ mit Verantwortung	114
Microsoft – Zukunft im Blick: junge Menschen für IT begeistern	118
Opel – Verantwortung innerhalb und außerhalb des Unternehmenszauns	122
Procter & Gamble – Nachhaltigkeit lohnt sich und ist Ausdruck unternehmerischer Verantwortung	126
United Parcel Service – Die Entwicklung von Corporate Social Responsibility bei UPS	130
ZF Friedrichshafen – Für eine Gesellschaft in Bewegung	134

## **CORPORATE RESPONSIBILITY – BERATUNG UND UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE PRAXIS**

PricewaterhouseCoopers – Trend zum Integrated Reporting – ein Umsetzungsleitfaden für die Praxis	142
--	-----

<b>CORPORATE RESPONSIBILITY – SERVICE</b>	<b>147</b>
---	------------