

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Erkenntnis</b>	<b>1</b>
1.1	Nachhaltigkeit	3
1.1.1	Definition	3
1.1.2	Verantwortungsteilung	6
1.1.3	Bewusstseinsveränderungen	8
1.1.4	Nachhaltigkeit als Reise	9
1.1.5	Circular Economy	13
1.2	Greenwashing	19
1.2.1	Was ist Greenwashing?	19
1.2.2	Zero Glaubwürdigkeit	23
1.2.3	Gegengifte	24
1.3	Woher und wie kommen Unternehmen zur Nachhaltigkeit?	29
<b>2</b>	<b>Vorbereitung</b>	<b>35</b>
2.1	Interner Blick	36
2.2	Externer Blick/Impact Areas	38
2.3	Roadmap	41

## XVI      Inhaltsverzeichnis

<b>3    Strategie</b>	<b>43</b>
3.1    Einführung in ein wirkungsorientiertes Denkmodell	44
3.1.1    Digitalisierung	45
3.1.2    Relevanz	53
3.1.3    Nachhaltigkeit	59
3.2    Die Relevanzmethode	59
3.2.1    Entstehungshintergrund der Methode	61
3.2.2    Übersicht: Framework und Canvas	64
3.2.3    Wir finden den „Purpose“	67
3.3    Das Framework in den Schritten 1 bis 5 von 8	73
3.3.1    Schritt 1: Brand Essence	77
3.3.2    Schritt 2: Brand Belief	88
3.3.3    Schritt 3: Menschen	96
3.3.4    Schritt 4: Playground	121
3.3.5    Schritt 5: Rolle	136
3.4    Zusammenfassung	151
<b>4    TUN</b>	<b>157</b>
4.1    Das Framework in den Schritten 6 bis 8 von 8	159
4.1.1    Schritt 6: Verhalten(-skodex)	159
4.1.2    Schritt 7: Projekt(e)	168
4.1.3    Schritt 8. Landscape	180
4.2    Zusammenfassung	188
4.2.1    Übersicht	188
4.2.2    Grundsätze der Relevanzmethode	190
4.2.3    Die zwei Wirkungsebenen des nachhaltigen Handelns	191
4.3    Business-2-Business (B2B)	193
4.3.1    Relevanzmethode für B2B-Unternehmen	194
4.3.2    Nachhaltigkeit als Marken-Purpose für B2B-Unternehmen	196

<b>5 New Work</b>	199
5.1 Von der Erkenntnis über die Strategie zum Tun – und jetzt?	199
5.1.1 Die vierte Wirkungsebene	200
5.1.2 Anders denken = anders arbeiten	202
5.2 Ansätze für ein neues Arbeiten	204
5.2.1 Wer managt Projekte?	204
5.2.2 Wie kann man Eigenverantwortung fördern?	210
5.2.3 Auch Chefs müssen sich ändern!	223
5.2.4 Canvasation	236
5.3 Eine Nachhaltigkeits-Orga für die X-Milch	243
<b>6 Schlussworte</b>	261
6.1 Den Bogen spannen	261
6.2 Poster – der Anti-Greenwashing-Ansatz im Überblick	263
<b>Übungsverzeichnis: Relevanzmethode</b>	265