

1	Einleitung	1
1.1	Die aktuelle Relevanz von Nachhaltigkeit	1
1.2	Is your sustainability strategy sustainable? Is it strategic?	4
1.3	Ziele der Arbeit	6
1.4	Vorgehen	7
2	Ausgangspunkt Nachhaltigkeit – Problemdiagnose	11
2.1	Ausweitung des Nachhaltigkeitsbegriffs	12
2.2	Nachhaltigkeit als diffuser Sammelbegriff	20
2.3	Zusammenfassung, Problemstellung und Forschungsfrage	29
3	Konzeptionelle Rahmung – Defining the territory	33
3.1	Begriffsschärfung	34
3.2	Leitidee	35
3.3	Dimensionen	37
3.4	Kapitalarten	40
3.5	Positionen	41
3.6	Leitprinzipien	46
4	Nachhaltigkeit und Strategie – Mapping out the territory	51
4.1	Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für Unternehmen	52
4.1.1	Gesellschaft und Unternehmen	52
4.1.2	Die strategischen Herausforderungen für Unternehmen	55
4.2	Identifikation strategischer Ansätze im Umgang mit Nachhaltigkeit	59
4.2.1	Ausprägungen unternehmerischen Handelns	60

4.2.2	Einordnung und Identifikation strategischer Ansätze	64
4.3	Entwicklung eines Bezugsrahmens	71
4.3.1	Identifikation zentraler Elemente und Zusammenhänge	71
4.3.2	Darstellung eines Bezugsrahmens	81
5	Integration – Moving within mapped territory	87
5.1	Strategiearbeit im Kontext unternehmerischer Nachhaltigkeit	87
5.2	Fallstricke und Möglichkeitsräume	90
6	Fazit und Ausblick	97
	Literaturverzeichnis	103