

Inhalt

Vorwort	7
I. Warum jetzt gehandelt werden muss: Veränderte Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns	11
A. Nachhaltigkeit und ESG: Zwei Seiten einer Medaille	11
B. Die veränderten Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns	18
C. Fazit	30
II. Der regulatorische Rahmen für die nachhaltige Transformation wird konkret: Der lange Weg der Entscheidungen und deren Ergebnis	33
A. Der Ansatz der Vereinten Nationen	33
B. Der Ansatz der Europäischen Union	39
C. Der Ansatz der Bundesregierung	51
D. Ordnungspolitische Würdigung und volkswirtschaftliche Folgen der ESG-Regulierung und der Industriepolitik	64
E. Fazit	80
III. Wie Familienunternehmen die veränderten Rahmenbedingungen unternehmerisch nutzen können	83
A. Wie sich die Risiko- und Chancen-Landschaft der Unternehmen verändert	83
B. Warum Nachhaltigkeit und ESG insbesondere für Familienunternehmen eine Chance ist	90
C. Wie Unternehmen eine erfolgreiche ESG-Agenda entwickeln und umsetzen	95
D. Wie Eigentümer und Beiräte zum ESG-Erfolg beitragen können	112
E. Fazit	114

IV. ESG – Made in Germany: Wie Familienunternehmen ESG und Nachhaltigkeit erfolgreich in ihre Unternehmensstrategie integrieren	117
Endress+Hauser: Wie Endress+Hauser zur Dekarbonisierung beiträgt	119
Hansgrohe: Viele Schritte, großer Impact: Zukunft ist das, was wir daraus machen	131
MANN+HUMMEL: Wir trennen das Nützliche vom Schädlichen	147
PWO: ESG-Mindset schafft neue Lösungen	161
J. Schmalz: Nachhaltigkeit als Teil unserer DNA	173
SchwörerHaus: So gelingt die Nachhaltigkeitstransformation	189
SICK: Transformation durch Innovation	203
STIHL: Raum zum Wachsen	215
Trumpf: Klimaschutz bei TRUMPF	225
Witzenmann: Beständig im Wandel: Vom Schmuck zum Wasserstoff	235
 V. Erfolgsmuster bei der Entwicklung und Umsetzung erfolgreicher ESG-Strategien bei Familienunternehmen	 245
A. Eigentümer initiieren und treiben Nachhaltigkeit	245
B. Nachhaltigkeit ist Chefsache	246
C. Klare und integrierte Nachhaltigkeitsstrategie	247
D. Innovationen mit nachhaltiger Substanz	248
E. Kompetenz und Mandat der Mitarbeiter	249
F. Mitarbeiter einbinden	250
G. Netzwerken	250
H. Umbau braucht Zeit und Investitionen	251
I. Nachhaltigkeit wird als Wettbewerbsvorteil kommuniziert	252
 Schlusswort – ESG nicht als lästige Pflicht, sondern als Chance	 253
Literaturverzeichnis	255
Anmerkungen	261
Über Felix A. Zimmermann	269