
Inhaltsverzeichnis

Einführung – Nachhaltigkeitsberichterstattung: Eingrenzung eines heterogenes Phänomen 1
Matthias S. Fifka

Teil I Wichtige Bereiche des CSR- und Nachhaltigkeitsreporting

Nachhaltigkeitsberichterstattung zwischen Transparenzanspruch und Management der Nachhaltigkeitsleistung 21
Stefan Schaltegger

Der Nachhaltigkeitsbericht als Instrument der Organisationsentwicklung in KMU: Die Verzahnung von Nachhaltigkeitsbericht und Nachhaltigkeitsmanagement 35
Katharina Dreuw, Tobias Engelmann und Thomas Merten

(Wie) Sollen Unternehmen über Nachhaltigkeit berichten? Ein rechnungslegungsorientierter Ansatz 61
Simon Gietl, Max Götsche, André Habisch und Christopher Weiß

Wege und Irrwege der CSR-Kommunikation und CSR-Reporting 77
Alexander Moutchnik

Nachhaltigkeitsberichterstattung als Bestandteil marketingbasierter CSR-Kommunikation 95
Torsten Weber

Die Rolle des Internets für die Nachhaltigkeitsberichterstattung – vom Distributionskanal zum zentralen Einstiegsknoten 107
Ralf Isenmann

Schönheit oder Substanz? Über die Sinnhaftigkeit von Reporting-Rankings	125
Kaevan Gazdar	
Nachhaltigkeitsberichterstattung zivilgesellschaftlicher Organisationen – Betrachtungen zu einem ‚emerging topic‘	133
Jana Gebauer	
CSR- und Nachhaltigkeitsreporting im kirchlichen Bereich	149
Elmar Wilhelm M. Fürst und Edith Basler	
Nachhaltigkeitsreporting im internationalen Kontext	159
Johannes Stolz	
Zwischen Struktur und Storytelling: Best Practice im Reporting	173
Kaevan Gazdar	
Teil II CSR- und Nachhaltigkeitsreporting in der Unternehmenspraxis	
Nachhaltigkeits-Reporting in Unternehmen am Beispiel DATEV eG	183
Jörg von Pappenheim und Harald Oelschlegel	
Nachhaltigkeitsberichterstattung im DB Konzern	191
Karl-Friedrich Rausch	
Chancen und Herausforderungen komplexer Organisationssysteme zur Entwicklung des Nachhaltigkeitsreportings beim Deutschen Fußball-Bund	199
Alexandra Hildebrandt	
Grüne Logistik messbar machen - Umweltreporting bei Deutsche Post DHL	213
Katharina Tomoff und Patric Pütz	
Zum ersten „Bericht zur Nachhaltigkeit“ von hessnatur	227
Rolf Heimann	
Netzwerkstrategie und ethische Unternehmenskultur als Basis der Nachhaltigkeitskommunikation bei HiPP	235
Karin Pretzel	
Nachhaltigkeitskommunikation der memo AG	245
Lothar Hartmann	

CSR und Reporting

Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen
und erfolgreich umsetzen

Fifka, M.S. (Hrsg.)

2014, XVIII, 252 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-642-53892-6