

Corporate Finance & Portfolio Management

**Jesko Blasius**

**Der wirtschaftliche Nutzen von Nachhaltigkeit**

Eine Analyse am Beispiel nachhaltiger Produkte  
der Chemieindustrie

Shaker Verlag  
Aachen 2017

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2017

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8440-5307-4

ISSN 2511-2651

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • E-Mail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich ganz herzlich bei all den Personen bedanken, die mich bei dieser Arbeit unterstützt haben.

Hierzu zählt im Besonderen mein betreuender Dozent der Hochschule Worms, Herr Gernot Keller, der mir seit Jahren dabei hilft, mich fachlich wie auch persönlich weiterzuentwickeln. Seine stets konstruktive Kritik und Unterstützung haben maßgeblich zur Qualität dieser Arbeit beigetragen.

Zudem gilt mein Dank Herrn Dr. Andreas Kicherer von der BASF SE in Ludwigshafen. Diese Arbeit ist in Kooperation mit der BASF SE entstanden und Herr Dr. Kicherer hat mich nicht nur wesentlich bei der Entwicklung der Forschungsfrage, sondern auch bei der Umsetzung der praktischen Analyse unterstützt.

Des Weiteren danke ich meiner Familie und all meinen Freunden, die mich auf meinem Weg stets ermutigen. Besonders hervorheben möchte ich hierbei meine Mutter, Frau Roswitha Frank-Richter, die mich in meiner persönlichen Entwicklung niemals eingeschränkt, sondern mir immer den Rücken gestärkt hat.

Stuttgart, 16.05.2017



# **Inhaltsverzeichnis**

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>I</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>III</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>VII</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Begriffsabgrenzung.....	1
1.2 Problemstellung.....	2
1.3 Gang der Untersuchung.....	4
<b>2. Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit</b> .....	<b>7</b>
2.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit.....	7
2.2 Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit.....	11
2.3 Ökologische Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit.....	15
2.4 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit.....	16
2.5 Ziele von Nachhaltigkeit.....	19
<b>3. Analyse zur Nachhaltigkeit auf der Unternehmensebene</b> .....	<b>21</b>
3.1 Theoretische Analyse zur Umsetzung von Nachhaltigkeit auf der Unternehmensebene.....	21
3.1.1 Die Interessengruppen eines Unternehmens.....	21
3.1.1.1 Der Shareholder-Value-Ansatz.....	21
3.1.1.2 Der Stakeholder-Ansatz.....	22
3.1.2 Die Umsetzung von Nachhaltigkeit auf der Unternehmensebene.....	24
3.1.2.1 Nachhaltigkeitsmodelle.....	24
3.1.2.1.1 Das Drei-Säulen-Modell.....	24
3.1.2.1.2 Das Schnittmengenmodell.....	25
3.1.2.1.3 Das integrierende Nachhaltigkeitsdreieck.....	26
3.1.2.2 Nachhaltigkeitsstrategien.....	27
3.1.2.2.1 Die Effizienz-Strategie.....	28
3.1.2.2.2 Die Konsistenz-Strategie.....	29
3.1.2.2.3 Die Suffizienz-Strategie.....	30
3.1.2.3 Nachhaltigkeitskonzepte.....	31
3.1.2.4 Institutionelle Standardisierungskonzepte zur Umsetzung von Nachhaltigkeit.....	35
3.1.2.4.1 OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.....	35
3.1.2.4.2 UN Global Compact.....	36

3.1.2.4.3 Responsible Care.....	37
3.1.3 Die Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	38
3.1.3.1 Die Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	39
3.1.3.2 Medien der Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	41
3.1.3.3 Die Global Reporting Initiative .....	41
3.1.4 Kritische Würdigung der Erkenntnisse aus der theoretischen Analyse .....	45
3.2 Wachstumsanalyse nachhaltiger und konventioneller Produkte am praktischen Beispiel der Chemieindustrie .....	47
3.2.1 Ziel der Untersuchung und Vorgehensweise .....	47
3.2.2 Auswahl der Stichprobe .....	48
3.2.2.1 Begründung der besonderen Eignung der Chemiebranche.....	48
3.2.2.2 Begründung der Auswahl der Unternehmen .....	49
3.2.2.3 Vorstellung der Stichprobe .....	50
3.2.3 Ermittlung von Unternehmen mit nachhaltigen Produktsegmenten .....	51
3.2.3.1 Prüfungsschema zur Ermittlung von Unternehmen mit nachhaltigen Produktsegmenten .....	51
3.2.3.2 Ergebnisse des 1. und 2. Prüfungsschritts.....	53
3.2.3.3 Ergebnisse des 3. Prüfungsschritts.....	56
3.2.4 Auswertung der Daten von Unternehmen mit nachhaltigen Produktsegmenten ....	59
3.2.4.1 Die Problematik der Datenkonsistenz.....	59
3.2.4.2 Beispiel zur Umsatzdatengenerierung und CAGR-Berechnung .....	61
3.2.4.3 Präsentation der Untersuchungsergebnisse.....	63
3.2.5 Kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse .....	70
3.3 Gesamtkritische Würdigung .....	73
<b>4. Fazit und Ausblick .....</b>	<b>79</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>83</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>85</b>