

# Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| Hinweise zu diesem Buch .....   | 11        |
| Nachhaltiges Wirtschaften als bestes aller Zukunftsmodelle – ein Vorwort .....                      | 15        |
| <i>Yvonne Zwick</i>   |           |
| <b>1 Mit Leidenschaft auf allen Ebenen zur echten Green Company! .....</b>                          | <b>19</b> |
| <i>Anabel Ternès von Hattburg</i>   |           |
| 1.1 Green Management – ökologische Nachhaltigkeit als Managementprinzip .....                       | 19        |
| 1.2 Green Finance – der Umweltfokus im Sustainable Finance .....                                    | 22        |
| 1.3 Green HR – für die Green Company die Mitarbeitenden mitnehmen .....                             | 29        |
| 1.4 Green Leadership – ökologische Nachhaltigkeit als Führungsprinzip .....                         | 31        |
| 1.5 Green Passion – ökologische Nachhaltigkeit<br>aus Leidenschaft .....                            | 34        |
| <b>2 Der »Super-KAU«: Klimakatastrophe, Artensterben<br/>und Umweltverschmutzung .....</b>          | <b>37</b> |
| <i>Arne Prieß</i>   |           |
| 2.1 Die Klimakatastrophe .....  | 40        |
| 2.2 Das Artensterben .....  | 43        |
| 2.3 Die Umweltverschmutzung .....   | 45        |
| 2.4 Fake News – Der einfache Weg, sich aus der Verantwortung zu stehlen .....                       | 47        |
| 2.5 Prämissen für die Green Company Transformation .....  | 51        |
| <b>3 Der Green Deal: Die Klimakatastrophe im Fokus .....</b>  | <b>53</b> |
| <i>Oliver Messner</i>   |           |
| 3.1 1 × 1 des Klimawandels und warum eigentlich das<br>1,5- bis 2-Grad-Klimaziel? .....             | 54        |
| 3.2 Klima-System-Dynamik und die Einwirkung einzelner Entitäten .....                               | 59        |
| 3.3 Multisolving und Systemdenken als integrativer Bestandteil<br>des Unternehmensmanagements ..... | 70        |
| 3.4 European Green Deal, Nachhaltigkeitsbericht und die<br>Sustainable Development Goals .....      | 77        |
| <b>4 Aus der Wissenschaft – Welt im Wandel .....</b>  | <b>89</b> |
| <i>Maria Hörhold</i>  |           |
| 4.1 Beobachtungen aus dem (nicht ganz so) ewigen Eis .....  | 90        |
| 4.2 Risiko Zukunft – Versicherung schon abgeschlossen? .....  | 95        |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| <b>5</b> | <b>Ökologische Nachhaltigkeit für eine Green New Work</b> .....  | <b>99</b>  |
|          | <i>Arne Prieß</i>  |            |
| 5.1      | Sustainability – Drei Aspekte der Nachhaltigkeit .....   | 99         |
| 5.2      | Ökologie zuerst – Der sinnvolle Einstieg in die Nachhaltigkeit .....   | 101        |
| 5.3      | Green New Work – New Work als Nebeneingang zur Green Company .....   | 104        |
| <b>6</b> | <b>Das Green Company Transformationskonzept</b> .....  | <b>109</b> |
|          | <i>Arne Prieß</i>  |            |
| 6.1      | HRMgreen – warum Human Resources Management der Motor<br>der Transformation ist .....  | 110        |
| 6.2      | HRMgreen Wheel: Das Transformationsrad stetig weiterdrehen .....   | 113        |
| 6.3      | Die 4 Ausbaustufen im Überblick .....  | 115        |
| 6.4      | Die 4 Bewertungsstufen .....   | 118        |
| 6.5      | Die 4 Zertifizierungsstufen und das Green Company Zertifikat .....   | 120        |
| 6.6      | Das Green Company Audit: Vorgehensweise und Tool .....   | 125        |
| 6.7      | Green House of Choice: Zielfoto für echte Green Companies .....  | 132        |
| <b>7</b> | <b>Konkrete Lösungsideen für das Green House of Choice</b> .....   | <b>139</b> |
|          | <i>Arne Prieß</i>  |            |
| 7.1      | Der REM-Filter: 3 Hebel und 12 Schrauben gegen den Super-KAU .....   | 139        |
| 7.2      | Von der Pyramide zum Diamanten – ökologisch sinnvoller<br>Ressourceneinsatz .....  | 143        |
| 7.3      | Beispiele für Maßnahmen und Lösungen in den 4 Ausbaustufen .....   | 146        |
| <b>8</b> | <b>Möglichkeiten und Nutzen der Digitalisierung im Green House of Choice</b> .....   | <b>169</b> |
|          | <i>Martin Grentzer und Ulrich Jänicke</i>  |            |
| 8.1      | Digitalisierung als ökologischer Nachhaltigkeitsmotor .....  | 170        |
| 8.2      | Ökologische Bilanz am Beispiel digitalisierter HR-Prozesse .....   | 175        |
| 8.3      | Das Digitalisierungsprojekt und sein Business Case am Beispiel<br>der digitalen Personalakte .....                             | 181        |
| 8.4      | Grenzen und Gefahren der Digitalisierung .....   | 186        |
| <b>9</b> | <b>Zertifizierungen, Umsetzungsmethodik und -praxis sowie<br/>Fördermöglichkeiten für erfolgreiches Umweltmanagement</b> ..... | <b>191</b> |
|          | <i>Stefan Müssig</i>   |            |
| 9.1      | Historie, Regelwerke und Zertifizierungsstandards<br>zum Umweltmanagement .....  | 191        |
| 9.2      | Ausgangssituation und Rahmenbedingungen .....  | 195        |
| 9.3      | Keine Angst vor Umweltmanagement – pragmatische Wege der Einführung .....  | 196        |
| 9.4      | Der Weg zur Zertifizierung .....   | 198        |

|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| 9.5       | Fördermöglichkeiten und Privilegierungen für zertifizierte Umweltmanagementsysteme .....   | 205        |
| 9.6       | Zusammenfassung und Fazit: Nutzen und Vorteile zertifizierter Umweltmanagementsysteme .....  | 207        |
| <b>10</b> | <b>Green Company als Erfolgsfaktor im Employer Branding</b> .....  | <b>209</b> |
|           | <i>Arne Prieß</i>  |            |
| 10.1      | Was die Generationen und Zielgruppen anspricht .....   | 210        |
| 10.2      | Tipps und Beispiele für Green Company im Employer Branding .....   | 213        |
| 10.3      | Storytelling als Instrument im Employer Branding .....   | 219        |
| 10.4      | Erfolgreiches Employer Branding braucht nachhaltige Veränderung beim Menschen .....  | 221        |
| <b>11</b> | <b>Verhandlungssache Normalität: Wie Arbeitsklima und Führungskräfte das Sozial- und Umweltverhalten von Mitarbeitenden prägen</b> ..... | <b>223</b> |
|           | <i>Hans Jaich</i>  |            |
| 11.1      | Normalität im Wandel .....   | 223        |
| 11.2      | Die Macht sozialer Normen .....  | 226        |
| 11.3      | Unternehmen als Treiber des sozialökologischen Wandels .....   | 228        |
| <b>12</b> | <b>Neuro-Wissen für eine erfolgreiche Green Company Transformation</b> .....   | <b>235</b> |
|           | <i>Sebastian Spörer</i>  |            |
| 12.1      | Grundlagen der Neurowissenschaft – Das Spielfeld zwischen Stress und Begeisterung .....  | 235        |
| 12.2      | Warum sich Menschen nicht gerne verändern, auch wenn das Wasser bis zum Halse steht .....  | 240        |
| 12.3      | Tipps und Tricks, wie man Menschen für Veränderungen gewinnt .....   | 244        |
| 12.4      | Spielen für den Klimaschutz .....  | 249        |
| <b>13</b> | <b>Die HRMgreen Community – Allianz mit grüner Leidenschaft</b> .....  | <b>253</b> |
|           | <i>Tjalf Nienaber</i>  |            |
| 13.1      | Von der Vision zur HRMgreen Community .....  | 253        |
| 13.2      | Mitmacher in der HRMgreen Community! .....   | 254        |
| <b>14</b> | <b>Schlusswort und Appell</b> .....  | <b>259</b> |
|           | <i>Arne Prieß</i>  |            |
|           | Anhang .....   | 260        |
|           | Literatur .....  | 275        |
|           | Die Autorinnen und Autoren .....   | 281        |
|           | Stichwortverzeichnis .....   | 295        |