

Dirk Funck/Heike Schinnenburg



© 2008 AGI-Information Management Consultants
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to dandelion.com network.

Umweltmanagement im Handel

Konzeption, Umsetzung und Vermarktung

Deutscher Fachverlag

Inhalt

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	11
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	16
1. UMWELTMANAGEMENT – AUCH FÜR DEN HANDEL?	21
1.1. IST ÖKO OUT?	21
1.2. DIE UMWELTRELEVANZ DES HANDELS	24
1.2.1. BETRIEBSÖKOLOGIE	24
1.2.2. PRODUKT- UND SORTIMENTSÖKOLOGIE	28
2. KONZEPTIONELLE GRUNDLAGEN DES UMWELTMANAGEMENTS	33
2.1. ZUR THEORIE DER „LERNENDEN ORGANISATION“	34
2.1.1. GRUNDLAGEN ZUR „LERNENDEN ORGANISATION“	34
2.1.2. DER ANSATZ VON SENGE	35
2.1.3. DER ANSATZ VON WAHREN	39
2.1.4. ZWISCHENERGEBNIS	41
2.2. SYSTEMTHEORETISCHE ANFORDERUNGEN	43
2.2.1. DER SYSTEMANSATZ	43
2.2.2. DIE BEWÄLTIGUNG VON KOMPLEXITÄT UND DYNAMIK	44
2.2.3. DIE GESTALTUNG EINES OFFENEN UMWELTMANAGEMENTSYSTEMS	45
2.2.4. UMWELTMANAGEMENT UND ZIELORIENTIERUNG	48
2.3. LERN- UND VERHALTENSTHEORETISCHE ANFORDERUNGEN	51
2.3.1. GRUNDLAGEN DES UMWELTLERNENS UND -VERHALTENS	51
2.3.2. PERSONENBEDINGTE FAKTOREN DES UMWELTVERHALTENS	56
2.3.2.1. UMWELTBEBWUSSTSEIN	56
2.3.2.2. EFFEKTIVITÄT DES EIGENEN HANDELNS	59
2.3.2.3. WISSEN	62
2.4. WISSENSMANAGEMENT UND UMWELTMANAGEMENTSYSTEME	67
2.5. KONZEPTIONELLE ANFORDERUNGEN AN DAS UMWELTMANAGEMENT	72
3. AUFBAU EINER ÖKOLOGISCHEN WISSENSBASIS	77
3.1. DIE ÖKOLOGISCHE BETROFFENHEIT DES HANDELS	78
3.1.1. ÖKOLOGISCHE PROBLEMFELDER	78
3.1.2. GESELLSCHAFTLICHES FORDERUNGSPOTENZIAL	81

3.1.3. ÖKOLOGISCH-RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	85
3.1.3.1. GRUNDLAGEN DES UMWELTRECHTS	85
3.1.3.2. ABFALLRECHT	90
3.1.3.3. GEFÄHRSTOFFRECHT	96
3.1.3.4. REGELUNG VON UMWELTVERGEGEN	99
3.1.3.5. PERSPEKTIVEN DES UMWELTRECHTS	104
3.1.4. ÖKOLOGISCHES ABNEHMERVERHALTEN	105
3.1.4.1. GEWERBLICHE ABNEHMER	105
3.1.4.2. ENDVERBRAUCHER	108
3.1.5. ÖKOLOGIE IM VERTIKALEN UND HORIZONTALEN WETTBEWERB	115
3.1.5.1. HORIZONTALER WETTBEWERB	116
3.1.5.2. HERSTELLER-HANDELS-VERHÄLTNIS	120
3.1.5.3. REDISTRIBUTIONSWIRTSCHAFT	123
3.1.6. SONSTIGE ANSPRUCHSGRUPPEN	126
3.1.7. ZWISCHENERGEBNIS	126
3.2. DER HANDELSBETRIEBLICHE UMWELTVERBRAUCH	130
3.2.1. GRUNDLAGEN ZUR ERFASSUNG VON UMWELTINFORMATIONEN	130
3.2.1.1. KONZEPTE DER ÖKOBILANZIERUNG	130
3.2.1.2. GRUNDSÄTZE DER DATENERFASSUNG	131
3.2.2. DIE BETRIEBLICHE UMWELTBILANZ	133
3.2.2.1. GRUNDLAGEN ZUR BETRIEBLICHEN UMWELTBILANZ	133
3.2.2.2. KRITISCHE ANALYSE EINES PRAXISBEISPIELS	135
3.2.2.3. KONTENRAHMEN FÜR DIE UMWELTBILANZ IM HANDEL	138
3.2.2.4. ZWISCHENERGEBNIS	147
3.2.3. ANALYSE ÖKOLOGISCH RELEVANTER AKTIONSBEREICHE DES HANDELS	148
3.2.3.1. KENNZAHLEN ALS INDIKATOR DES UMWELTVERBRAUCHS	148
3.2.3.2. ANALYSE DER BETRIEBSÖKOLOGIE	151
3.2.3.3. ANALYSE DER PRODUKT- UND SORTIMENTSÖKOLOGIE	158
3.2.3.4. ANALYSE DES UMWELTMANAGEMENTSYSTEMS	168
4. NORMATIVES, STRATEGISCHES UND OPERATIVES UMWELTMANAGEMENT	173
4.1. MANAGEMENTPHILOSOPHIE UND UNTERNEHMENSGRUNDSÄTZE	173
4.1.1. BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN	173
4.1.2. DIE MANAGEMENTPHILOSOPHIE	175
4.1.3. UNTERNEHMENSGRUNDSÄTZE UND UMWELTLEITLINIEN	178
4.2. ÖKOLOGIE IM HANDELSBETRIEBLICHEN ZIELSYSTEM	181
4.2.1. GRUNDLAGEN ZUR ZIELTHEORIE	181
4.2.2. ÖKOLOGISCHE ZIELE IM HANDEL	184
4.2.3. UMWELTMANAGEMENT ZWISCHEN ÖKOLOGIE UND ÖKONOMIE	186
4.2.3.1. ZIELBEZIEHUNGEN ZWISCHEN ÖKONOMIE UND ÖKOLOGIE	186
4.2.3.2. ÖKOLOGISCH-ÖKONOMISCHE WIRKUNGMESSUNG	188
4.2.3.3. KOSTEN DES UMWELTMANAGEMENTS	189
4.2.3.4. NUTZEN DES UMWELTMANAGEMENTS	195
4.2.3.5. ZWISCHENERGEBNIS	201

4.2.4. INSTRUMENTE EINES INTEGRIERTEN ÖKO-CONTROLLINGS IM HANDEL	203
4.2.4.1. ÖKOLOGISCHE KOSTEN- UND LEISTUNGSARTENRECHNUNG	203
4.2.4.2. ÖKOLOGIEBEZOGENE ERFOLGSRECHNUNGEN	205
4.3. DAS UMWELTPROGRAMM	212
4.3.1. BALANCED SCORECARD ALS FÜHRUNGSINSTRUMENT IM UMWELTMANAGEMENT	213
4.3.1.1. GRUNDLAGEN ZUR BALANCED SCORECARD	213
4.3.1.2. BALANCED SCORECARD UND ÖKOLOGIE	217
4.3.2. FESTLEGUNG STRATEGISCHER PRIORITÄTEN	220
4.3.2.1. RECHTLICHE VORSCHRIFTEN	220
4.3.2.2. STAND DER TECHNIK	221
4.3.2.3. ÖKOLOGISCHE PORTFOLIO-ANALYSE	222
4.3.2.4. ÖKOLOGISCHES BENCHMARKING	226
4.3.2.5. ÖKOLOGISCHE SWOT-ANALYSE	229
4.3.3. MAßNAHMENPLANUNG UND -UMSETZUNG	231
5. UMWELTMANAGEMENT IMPLEMENTIEREN	235
5.1. DIE ORGANISATION DES UMWELTMANAGEMENTS	235
5.1.1. ÜBERLEGUNGEN ZUR ORGANISATIONSTHEORIE	235
5.1.2. DIE POSITION VON UMWELTBEAUFTRAGTEN	238
5.1.3. ANSÄTZE ZUR MITARBEITERINTEGRATION	241
5.1.3.1. ZIELVEREINBARUNGEN	241
5.1.3.2. MODERATIONSTECHNIK	243
5.1.3.3. UMWELTZIRKEL	246
5.1.3.4. DAS BETRIEBLICHE VORSCHLAGSWESEN	250
5.2. ÖKOLOGIEORIENTIERTE PERSONALPOLITIK	252
5.2.1. GRUNDLEGENDE FRAGEN	252
5.2.2. ÖKOLOGIEORIENTIERTE INSTRUMENTE DER PERSONALPOLITIK	255
5.2.2.1. ANREIZSYSTEME	255
5.2.2.2. PERSONALAUSWAHL	258
5.2.2.3. BEURTEILUNG	261
5.2.2.4. PERSONALENTWICKLUNG	262
5.3. DOKUMENTATION DES UMWELTMANAGEMENTS	272
5.3.1. ZIELE EINES UMWELTMANAGEMENT-HANDBUCHS	273
5.3.2. DER AUFBAU EINES UMWELTMANAGEMENT-HANDBUCHS	275
5.3.3. DIE ERSTELLUNG EINES UMWELTMANAGEMENT-HANDBUCHS	280

6. ZERTIFIZIERUNG, VALIDIERUNG UND VERMARKTUNG	285
6.1. VORTEILE EINER EXTERNEN PRÜFUNG	285
6.2. GRUNDLAGEN ZUR ZERTIFIZIERUNG BZW. VALIDIERUNG	286
6.2.1. DIE EG-ÖKO-AUDIT-VERORDNUNG (EMAS-VERORDNUNG)	286
6.2.1.1. GRUNDLAGEN, ZIELE, OBJEKTBEREICH	286
6.2.1.2. BESTIMMUNGEN	288
6.2.1.3. PERSPEKTIVEN	291
6.2.2. DIE DIN-EN-ISO 14000-FAMILIE	292
6.2.2.1. GRUNDLAGEN, ZIELE, OBJEKTBEREICH	292
6.2.2.2. BESTIMMUNGEN UND PERSPEKTIVEN	294
6.3. EMAS ODER ISO 14001?	298
6.3.1. EINE VERGLEICHENDE BEURTEILUNG	298
6.3.1.1. FORMAL-SPRACHLICHE EBENE	298
6.3.1.2. GELTUNGSBEREICH	299
6.3.1.3. ÖKOLOGISCHES ANSPRUCHSNIVEAU	299
6.3.1.4. SUBSTITUTION UND DEREGULIERUNG	303
6.3.1.5. KOSTEN	306
6.3.1.6. KMU-SPEZIFISCHE BESTIMMUNGEN	307
6.3.1.7. KOMMUNIKATIVE WIRKUNG	308
6.3.1.8. AUFBAU INTEGRIERTER MANAGEMENTSYSTEME	311
6.3.1.9. ZUSAMMENFASSENDE ÜBERBLICK	311
6.3.2. DAS BRÜCKENDOKUMENT	313
6.3.3. ENTSCHEIDUNGSHILFEN FÜR DEN HANDEL	314
6.4. VERMARKTUNG DES UMWELTMANAGEMENTS	318
6.4.1. RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	318
6.4.2. UMWELTMANAGEMENTZERTIFIKATE IN DER KOMMUNIKATIONSPOLITIK	321
6.4.2.1. THEORETISCHE GRUNDLAGEN	321
6.4.2.2. KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE	323
6.4.2.3. KOMMUNIKATIONSTRUMENTE	325
7. SCHLUSSBETRACHTUNG	329
7.1. ZUSAMMENFASSUNG	329
7.2. PERSPEKTIVEN DES UMWELTMANAGEMENTS IM HANDEL	333
8. LITERATURVERZEICHNIS	337
9. STICHWORTREGISTER	367