

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XXI</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XXIII</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Motivation und Ziele der Untersuchung .....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	5
<b>2 Die Ebenen der Nachhaltigkeit.....</b>	<b>8</b>
2.1 Nachhaltigkeit auf gesamtwirtschaftlicher Ebene.....	8
2.1.1 Historische und politische Entwicklungen.....	8
2.1.2 Die Dimensionen der Nachhaltigkeit.....	15
2.1.3 Schwache und starke Nachhaltigkeit .....	17
2.1.4 Zwischenfazit .....	18
2.2 Nachhaltigkeit auf unternehmerischer Ebene .....	19
2.2.1 Verständnis.....	19
2.2.2 Triple Bottom Line.....	20
2.2.3 Begriffsabgrenzung .....	22
2.3 Nachhaltigkeit auf bankspezifischer Ebene .....	24
2.3.1 Initiativen des Bankensektors .....	24
2.3.2 Vorteile für Banken.....	26
2.3.3 Direkte und indirekte Nachhaltigkeitswirkung.....	27
2.3.4 Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit durch Genossenschaftsbanken .....	29
<b>3 Einbindung von Nachhaltigkeit in die Strategie von Genossenschaftsbanken.....</b>	<b>31</b>
3.1 Grundlagen der Strategieentwicklung.....	31

3.1.1	Generische Wettbewerbsstrategien.....	31
3.1.2	Konsequenzen für Genossenschaftsbanken.....	33
3.2	Nachhaltigkeitsorientierte Differenzierungsstrategie als Handlungsoption von Genossenschaftsbanken.....	36
3.2.1	Anforderungen an eine Differenzierungsstrategie.....	36
3.2.2	Analyse der Unternehmensumwelt.....	37
3.2.2.1	Die weitere Unternehmensumwelt.....	39
3.2.2.2	Die engere Unternehmensumwelt.....	41
3.2.2.3	Zwischenfazit.....	44
3.2.3	Analyse der Unternehmenssituation.....	45
3.2.3.1	Nachhaltigkeit als Bestandteil der Governance.....	45
3.2.3.2	Nachhaltigkeit als potenzielle Kernkompetenz.....	47
3.2.3.3	Zwischenfazit.....	49
3.3	Integration von Nachhaltigkeit in vorhandene Strategiekonzepte.....	50
3.3.1	Kriterien für die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit.....	50
3.3.1.1	Kundenorientierung.....	51
3.3.1.2	Wertorientierung.....	53
3.3.1.3	Glaubwürdigkeit.....	55
3.3.1.4	Zusammenfassende Betrachtung.....	58
3.3.2	Der MemberValue als strategischer Managementansatz....	59
3.3.3	Einordnung der Nachhaltigkeit in den MemberValue.....	61
3.4	Überblick.....	63
<b>4</b>	<b>Literaturstudie zur Identifikation potenzieller Nachhaltigkeitsindikatoren.....</b>	<b>65</b>
4.1	Verständnis von Nachhaltigkeitsleistungsmessung.....	65
4.2	Systematisierung von Quellen.....	66
4.2.1	Strukturelle Merkmale.....	66
4.2.2	Inhaltliche Merkmale.....	68
4.2.3	Prozess der Literatúrauswahl.....	69
4.3	Auswertung.....	71
4.3.1	Strukturelle Merkmale.....	71
4.3.2	Inhaltliche Merkmale.....	74

4.3.3	Kategorisierung der Nachhaltigkeitsindikatoren .....	76
4.3.3.1	Erstes Themenfeld .....	76
4.3.3.2	Zweites Themenfeld.....	78
4.3.3.3	Drittes Themenfeld .....	80
4.3.3.4	Viertes Themenfeld.....	81
4.3.3.5	Fünftes Themenfeld .....	83
4.3.3.6	Sechstes Themenfeld .....	87
4.3.3.7	Siebtes Themenfeld.....	91
4.4	Überblick und Grenzen .....	95
<b>5</b>	<b>Empirische Erhebung der Nachhaltigkeitsleistungen.....</b>	<b>97</b>
5.1	Methodik der empirischen Erhebung .....	97
5.1.1	Grundgesamtheit und Stichprobe.....	97
5.1.2	Prozess der Erhebung .....	98
5.1.3	Beschreibung der erhobenen Daten .....	103
5.2	Allgemeine Einschätzungen in Bezug auf Nachhaltigkeit.....	108
5.3	Identifikation von Nachhaltigkeitsleistungen und Handlungsfeldern .....	112
5.3.1	Organisatorische Einbindung des Nachhaltigkeits- gedankens.....	115
5.3.2	Betriebsökologie .....	120
5.3.3	Ökologisches Engagement in der Region .....	122
5.3.4	Bankbetrieb .....	125
5.3.5	Bankvertrieb .....	129
5.3.5.1	Beratung .....	129
5.3.5.2	Kreditgeschäft .....	133
5.3.5.3	Anlagegeschäft.....	135
5.3.6	Mitarbeiter .....	139
5.3.7	Soziales Engagement in der Region .....	142
5.4	Überblick und Grenzen .....	145
<b>6</b>	<b>Lösungsansätze für die aufgezeigten Handlungsfelder.....</b>	<b>148</b>
6.1	Fallstudie als Forschungsmethode .....	148
6.1.1	Qualitative Forschung .....	148

6.1.2	Verständnis von Fallstudienforschung.....	149
6.1.3	Forschungsdesign.....	150
6.1.4	Forschungsprozess und Gütekriterien.....	152
6.2	Fallstudie 1: Einbindung von Nachhaltigkeit in die Aufbauorganisation .....	155
6.2.1	Untersuchungsobjekt.....	156
6.2.2	Gewählte Form.....	158
6.2.3	Funktion .....	161
6.2.4	Erfolgsfaktoren.....	164
6.2.5	Aufwand.....	167
6.2.6	Zwischenfazit .....	169
6.3	Fallstudie 2: Nachhaltigkeitskommunikation .....	170
6.3.1	Untersuchungsobjekt.....	171
6.3.2	Gewählte Form.....	172
6.3.3	Funktion .....	175
6.3.4	Erfolgsfaktoren.....	178
6.3.5	Aufwand.....	181
6.3.6	Zwischenfazit .....	183
6.4	Fallstudie 3: Nachhaltige Geldanlagen mit regionalem Fokus .....	184
6.4.1	Untersuchungsobjekt.....	185
6.4.2	Gewählte Form.....	186
6.4.3	Funktion .....	190
6.4.4	Erfolgsfaktoren.....	192
6.4.5	Aufwand.....	195
6.4.6	Zwischenfazit .....	198
6.5	Überblick und Grenzen .....	199
<b>7</b>	<b>Handlungsempfehlungen .....</b>	<b>201</b>
7.1	Handlungsempfehlungen auf Basis der theoretischen Grundlagen .....	201

7.2 Handlungsempfehlungen auf Basis der empirischen Erkenntnisse .....	206
<b>8 Fazit und Ausblick.....</b>	<b>210</b>
8.1 Zusammenfassung .....	210
8.2 Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf.....	216
<b>Anhang.....</b>	<b>218</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>229</b>