



**Guido Grunwald und Philipp Hennig**

## **REACH und CSR**

Mehr Reputation durch Nachhaltigkeit in kleinen und mittleren Unternehmen

Reihe „**Marketing**“, Band 57

Herausgegeben von Prof. Dr. Heribert Gierl, Augsburg, Prof. Dr. Roland Helm, Regensburg, Prof. Dr. Frank Huber, Mainz, und Prof. Dr. Henrik Sattler, Hamburg

Lohmar – Köln 2012, 120 Seiten

ISBN 978-3-8441-0129-4

€ 42,- (D) ♦ € 43,20 (A) ♦ sFr 69,50

**JOSEF EUL VERLAG GmbH**  
Fachbuchverlag für  
Wirtschaft und Recht

Brandsberg 6  
D-53797 Lohmar

Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6  
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

[www.eul-verlag.de](http://www.eul-verlag.de)  
[info@eul-verlag.de](mailto:info@eul-verlag.de)

Nachhaltigkeit entwickelt sich im Kontext von CSR (Corporate Social Responsibility) für immer mehr Unternehmen zu einem zentralen Thema. Eine nachhaltige Entwicklung ist auch Ziel der europäischen Chemikalienverordnung REACH: Sie soll den Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt vor gefährlichen Stoffen verbessern sowie Innovation und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen stärken. Dieses Buch zeigt Möglichkeiten auf, wie Unternehmen REACH im Rahmen ihrer CSR-Strategie aufgreifen können, um von einer verantwortungsvollen, auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmensführung zu profitieren. Insbesondere wird dabei auf die Situation kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) eingegangen, die in wachsender Zahl erstmals mit REACH in Berührung kommen und jetzt neue Anforderungen umsetzen müssen.

Im Speziellen wird untersucht, wie sich in Verbindung mit REACH stehende Maßnahmen (z. B. Verbesserung der Sicherheit und Umweltverträglichkeit von Produkten, Erhöhung der Unternehmenstransparenz durch Informationsweitergabe in der Lieferkette) als Teil des CSR-Engagements reputationsfördernd in die Produkt- und Kommunikationsstrategie integrieren lassen. Die verhaltenswissenschaftliche Analyse zeigt, dass KMU bei der Wahl ihrer Strategie eher nicht zu Patentlösungen greifen, sondern unternehmensinterne und -externe Faktoren differenziert berücksichtigen sollten. Als Schlüsselfaktor zur positiven Beeinflussung der Unternehmensreputation erweist sich vor allem die Glaubwürdigkeit des Anbieters. Letztere lässt sich durch inhaltlich zueinander passende kommunikative Strategieelemente, harmonisierende produktbezogene Strategieelemente und durch die gegenseitige Abstimmung der kommunikativen und produktbezogenen Elemente steigern. Das Buch zeigt an konkreten Beispielen auf, welche Kombinationen von Maßnahmen sich anbieten und von welchen eher abzuraten ist.

**Guido Grunwald** studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Osnabrück und an der University of California Riverside (USA). Nach Promotion zum Dr. rer. pol. arbeitete er als Ökonom bei der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin/Bundesstelle für Chemikalien in Dortmund. Seit 2010 lehrt und forscht er im Bereich Marketing und Marktforschung an der Berufsakademie Emsland in Lingen/Ems sowie an der Hochschule Osnabrück.

**Philipp Hennig** studierte Philosophy & Economics an der Universität Bayreuth und an der George Mason University (USA). Seit 2009 arbeitet er als Ökonom in der Gruppe „Chemikalienbewertung und Risikomanagement“ bei der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin/Bundesstelle für Chemikalien in Dortmund.

# Inhaltsübersicht

1. **Einleitung**
2. **REACH und Unternehmensverantwortung**
3. **Relevanz für KMU**
4. **CSR-Strategie im Kontext von REACH**
  - 4.1 REACH-Erfüllung als Teil der Produkt- und Kommunikationsstrategie
    - 4.1.1 Systematisierung von CSR-Strategien
    - 4.1.2 Charakterisierung von CSR-Strategien
  - 4.2 Auswirkungen auf die Unternehmensreputation
    - 4.2.1 Theoretische Grundlagen
    - 4.2.2 Reputationsfolgenabschätzung
5. **Ableitung von Handlungsempfehlungen für KMU**
6. **Fazit**



---

## **Bestellungen bitte an:**

**JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88**

Hiermit bestelle ich \_\_\_\_ Exemplar(e) des Titels „**REACH und CSR**“ von **Guido Grunwald und Philipp Hennig**, ISBN 978-3-8441-0129-4 zum Preis von € 42,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Datum

Unterschrift