

Curriculum vitae



Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub

Studium der Soziologie, Philosophie, Volkskunde sowie Politik- und Verwaltungswissenschaften an den Universitäten Konstanz, Freiburg/Bg. und Basel (1990-1994).

Promotion mit einer Arbeit über intime Systeme in Soziologie zum Dr. phil. 1996; Habilitation mit einer Arbeit zur Rolle multinationaler Unternehmen im Prozess der nachhaltigen Entwicklung 2005 an der Universität Basel; *venia docendi* für Soziologie.

Internationale journalistische Tätigkeit (u.a. Basler Zeitung, Badische Zeitung) von 1985 bis 1995. Von 1993 bis 1996 tätig als Medienforscher und -berater, von 1995 bis 1999 Assistent am Institut für Soziologie der Universität Basel, von 1996 bis 2000 Leiter Marketing und Kommunikation des Europäischen Zentrums für Wirtschaftsforschung und Strategieberatung, Prognos.

Seit November 1999 Professor für Marketing und Management an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW). Seit 2006 Leiter des Kompetenzzentrums nachhaltiges Management (Center for Sustainable Management) an der FHNW.

Privatdozent an der Universität Basel und Visiting Professor an verschiedenen europäischen Universitäten und Hochschulen (Limerick/IRL, Galway/IRL, Västerås/SV, Primorska/SLO, Fribourg/CH).

Gastherausgeber verschiedener internationaler wissenschaftlicher Zeitschriften, u.a. *Journal of Business Ethics*, *Business Strategy and the Environment* und *The International Journal of Sustainable Development and World Ecology*.

Chairman der internationalen Nachhaltigkeitskonferenz ISC.

Präsident der internationalen Gesellschaft für Wissenschaftspublizistik und Leiter des International Network for Sustainable Management (IfSM).

Forschungsschwerpunkte: Nachhaltige Unternehmensführung, Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, Strategisches Marketing nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen, Nachhaltigkeitskommunikation, Nachhaltiger Konsum.

Schriftenverzeichnis

Monographien

Daub, C.-H. et al. (2008), Die besten Geschäftsberichte der Schweiz 2008 (The best Annual Reports of Swiss Companies 2008), Basel.

Daub, C.-H. et al. (2007), Die besten integrierten Geschäftsberichte der Schweiz: Aktuelle Ergebnisse und Bilanz einer Studie über fünf Jahre (The best integrated Annual Reports of Swiss Companies: Current findings and a nd conclusions about a five years survey), Basel.

Daub, C.-H. et al. (2006), Geschäftsberichterstattung Schweizer Unternehmen 2006 (Annual Reporting of Swiss Companies 2006), Basel.

Daub, C.-H. (2005), Globale Wirtschaft – globale Verantwortung: Die Integration multinationaler Unternehmen in den Prozess der nachhaltigen Entwicklung (Global Economy - global Responsibility: On the Integration of Multinational Enterprises in the Process of Sustainable Development), Basel.

Daub, C.-H. et al. (2005), Geschäftsberichterstattung Schweizer Unternehmen 2005 (Annual Reporting of Swiss Companies 2005), Basel.

Daub, C.-H. et al. (2004), Auf dem Weg zum nachhaltig integrierten Geschäftsbericht (On the way to a sustainably integrated Annual Reporting), Basel.

Daub, C.-H., R. Ergenzinger, H. Schmassmann u. M. Weik (2003), Nachhaltigkeitsberichterstattung Schweizer Unternehmen 2002 (Corporate Sustainability Reporting in Switzerland 2002), Basel.

Daub, C.-H. (2003), Spannungsfeld Unternehmenskommunikation: Perspektiven im Zeitalter der Globalisierung (Corporate Communications: Perspectives in Times of Globalization), 4. Aufl./4th edn., Basel.

Daub, C.-H. (1996), Intime Systeme. Eine soziologische Analyse der Partnerschaft (Intimate Systems: A Sociological Analysis of Private Partnerships), Helbing&Lichtenhahn, Basel/Frankfurt am Main.

Herausgeberwerke

Daub, C.-H., Burger, P. und Y. Scherrer, Ed. (2008), Creating Values for Sustainable Development: Proceedings of the 2nd International Sustainability Conference 2008, Basel.

Daub, C.-H. und U. Mäder, Hg./Eds. (2004), Soziale Arbeit: Beiträge zu Theorie und Praxis (Social Work: On Theory and Practice), Basel.

Daub, C.-H. und U. Mäder, Hg./Eds. (2004), Soziale Folgen der Globalisierung (Social Consequences of Globalization), Basel.

Beiträge in Zeitschriften und Sammelbänden (* refereed journals/peer reviewed)

* Daub, C.-H. and Y. Scherrer (2009): *Doing the right thing right: the role of sociological research and consulting for corporate engagement in development cooperation*, Journal of Business Ethics (forthcoming).

Daub, C.-H. (2009), *Das Ende der traditionellen Geschäftsberichte ist angesagt*, in: Marketing&Kommunikation 8/09, Dossier, 9-10.

* Daub, C.-H. (2008), *Nachhaltige Unternehmen unter Innovationsdruck*, in: Marketing Review St. Gallen, Thexis Jg. 23, 4/2008, 18-22.

Daub, C.-H. (2008), *Handeln NPO nachhaltig? Eine Kritik an der mangelnden Transparenz von Non-Profit-Organisationen*, in: Glocalist Magazine 26, 04/08, 32-33.

Daub, C.-H. (2008), *Globale Wirtschaft - nationale Folgen*, in: Praxis Politik 5/2008, 4-8.

* Mathews, H. and C.-H. Daub (2008): *Novartis: Demonstrating Leadership through Emissions Reductions*, in: Rory Sullivan (Ed.), *Corporate Responses to Climate Change: Achieving Emissions Reductions through Regulation, Self-Regulation and Economic Incentives*, Aizlewood's Mill: Greenleaf Publishing, pp. 220-234.

* Daub, C.-H. (2008), *Stand und Entwicklungstendenzen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung*, in: R. Isenmann and J. Marx Gómez (Hg./Eds.), *Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung - Maßgeschneiderte Stakeholderkommunikation mit IT*, 83-97.

* Scherrer, Y., Daub, C.-H. and Burger, P. (2007), *Toward integrating sustainability into business strategy*, Business Strategy and the Environment, Vol. 16, Issue 7, 459-460.

* Stiller, Y. and Daub, C.-H. (2007), *Paving the way for sustainability communication: evidence from a Swiss study*, Business Strategy and the Environment, Vol. 16, Issue 7, 474-486.

* Daub, C.-H. (2007), *Assessing the quality of Sustainability Reporting: an alternative methodological approach*, Journal of Cleaner Production, Volume 15, Issue 1, pp. 75-85.

Daub, C.-H. (2007): *Integrierte Berichte werden zum Standard*, Umwelt Perspektiven 2/07, 16-19.

* Daub, C.-H. (2006): *Developing a Framework of Integrated Triple Bottom Line Reporting*, in: S. Reddy (Ed.), *Sustainability Reporting - Concepts and Experiences*, Hyderabad/India: The ICFAI University Press, pp. 3-26.

* Daub, C.-H. und Y. Karlsson (2006), *Corporate Sustainability Reporting: Evidence from the first Swiss benchmark survey*, in: S. Schaltegger, M. Bennett and R. Burritt (Eds.), *Sustainability Accounting and Reporting*, Dordrech, The Netherlands: Springer, pp. 557-579.

Daub, C.-H. (2006): *Reine Umwelt- und Sozialberichte sind out*, Umwelt Perspektiven 1/06, 29-31.

* Daub, C.-H. and R. Ergenzinger (2005): *Enabling sustainable management through a new multi-disciplinary concept of customer satisfaction*, European Journal of Marketing, Vol. 39, Number 9/10, 998-1012.

Daub, C.-H. and Y. Scherrer (2005), *Communication does matter - the importance of stakeholder dialogue in ensuring sustainable leadership*, Proceedings of the EBEN Research Conference „Ethics in leadership. Ethical challenges in economic, political, and social reality“, Tallin, Estland, 16–18 June 2005.

Daub, C.-H., Y. Karlsson and S. Stiller (2005), *Sustainability Reporting Practice in Swiss and European Enterprises – reflections on an empirical study*, Proceedings of the 7th Annual International Conference „Foresight Management in Corporations and Public Organisations“, Helsinki, Finland, 9–10 June 2005.

Daub, C.-H., Y. Karlsson and S. Stiller (2005), *Swiss Multinational Enterprises and their meaning in the new challenges of corporate governance*, Proceedings of the „Governance without Government Conference“, Cardiff, Wales, 11–13 May 2005.

Daub, C.-H. and Y. Karlsson (2005), *The role of Corporate Reporting in addressing businesses stakeholders*, Proceedings of the Euro Environment Conference, Aalborg, Denmark, 14–15 April 2005.

Daub, C.-H. (2004): *Sozialintegrative Funktionen nachhaltiger Unternehmen*, in: U. Mäder und C.-H. Daub (Hg./Eds.), *Soziale Arbeit: Beiträge zu Theorie und Praxis*, Basel, 153-170.

Daub, C.-H., Y. Karlsson and S. Stiller (2004), *The growing importance of Stakeholder dialogues in gaining and transferring knowledge*, Proceedings of the International Conference „Intellectual Capital and Knowledge Management“, Portorož, Slovenia, 18–20 November 2004, 33-45.

Daub, C.-H. (2004), *Nachhaltiges Management: Stand, Entwicklung, Perspektiven: Neue Philosophie auf dem Vormarsch*, Umwelt Focus 8/04, 10-13.

Daub, C.-H. (2004), *Der Geschäftsbericht der neuen Generation*, Marketing&Kommunikation, Dossier 07/08 2004.

Daub, C.-H., Y. Karlsson and S. Philippi (2004), *Corporate Sustainability Reporting in Europe: a comparison of the first European national benchmark survey in Switzerland with the assessment of the Dow Jones STOXX 50 companies*, Proceedings of the Inter-Disciplinary CSR Research Conference, Nottingham, England, 22-23 October 2004.

Daub, C.-H. and Y. Karlsson (2004), *Addressing Stakeholders Communication Needs*, Proceedings of the 3rd Colloquium of the European Academy of Business in Society (EABIS): The Challenge of Sustainable Growth -Integrating Societal Expectations in Business, Gent, Belgium, 27-28 September 2004.

Daub, C.-H., Y. Karlsson and R. Ergenzinger (2004), *Integrating the Social Dimension in Sustainability Reporting*, Proceedings of the 20th EGOS Colloquium, Ljubljana, 1.-3. July 2004.

Daub, C.-H. (2004), *Assessing the quality of Sustainability Reporting: an alternative methodological approach*, Proceedings of the 9th European Roundtable on Sustainable Consumption and Production, Bilbao, Spain, 12-14 May 2004.

Daub, C.-H. and Y. Karlsson (2004), *Corporate Sustainability Reporting: Evidence from the first Swiss benchmark survey*, Proceedings of the 7th annual conference of the Environmental Management Accounting Network, Lüneburg, Germany, 3-6 March 2004.

Daub, C.-H. (2004), *Die Interdependenz ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeitsziele*, in U. Mäder und C.-H. Daub (Hg./Eds.), *Soziale Folgen der Globalisierung*, Basel, 97-118.

Daub, C.-H., Y. Karlsson and S. Philippi (2004), *Strategies of Sustainability Communication: Evidence from a Swiss study*, Proceedings of the 1st European Network Conference on Sustainability in Practice, Berlin, Germany, 1-3 April 2004.

Daub, C.-H. (2003), *Integrierte Berichterstattung im Kommen*, Marketing&Kommunikation No. 12 2003.

Daub, C.-H. (2003), *Auf dem Weg zur integrierten Berichterstattung*, Umwelt Focus 4/03, 23-27.

Daub, C.-H. (2003), *Multinationale Konzerne*, Wörterbuch der Sozialpolitik, E. Carigiet, U. Mäder u. J.-M. Bonvin (Hg./Eds.), Rotpunktverlag, Zürich, 179.

Daub, C.-H. and R. Ergenzinger (2002), *Rethinking Customer Satisfaction: Towards a Concept of a Generalized Customer*, Proceedings of the 1st Conference of the Society for Scientific Publishing, Basel, Switzerland, 25-26 May 2002.

Daub, C.-H. (2002), *Globalisierung und der Abschied von der Modernisierungs-Ideologie?*, in: V. Torra, U. Mäder und K. Windisch (Hg./Eds.), *Entwicklung, Recht, Sozialer Wandel*, Peter Lang Verlag, Bern, 571-582.

Daub, C.-H. (2001), *Rezension von Manfred Rühl: Publizieren. Eine Sinngeschichte der öffentlichen Kommunikation*, in: *Soziologische Revue*, Jg. 24 2001– S. 487-489.

Daub, C.-H. (2001), *Konsumenten zwischen Nutzenkalkül und Selbstverwirklichung*, in: Joachim Küchenhoff, Hg., *Solidarität und Selbstverwirklichung*, Giessen: Psychosozial-Verlag, S. 120-139.

Daub, C.-H. und D. Pfister (2001), *Identität und Design der Verwaltung im Umbruch*, in: *Visuelle Kommunikation*, Nr. 5, 2001, S. 26-27.

Daub, C.-H. (2000), *Qualitatives Wachstum durch nachhaltiges Management*, in: *Erfolgsstrategie Wachstumsmärkte*, Tagungsdokumentation der Internationalen Strategietage, Baden-Baden 2000.

- Daub, C.-H. (2000), *Rezension von Thomas Schnierer: Soziologie der Werbung. Ein Überblick zum Forschungsstand einschliesslich zentraler Aspekte der Werbepsychologie*, in: Soziologische Revue, Jg. 23 2000, S. 90-92.
- Daub, C.-H. (2000), *Wissensmanagement: Plädoyer zur Überwindung des Kaspar-Hauser-Syndroms*, in: thema 1 2000, S. 4-5.
- Daub, C.-H. (2000), *Nationalität auf dem Prüfstand*, in: Marketing&Kommunikation Nr. 2 2000, S. 50-51.
- Daub, C.-H. (2000), *Eine Alternative zum Verlag*, in: Marketing und Kommunikation, Sonderheft Corporate Publishing, 12/2000, S. 16-17.
- Daub, C.-H. (1999), *PR: Bevrijding uit de Marketing?*, in: Permanent Education Management Select, Jg. 15, 3/1999, S. 49-53.
- Daub, C.-H. (1999), *Krisenkommunikation – wenn Kommunikation in die Krise gerät*, in: Public Relations Forum 2/99, S. 84-87.
- Daub, C.-H. (1999), *Medien und Konsumenten als Machtfaktoren im Kampf um ethisches Verhalten in der Wirtschaft*, in: Forum Wirtschaftsethik 3/99.
- Daub, C.-H. (1999), *Konsumenten im Ausland denken anders: Neue Aufgaben für die Unternehmenskommunikation*, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 8. Juni 1999.
- Daub, C.-H. (1999), *Public Relations: Auf dem Wege einer Emanzipation vom Marketing*, in: Marketing Journal, Nr. 1, 1999, S. 33-36.
- Daub, C.-H. (1999), *Gegen die Vereinnahmung der PR*, in: Marketing&Kommunikation Nr. 3, 1999, S. 32-33.
- Daub, C.-H. (1999), *Ungleiche Schwestern in der Kommunikationspolitik*, in: B. J. Martini (Hg.), Handbuch PR: Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden und Behörden, Loseblattausgabe (1999), Neuwied und Kriftel: Luchterhand, S. 1-14.
- Daub, C.-H. (1999), *Investor Relations sind Social Relations*, in: B. J. Martini (Hg.), Handbuch PR: Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden und Behörden, Loseblattausgabe (1999), Neuwied und Kriftel: Luchterhand, S. 1-10.
- Daub, C.-H. (1998), *Moderne Paarbeziehungen im Spannungsfeld von Öffentlichkeit und Privatheit*, in: J. Küchenhoff, Hg., Familienstrukturen im Wandel, Basel: Friedrich Reinhardt Verlag 1998.
- Daub, C.-H. (1998), *Unternehmenskommunikation in einer brisanten Phase: Die Shareholder-value-Diskussion regt zum Umdenken an*, in: Public Relations Forum 4/1998, S. 204-208.

Daub, C.-H. (1998), *Shareholder value: Entschärfung eines Reizwortes*, in: Marketing und Kommunikation 2/1998, S. 26-27.

Daub, C.-H. und K. Schrape (1995), Immer schneller, immer komplexer, in: Schweizerische Technische Zeitschrift, 6/1995, S. 74-77.

Daub, C.-H., D. Hürst, S. Kleine-Erfkamp, R. Schüssler und K. Schrape (1995), Künftige Entwicklung des Mediensektors in der Schweiz, Forschungsprojekt im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM), Basel: Prognos.

Daub, C.-H. und K. Schrape (1994), Die Relevanz der Medienforschung für das Marketing, in: Marketing&Kommunikation 10/1994, S. 28-29.

Daub, C.-H. und D. Schehrer (1994), Medien wichtiger als Tourismus: Die Gesamtwirtschaftliche Position der Medien, in: Media Trend Journal 12/1994, S. 51-56.

Forschungsaktivitäten

- Project Title:* **Entwicklung eines nachhaltigen Managementsystems für Non-Profit-Organisationen**
- English Title* Developing a Corporate Sustainability Management System for Non-Profit-Organizations
- Funding Sources:* Swiss Innovation Promotion Agency (CTI) + Companies
- Grant:* 620.000 Swiss Francs
- Function:* Head of the project team
- Scientific Partners:* University of Applied Sciences Northwestern Switzerland, Institute of Management; University of Basel, Institute of Sociology
- Corporate Partners:* Greenpeace Switzerland, Hilfswerk der evangelischen Kirchen Schweiz (HEKS), Öbu-Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Duration:* 01.07.2009 - 31.12.2012
-
- Project Title:* **Optimierungspotenziale und Evaluationsinstrumente der integrierten Geschäftsberichterstattung Schweizer Unternehmen nach dem GRI G3-Standard**
- English Title* Potentials and evaluation tools for the optimization of integrated triple bottom line reporting of Swiss companies following the new GRI G3 guidelines
- Funding Sources:* Swiss Innovation Promotion Agency (CTI) + Companies
- Grant:* 540.000 Swiss Francs
- Function:* Head of the project team
- Scientific Partners:* University of Applied Sciences Northwestern Switzerland, Institute of Management and Institute of Finance; University of Basel, Programme Sustainability Research
- Corporate Partners:* Die Schweizerische Post, Sulzer AG, Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz), Knecht&Müller AG, Ellipson AG
- Duration:* 01.01.2007 - 31.12.2010
-
- Project Title:* **International Sustainability Conference**
- Funding Sources:* Swiss National Science Foundation (SNF), Federal Office für Spatial Development
- Grant:* 120.000 Swiss Francs
- Function:* Chairman
- Scientific Partners:* University of Applied Sciences Northwestern Switzerland, Institute of Management; University of Basel, Institute of Sociology,

Advisory Committee: Prof. Dr. Max Bergman, University of Basel
Prof. Dr. Karl-Werner Brand, Technical University of Munich
Prof. Dr. Paul Burger, University of Basel
Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub, University oAS Northwestern
Switzerland
PD Dr. Christoph Görg, Helmholtz Centre for Environmental
Research – UFZ, Leipzig
PD Dr. Ralf Isenmann, University of Bremen
Dr. Andrea Kampschulte, University oAS Northwestern
Switzerland
Prof. Dr. Frank Krysiak, University of Basel
Dr. Christian Plas, Denkstatt, sustainable thinking, Vienna
Dr. Alfred Posch, University of Graz
Dr. Alexandra Sauer, University of Basel
Prof. Dr. Stefan Schaltegger, University of Lüneburg
Prof. Dr. Michael von Hauff, Technical University of
Kaiserslautern
Prof. Dr. Daniel Wachter, Swiss Federal Office for Spatial
Development, Section Sustainable Development, Berne
Dr. Arnim Wiek, University of British Columbia, Vancouver

Duration: 01.01.2005 - 31.12.2012

Project Title: **Basel im Spiegel seiner Bewohner, Besucher und
Unternehmer: Image und Ansprüche an den Wohnort, die
Destination und den Unternehmensstandort Basel**

English Title Basel in the eyes of its inhabitants, visitors and local enterprises.
Image, expectations and demands on Basel as place of
residence, destination and location for entrepreneurs

Funding Sources: Swiss Innovation Promotion Agency (CTI), Companies + Public
Institutions

Grant: 330.000 Swiss Francs

Function: Co-head of the project team

Scientific Partners: University of Applied Sciences Northwestern Switzerland,
Institute of Management; University of Basel, Institute of
Sociology

Corporate Partners: Stadtmarketing Basel, Basel Tourismus, Gewerbeverband Basel-
Stadt, Wirtschaftsförderung Basel-Stadt und Baselland, MCH
Messe Schweiz, Statistisches Amt des Kantons Basel-Stadt, Amt
für Wirtschaft und Arbeit Basel-Stadt

Duration: 01.10.2006 - 31.12.2009