

Schriftenreihe des IÖW 18/88

ÖKO-MARKETING

Burkhard Heinz (Hrsg.)

Mit Beiträgen von

Heribert Meffert, Hanns Ostmeier, Manfred Kirchgeorg

Klaus-Peter Wiedmann, Burkhard Heinz

Hans Raffee, Friedrich Förster, Walter Krupp

Jürgen Freimann

Berlin 1988

ISBN 3-926930-12-8

INHALTSVERZEICHNIS

Burkhard HEINZ	Vorwort	
Heribert Meffert Hanns Ostmeier Manfred Kirchgeorg	Ökologisches Marketing - Ansatzpunkte einer umweltorientierten Unterneh- mensführung	
Klaus-Peter Wiedmann Burkhard HEINZ	Ausgewählte strategische Ansatzpunkte eines ökologischen Marketing umwelt- und verbraucherpolitischer Organisa- tionen	50
3ürgen Freimann	Mit Öko-Marketing aus der Umwelt- krise?	106
Hans Raffte Friedrich Förster Walter Krupp	Marketing und unternehmerische Ökolo- gieorientierung	128