

Arno Brandt, Ursula Hansen, Ingo Schoenheit,  
Klaus Werner (Hg.)

# Ökologisches Marketing

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
<b>A Einführung</b>	
<b>Arno Brandt, Ursula Hansen, Ingo Schoenheit, Klaus Werner</b> Ökologisches Marketing - Unternehmen und Verbraucher im Dialog	10
<b>B Ausgangspunkt 1: Ausmaß und Kosten der Umweltzerstörung</b>	
<b>Werner Schulz</b> Ökologische Problemlagen oder "Was kostet die Umweltzerstörung?"	16
<b>C Ausgangspunkt 2: Umweltbewußtsein gleich umweltbewußtes Konsumentenverhalten ?</b>	
<b>Frank Wimmer</b> Umweltbewußtsein und konsumrelevante Einstellungen und Verhaltensweisen	44
<b>Heiner Spieker</b> Der Stellenwert ökologischer Aspekte für den Konsum von biologisch erzeugten Nahrungsmitteln	85
<b>D Die Antwort: Ökologiegerechtes Marketing</b>	
<b>Klaus-Peter Wiedmann, Wolfgang Fritz, Friedrich Förster, Hans Raffée</b> Die Überprüfung unternehmerischer Zielsysteme als Voraussetzung eines effizienten Öko-Marketing	108
<b>Heribert Meffert</b> Ökologisches Marketing als Antwort der Unternehmen auf aktuelle Problemlagen der Umwelt	131
<b>Günther Rosenberger</b> Ökologische Verantwortung als Teil von Unternehmens- und Konsumkultur	159

<b>E</b>	<b>Die Kernfrage: Was ist ein umweltverträgliches Produkt ?</b>	
	<b>Klaus Gadek</b>	
	Produktpolitik und Umwelt aus der Sicht der Konsumgüterindustrie	190
	<b>Rainer Griefßhammer</b>	
	Kriterien zur Beurteilung der Umweltverträglichkeit von Produkten	205
<b>F</b>	<b>Die Antreiber: Marketing für Ökologie</b>	
	<b>Klaus-Peter Wiedmann</b>	
	Marketing für Ökologie als Rahmenkonzept umwelt- und verbraucherpolitischer Institutionen und Verbände	215
	<b>Nikolaus Jürgens</b>	
	Verbraucherforderungen gegenüber dem ökologischen Marketing von Unternehmen	266
<b>G</b>	<b>Die Beispiele: Ökologisches Marketing konkret</b>	
	<b>Ingo Schoenheit</b>	
	Der Markt für Wasch- und Reinigungsmittel als Lernfeld für ein ökologisches Marketing ?	276
	<b>Arno Brandt</b>	
	Ökologische Probleme der Produktpolitik in der Farben- und Lackindustrie	294
	<b>Klaus Werner</b>	
	Haushaltsgeräte zwischen Gebrauchstauglichkeit und Umweltverträglichkeit	310
	<b>Ursula Hansen</b>	
	Ökologisches Marketing im Handel	331
	<b>Autorenverzeichnis</b>	364