
Inhaltsverzeichnis

Marken nachhaltig erfolgreich führen	1
Anne-Kathrin Kirchhof und Oliver Nickel	
CSR auf dem Prüfstand	37
Hildegard Keller-Kern und Christoph Prox	
„Marken sind Treiber der Nachhaltigkeit – seit jeher“	53
Christian Köhler und Dominik Klepper	
Rechte für Menschen – Regeln für Unternehmen: Was erwartet die Zivilgesellschaft von Markenunternehmen und einer fairen und zukunftsfähigen Wirtschaft?	63
Klaus Milke	
Impulse eine Messe für nachhaltige Produkte ins Leben zu rufen	77
Hubert Rottner	
Corporate Volunteering – Wirkung auf Mitarbeiter und Marke	83
Tanja Rödiger	
Technik fürs Leben – Nachhaltigkeit und Markenführung bei Bosch	95
Bernhard Schwager und Judith Schäpe	
Die Verantwortung ökonomisch wie ökologisch verantwortliche Geschäfte zu machen – Markenführung vor und nach der Energiewende	103
Matthias W. Send	
Die Geschichte von COEO Haus der guten Taten: Was ist die Alternative zu gewinnmaximierendem Wirtschaften?	117
Wilfried Franz	

Schamel Meerrettich – Kontinuität seit 1846.	125
Matthias Schamel	
Schindlerhof – „Great Place to work“ Mitarbeiter als Markenbotschafter	137
Klaus Kobjoll	
Salus – Naturarzneimittel-Hersteller zwischen Tradition und Moderne	153
Otto Greither	
Retro-Waschsalon mit Kulturprogramm & Nachbarschaftshilfe	167
Nele Gilch und Petra Schinz	
Markenführung bei hessnatur – dem CR „Pure Player“ für Mode und Lebensstil	183
Marc Sommer	

CSR und Brand Management

Marken nachhaltig führen

Kirchhof, A.-K.; Nickel, O. (Hrsg.)

2014, XVI, 196 S. 58 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-642-55187-1