

# Inhaltsübersicht

<b>Strategisches Management &amp; Nachhaltigkeit</b>	<b>1</b>
<b>Strategisches Management – Auch Unternehmen selbst müssen nachhaltig werden</b> Georg Müller-Christ	<b>3</b>
<b>Bezugspunkte zwischen Strategischem Management und Nachhaltigkeit</b> Michael Hülsmann	<b>25</b>
<b>Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement – Auseinandersetzung mit Michael Hülsmann und Entwicklung einer alternativen Perspektive</b> Thomas Dyllick	<b>73</b>
<b>Beschaffungs-Management &amp; Nachhaltigkeit</b>	<b>105</b>
<b>Beschaffung und Nachhaltigkeit – Eine Einführung</b> Uwe Schneidewind	<b>107</b>
<b>Beschaffungsmanagement &amp; Nachhaltigkeit – eine Literaturübersicht</b> Stefan Seuring / Martin Müller	<b>117</b>
<b>Beschaffung und Nachhaltigkeit</b> Ronald Bogaschewsky	<b>171</b>

<b>Marketing-Management &amp; Nachhaltigkeit</b>	<b>219</b>
<b>Nachhaltigkeit aus Perspektive des Marketings – Eine Einführung</b> Michael Hülsmann	<b>221</b>
<b>Marketing und Nachhaltigkeit</b> Ulf Schrader	<b>235</b>
<b>Nachhaltigkeits-Marketing – Integration bestehender Erkenntnisse oder konzeptionelle Erweiterung?</b> Manfred Kirchgeorg	<b>269</b>
<b>Produktions-Management &amp; Nachhaltigkeit</b>	<b>303</b>
<b>Produktions-Management und Nachhaltigkeit</b> Hans-Dietrich Haasis	<b>305</b>
<b>Produktionsmanagement und Nachhaltigkeit – unter besonderer Berücksichtigung industrieller Energieversorgungsstrukturen</b> Wolf Fichtner	<b>311</b>
<b>Beziehungen zwischen Produktionsmanagement und nachhaltigem Wirtschaften</b> Günter Liesegang	<b>355</b>
<b>Ein Ausblick in die Zukunft</b>	<b>367</b>
<b>Brauchen wir eine nachhaltigkeitsorientierte Betriebswirtschaftslehre?</b> Eberhard Seidel	<b>369</b>