
Inhaltsverzeichnis

CSR und Wirtschaftspsychologie	1
Irene López	
Ein neues Weltbild für Ökonomie und Gesellschaft von morgen	15
Peter Schmuck	
Wertesystem, unternehmerische Verantwortung und Wachstumsneutralität ..	31
Daniel Deimling	
Werte und der Reifungsprozess von Unternehmen: Kontraintuitive Hypothesen in einer Systemaufstellung mithilfe der Theorie U entdeckt	47
Georg Müller-Christ	
Systemische Nachhaltigkeit	71
Daniel Sieben	
CSR – Impuls für bessere Arbeitsbedingungen?	89
Monika Eigenstetter	
Diagnostik und Förderung ethischer Kompetenz in Organisationen	111
Rico Pohling und Anja Strobel	
CSR für sozial nachhaltiges Handeln	135
Sylke Meyerhuber	
Nachhaltigkeit und Resilienz. Warum zwei Krisenbegriffe Anlass zur Hoffnung geben	165
Alexandra Hildebrandt	
Human Resource Management im Kontext der Nachhaltigkeit	175
Bastian Biermann	
The Changing Workplace© Case Vodafone	185
Tjeu Verheijen	

Unterstützung der Entwicklung neuer nachhaltiger Energiedienstleistungen/ Smart-Grid-Technologien über Kundengruppenanalyse und Partizipation mittels CoCreation-Prozessen	199
Christian Hoffmann, Andreas Homburg, Andreas Stolberg und Hilke Ober- hansberg	
Psycho-logische Eckpunkte erfolgreicher Klima(schutz)kommunikation	221
Torsten Grothmann	
Psychologische Aspekte im nachhaltigen Bankgeschäft	241
Olaf Weber	
Förderung von nachhaltigem Fleischkonsum durch effektives Marketing – ein psychologischer Ansatz	257
Tom Scharnberg	
Slow Fashion – Chancen für einen nachhaltigen Kleidungskonsum?	279
Daniel Gardemin und Silke Kleinhüchelkotten	
Die Verbreitung von Nachhaltigkeit als soziale Innovation an Hochschulen aus Sicht studentischer Nachhaltigkeitsinitiativen	297
Nadine Richter und Marcel Hunecke	



<http://www.springer.com/978-3-662-52745-0>

CSR und Wirtschaftspsychologie
Psychologische Strategien zur Förderung nachhaltiger
Managemententscheidungen und Lebensstile
López, I. (Hrsg.)
2017, XII, 308 S. 20 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-662-52745-0