

Green-Marketing

- Belz F.-M./Bilharz M. (2005): Nachhaltigkeits-Marketing in Theorie und Praxis, Deutscher Universitätsverlag.
- Corporate Social Responsibility: Wie Unternehmen mit ihrer ethischen Verantwortung umgehen von Oliver Herchen von Books on Demand Gmbh (Broschiert - 10. Oktober 2007).
- Fisk, G. (1998): Green Marketing: Multiplier for Appropriate Technology Transfer?, in: Journal of Marketing Management, Vol. 14, Issue 6, p. 657-676.
- Gaus H./Häfner P. (2003): Social Marketing und Umweltschutz: Welche Rolle kann Social Marketing für die Veränderung umweltrelevanter Verhaltensweisen spielen?, Rabenstueck.
- Ginsberg, J. M./Bloom, P. N. (2004): Choosing the Right Green Marketing Strategy, in: MIT Sloan Management Review, Vol. 46, Issue 1, p. 79-84.
- Kilbourne, W. E. (1998): Green Marketing: A Theoretical Perspective, in: Journal of Marketing Management, Vol. 14, Issue 6, p. 641-655.
- Langerak, F./Peelen, E./van der Veen, M. (1998): Exploratory results on the antecedents and consequences of green marketing, in: Journal of the Market Research Society, Vol. 40, Issue 4, p. 323-335.
- Mathur, L. K. (2000): An Analysis of the Wealth Effects of Green Marketing Strategies, in: Journal of Business Research, Vol. 50, Issue 2, p. 193-200.
- McDaniel S. W./Rylander D. H. (1993): Strategic green marketing, in: Journal of Consumer Marketing, Vol. 10, Iss. 3, p. 4-10.
- Mendleson, N./Polonsky, M. J. (1995): Using strategic alliances to develop credible green marketing, in: Journal of Consumer Marketing, Vol. 12, Issue 2, p. 4-18.
- Mintu, A. T./Lozada, H. R. (1993): Green Marketing Education: A Call for Action, in: Marketing Education Review, Vol. 3, Issue 3, p. 17-23.
- Murr C. K. (2008): Beyond Green Marketing: New Approaches for a possible Implementation of Sustainability in Marketing, Vdm Verlag Dr. Müller.
- Oyewole, P. (2001): Social Costs of Environmental Justice Associated with the Practice of Green Marketing, in: Journal of Business Ethics, Vol. 29, Issue 3, p. 239-251.
- Polonsky, M. J. (2001): Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach, in: Business Horizons, Vol. 44, Issue 5, p. 21, 10p.
- Rivera-Camino, J. (2007): Re-evaluating green marketing strategy: A stakeholder perspective, in: European Journal of Marketing, Vol. 41, Issue 11/12, p. 1328-1358.

Grey-Marketing

Gerstner G./Hunke R. (2006): 55 Plus Marketing: Zukunftsmarkt Senioren, Wiesbaden.

Hentschel-Meyer H./Hentschel-Meyer G. (2004): Seniorenmarketing: Generationsgerechte Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, 1. Aufl., BusinessVillage.

Hentschel-Meyer H./Hentschel-Meyer G. (2008): Jahrbuch Seniorenmarketing 2008/2009: Management in Forschung und Praxis, Deutscher Fachverlag.

Kölzer B. (2007): Marketingstrategien für ältere Kundensegmente, in: Demografischer Wandel, in: Holz M./Da-Cruz P.: Unternehmen Herausforderung für die strategische Personalplanung, Wiesbaden.

Reidl A. (2007): Seniorenmarketing. So erreichen Sie die Zielgruppe der Zukunft: Mit älteren Zielgruppen neue Märkte erschließen, 2. Aufl., mi-Fachverlag.

Schreiner F. (2007): Senioren als Marketingzielgruppe - Besonderheiten und Konsequenzen für das Marketing - eine branchenbezogene Betrachtung, Norderstedt.