Inhalt

Einführung 9

Uwe Schneidewind
„Symbole und Substanzen" – ein alternativer Blick auf
das Management von Wertschöpfungsketten und Stoffströmen 15

Simone Back
Was Unternehmer von Fußballspielern lernen können –
oder: Stoffstrom-Management in der Praxis 37

Dirk Fischer und Rita Pant
Mit der Mode gehen, um der Mode zu entgehen.
Ein neues Marketingkonzept für ökologisch optimierte Bekleidung 69

Maria Goldbach und Stefan Seuring
Von der Re-Vision zur Neo-Vision –
neue Wege im Kostenmanagement 99

Dirk Bunke, Ismene Jäger und Mechthild Naschke
Ökologische Bewertung im Textilbereich: Warnsignale und
Wegweiser auf dem Weg in eine ökologische Produktion 139

Autorenverzeichnis 173