

9 Literatur und Quellenverzeichnis

- Ackrill, Robert; Kay, Adrian (2011), „EU Biofuels Sustainability Standards and Certification Systems – How to Seek WTO-Compatibility“, *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 62, Nr.3, Oxford, Vereinigtes Königreich und Malden, Vereinigte Staaten von Amerika, Seiten 551 bis 564
- ADM, Archer Daniels Midland Company, Website mit Datenbank zu Freigaben der Fahrzeughersteller, abgerufen im Internet (<http://www.biodiesel.de/index.php3?hid=00412#freigaben>) am 8.10.2014, 15:46Uhr
- ADMafo (2001), Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., „Standards zur Qualitätssicherung für Online-Befragungen“, Ausgabe Mai 2001
- AGQM (2006), Arbeitsgemeinschaft Qualitätsmanagement Biodiesel e.V., „Steigender Absatz von Biodiesel für Nutzfahrzeuge“, Unternehmensmitteilung vom 25.01.2006, abgerufen im Internet (<http://www.ecoreporter.de/artikel/2512006-meldung-steigender-absatz-von-biodiesel-fuer-nutzfahrzeuge-25-01-2006.html?type=98>) am 9.10.2014, 12:29Uhr
- Adolf, Jörg (2006), „Boom in der Biokraftstoffbranche – eine nachhaltige Entwicklung?“, *Wirtschaftsdienst*, Nr.12, 2006, Seiten 778 bis 785
- Adolf, Jörg; Fehrenbach, Horst; Fritsche, Uwe; Liebig, Dorothea (2013), „Welche Rolle können Biokraftstoff im Verkehrssektor spielen?“, *Wirtschaftsdienst*, Nr. 2, 2013, Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft, Seiten 124 bis 131
- Alam, Firoz; Date, Abhijit; Rasjidin, Roesfiansjah; Mobin, Saleh; Moria, Hazim; Baqui, Abdul (2012), „Biofuel from algae – Is it a viable alternative?“, *Procedia Engineering*, 49 2012, Elsevier Ltd., Seiten 221 bis 227

- Anand, Neeraj (2008), „Biodiesel – Marketing Challenges and Strategies“, in: „Bio-fuels: Marketing Strategies and impact on rural development“ von Mehla, Satish, Kumar, Aavishkar Publishers, Distributors, Jaipur, Indien, Seiten 248 bis 259
- Anderson, Soren T. (2012), „The demand for ethanol as a gasoline substitute“, Journal of Environmental Economics and Management Nr. 63, Elsevier, SciVerse Science Direct, Seiten 151 bis 168
- Andreasen, Alan R. (2002), „Marketing Social Marketing in the Social Change Marketplace“, Journal of Public Policy & Marketing, Vol. 21 (1), Frühjahr 2002, Seiten 3 bis 13
- Angelovska, Julijana; Mavrikiou, Petroula M. (2013), „Can creative web survey questionnaire improve the response quality?“ Working Paper 131, Juli 2013, Amsterdam Insitute for Advanced Labour Studies, Universität Amsterdam, die Niederlande
- ATAG, Air Transport Action Group (2009), „Beginner’s Guide to Aviation Biofuels“, Genf, Schweiz
- Arseculeratne, Dinuk; Yazdanifard, Rashad (2014), „How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business“, International Business Research, Vol.7, Nr.1, publiziert durch Canadian Center of Science and Education, Seiten 130 bis 137
- Atif, Muhammad; Charfi, Ahmed Anis; Lombardot, Eric (2013), „Why do some Consumers Consume Ethically? A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making“, Journal of Marketing Research and Case Studies, IBIMA Publishing, Vol. 2013, Seiten 1 bis 20
- Baca-Motes, Katie; Brown, Amber; Gneezy, Ayelet; Keenan, Elizabeth A.; Nelson, Leif D. (2012), „Commitment and Behavior Change: Evidence from the Field“, Journal of Consumer Research, Vol. 39, Februar 2013, Seiten 1070 bis 1084

- Bandilla, Wolfgang; Kaczmirek, Lars; Blohm, Michael; Neubarth, Wolfgang (2009), „Coverage- und Nonresponse-Effekte bei Online-Bevölkerungsumfragen“, in: „Sozialforschung im Internet – Methodologie und Praxis der Online-Befragung“ von Nikolaus Jakob, Harald Schoen, Thomas Zerback (Herausgeber), VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, Seiten 129 bis 143
- Bartels, Joe; Hoogendam, Karen (2011), „The role of social identity and attitudes toward sustainability brands in buying behaviors for organic products“, Journal of Brand Management, Nr.9, Vol. 18, Palgrave Journals, Macmillan Publishers Ltd., Seiten 697 bis 708
- BDBE, Bundesverband der deutschen Bioethanolwirtschaft e.V., „Umrechnungsformeln für Biokraftstoffe: Heizwert, Ethanolertrag, Volumen-in-Masse, Masse-in-Volumen“, abgerufen aus dem Internet (<http://www.bdbe.de/branche/formeln/>), 9.10.2014, 14:54Uhr
- Belz, Frank-Martin (2001), „Integratives Öko-Marketing: erfolgreiche Vermarktung ökologischer Produkte und Leistungen“, erschienen in der Reihe: nbf – neue betriebswirtschaftliche Forschung, Band 271, Gabler-Verlag, Wiesbaden
- Belz, Frank-Martin (2005), „Sustainability Marketing: Blueprint of a Research Agenda“, Discussion Paper No.1, Marketing and Management in the Food Industry, Professur für Betriebswirtschaftslehre Brau- und Lebensmittelindustrie, Technische Universität München
- Belz, Frank-Martin (2006a), „Marketing in the 21st Century“, Editorial, Business Strategy and the Environment, Nr.15, Herausgabe durch Wiley InterScience, Seiten 139 bis 144
- Belz, Frank-Martin (2006b), „Marketing in the Age of Sustainable Development“, in: „Proceedings: Perspectives on Radical Changes to Sustainable Consumption and Production“, herausgegeben von Maj Munch Andersen und Arnold Tukker, Kopenhagen, Dänemark, Seiten 299 bis 314

Belz, Frank-Martin; Peattie, Ken (2012), „Sustainability Marketing – A global perspective“, Award-winning Textbook, Second Edition, John Wiley & Sons, Ltd, Vereinigtes Königreich, 2. Auflage erstmalig herausgegeben in 2012, Copyrights beim Verlag seit 2009

Belz, Frank-Martin; Schmidt-Riediger, Birte (2010), „Marketing Strategies in the Age of Sustainable Development: Evidence from the Food Industry“, Business Strategy and the Environment, 19, Wiley Online Library, publiziert online seit 15.6.2009, Seiten 401 bis 416

Belz, Frank-Martin; Bilharz, Michael (Hrsg.) (2005), „Nachhaltigkeits-Marketing in Theorie und Praxis“, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden

Belz, Frank-Martin; Karstens, Birte (2005), „Strategic and Instrumental Sustainability Marketing – A Conceptual Framework“, Marketing and Management in the Food Industry, Discussion Paper No.6, Technische Universität München (TUM Business School), Oktober 2005, München

Beneking, Andreas (2011), „Genese und Wandel der deutschen Biokraftstoffpolitik – Eine akteurszentrierte Policy-Analyse der Förderung biogener Kraftstoffe in Deutschland“, erschienen in der Reihe „Fair Fuels? Working Paper 3 Zwischen Sackgasse und Energiewende: Eine sozial-ökologische Mehrebenenanalyse transnationaler Biokraftstoffpolitik“, Institut für ökologische Wirtschaftsförderung, Berlin, Bundesrepublik Deutschland

Bensmann, Martin; Janzing, Bernward (2005), „Bio im Tank“, erschienen in „neue energie – das magazin für erneuerbare energien“, Nr. 3 /März 2005, H11507, Seiten 42 bis 51

Bieber, Ina Elisabeth; Bytzek, Evelyn (2012), „Online-Umfragen: Eine geeignete Erhebungsmethode für die Wahlforschung? – Ein Vergleich unterschiedlicher Befragungsmodi am Beispiel der Bundestagswahl 2009“, Methoden – Daten – Analysen, 2012, Jahrgang 6, Heft 2, Seiten 185 bis 211

- Bilharz, Michael; Belz, Frank-Martin (2008), „Öko als Luxus-Trend: Rosige Zeiten für die Vermarktung ‚grüner‘ Produkte?“, Marketing Review St.Gallen, 4-2008, Schweiz, Seiten 6 bis 10
- Biofuelwatch (2007), „Agrofuels – Towards a reality check in nine key areas“, herausgegeben von Biofuelwatch zusammen mit Carbon Trade Watch/TNI, Corporate Europe Observatory, Econexus, Ecoropa, Grupo de Reflexión Rural, Munlochy Vigil, NOAH (Friends of the Earth Denmark), Rettet Den Regenwald, Watch Indonesia, veröffentlicht im Zusammenhang mit Subsidiary Body on Scientific, Technical and Technological Advice (SBSTTA) of the Convention on Biological Diversity, Paris, Frankreich, 2. bis 6. Juli, 2007
- Biokraft-NachV (2012), Biokraftstoff-Nachhaltigkeitsverordnung, „Verordnung über Anforderungen an eine nachhaltige Herstellung von Biokraftstoffen“, Bundesgesetzblatt Nr. 3181, G 5702, 2009, Nr. 65, zuletzt geändert durch Artikel 2 der Verordnung vom 26.11.2012, Bundesgesetzblatt S.2636, ausgegeben in Bonn am 05.10.2009, Bundesrepublik Deutschland
- Bishop, George; Smith, Andrew (1991), „Gallup Split Ballot Experiments“, in: „Measuring Things: Wording and Response Form Effects“, The Public Perspective, Juli/August 1991, Seiten 25 bis 27
- Blanco, Maria Isabel; Azqueta, Diego (2008), „Can the environmental benefits of biomass support agriculture? – the case of cereals for electricity and bioethanol production in northern Spain“, Energy Policy 2008, Vol. 36, Seiten 357 bis 366
- BLE, Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2012), „Evaluations- und Erfahrungsbericht für das Jahr 2011 – Biomassestrom-Nachhaltigkeitsverordnung – Biokraftstoff-Nachhaltigkeitsverordnung“, Referat Anerkennungs- und Akkreditierungsverfahren, Kontrollverfahren Bioenergie, Bonn, Bundesrepublik Deutschland

- Blesl, Markus; Kober, Tom; Bruchof, David; Kuder, Ralf (2008), „Beitrag von technologischen und strukturellen Veränderungen im Energiesystem der EU-27 zur Erreichung ambitionierter Klimaschutzziele“, in: „Veränderungen im Energiesystem der EU-27 zur Erreichung ambitionierter Klimaschutzziele“, Zeitschrift für Energiewirtschaft (ZfE), 4/2008, Seiten 219 bis 229
- BMU, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2010), „Erneuerbare Energien in Zahlen – Nationale und internationale Entwicklung“, Juni 2010
- BMU & UBA, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und Umweltbundesamt (2013), „Umweltbewusstsein in Deutschland 2012, Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage“, Text von Dr. Jana Rückert-John (Institut für Sozialinnovation e.V.), Prof. Dr. Inka Bormann und Dr. René John (Philipps-Universität Marburg), herausgegeben im Januar 2013
- Bockey, Dieter (2006), Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e.V. (UFOP), „Biodiesel und pflanzliche Öle als Kraftstoffe – aus der Nische in den Kraftstoffmarkt“, in: „Biogene Kraftstoffe. Kraftstoffe der Zukunft?“, Themenschwerpunkt Heft 1/2006 der Zeitschrift „Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis“, Herausgeber: Dr. Ludwig Leible, Forschungszentrum Karlsruhe in der Helmholtz-Gemeinschaft, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) Hermann-von-Helmholtz-Platz 1, Eggenstein-Leopoldshafen, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 10 bis 15
- Boiral, Olivier; Gendron, Yves (2010) "Sustainable Development and Certification Practices: Lessons Learned and Prospects", Business Strategy and the Environment, 20. Jahrgang, Seiten 331 bis 347 (2011), Onlineveröffentlichung 14.10.2010 in Wiley Online Library

- Borin, Norm; Metcalf, Lynn (2010), „Integrating Sustainability Into the Marketing Curriculum: Learning Activities That Facilitate Sustainable Marketing Practices“, Journal of Marketing Education, Nr.32, Vol.2, SAGE Publications, Seiten 140 bis 154
- Borin, Norm; Lindsey-Mullikin, Joan; Krishnan, R. (2013), „An analysis of consumer reactions to green strategies“, Journal of Product & Brand Management, Volume 22, Issue 2, Emerald Group Publishing Limited, Seiten 118 bis 128
- Borland, Helen; Lindgreen, Adam (2013), „Sustainability, Epistemology, Ecocentric Business, and Marketing Strategy: Ideology, Reality, and Vision“, Journal of Business Ethics, Vol.117, Springer Science & Business Media B.V., Seiten 173 bis 187
- Bortz, Jürgen (2005), „Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler“, 6. Auflage, Springer Medizin Verlag Heidelberg, Bundesrepublik Deutschland
- Bräuninger, Michael; Leschus, Leon; Vöpel, Henning (2006), „Biokraftstoffe–Option für die Zukunft? Ziele, Konzepte, Erfahrungen“, HWWI Policy Report 1, Hamburgisches WeltWirtschafts Institut, Hamburg, Bundesrepublik Deutschland
- Bräuninger, Michael; Leschus, Leon; Vöpel, Henning (2007), „Biokraftstoffe und Nachhaltigkeit – Ziele, Probleme, Instrumente, Lösungen“, HWWI Policy Report 5, Hamburgisches WeltWirtschafts Institut, 2007
- Bräuninger, Michael; Schröer, Sebastian; Schulze, Sven (2008) „Biokraftstoffe: Ziele, Chancen und Risiken“, HWWI Paper 1-11 des HWWI-Kompetenzbereiches Wirtschaftliche Trends, Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut (HWWI), Hamburg, Bundesrepublik Deutschland
- Braunsberger, Karin; Wybenga, Hans; Gates, Roger (2007), „A comparison of reliability between telephone and web-based surveys“, Journal of Business Research 60, Science Direct, Elsevier, Seiten 758 bis 764

- Bruhn, Manfred; Kirchgeorg, Manfred (2007), „Marktorientierte Führung im Wandel von Umweltbewusstsein und ökologischen Rahmenbedingungen“, erschienen in: „Marktorientierte Führung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel“, herausgegeben von Manfred Bruhn, Manfred Kirchgeorg, Johannes Meier, zum 70.Geburtstag von Prof.Dr.Dr.h.c. mult. Heribert Meffert, Gabler-Verlag, Wiesbaden, 2007, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 83 bis 113
- Brundtland-Kommission, Vorsitz Gro Harlem Brundtland (1987) „Our Common Future“, Report of the World Commission on Environment and Development A/42/427, Vereinte Nationen
- Brunner, Edgar; Munzel, Ulrich (2013), „Nichtparametrische Datenanalyse – Unverbundene Stichproben“, 2., überarbeitete Auflage, aus der Reihe „Statistik und ihre Anwendungen“, Reihenherausgeber Dette, Holger und Härdle, Wolfgang, Springer Spektrum, Springer Verlag Berlin/Heidelberg, Bundesrepublik Deutschland
- Bühl, Achim (2010), „PASW 18 (ehemals SPSS) – Einführung in die moderne Datenanalyse“, 12. Auflage, Pearson Studium, München, Bundesrepublik Deutschland
- Bünig, Herbert; Trenkler, Götz (1994), „Nichtparametrische statistische Methoden“, 2. Auflage, Verlag Walter de Gruyter & Co., Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- Burda, „Stichwort ‚gegebene Befragung‘, Wissen – Medialexikon – BURDA NEWS GROUP MediaLine“,
<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=2127>, per 16.04.13, 16:12Uhr aufgerufen
- Burgmer, Martin; Meyer, Ingo (2008), „Alternative Kraftstoffe und Hybridantriebe“, Wirtschaftsgesellschaft des Kraftfahrzeuggewerbes mbH, Bonn, in Auftrag des Zentralverbandes des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes, ZDK, Bonn, Bundesrepublik Deutschland, 2. aktualisierte Auflage 2008

- Burkink, Tim J.; Marquardt, Raymond (2009), „Food or Fuel? An Analysis of Systems in Conflict“, Journal of Macromarketing Society, Nr. 29, Vol.4, SAGE, Seiten 374 bis 383
- Buse, Joachim (2013), Vice President Aviation Biofuel Deutsche Lufthansa AG, verifizierte und ergänzte Mitschrift zu seinem Vortrag „Biokraftstoffe im Luftverkehr – Aktivitäten der Lufthansa“ im Rahmen einer Vortragsveranstaltung der Deutschen Gesellschaft für Luft- und Raumfahrt Lilienthal-Oberth e.V., der Royal Aeronautical Society Hamburg Branch e.V., dem Verein Deutscher Ingenieure (Hamburger Bezirksverein e.V., Arbeitskreis Luft- und Raumfahrt) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Hamburg, am 24. Januar 2013
- Byrne, Patrick J.; Toensmeyer, Ulrich C.; German, Carl L. (1991), „Analysis of Consumer Attitudes Toward Organic Produce and Purchase Likelihood“, Miscellaneous Paper Nr. 1377, Delaware Agricultural Experiment Station, Journal of Food Distribution Research, Seiten 49 bis 62
- Carrigan, Marylyn; Attala, Ahmad (2001), „The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour?“, Journal of Consumer Marketing, Vol. 18, Nr. 7, Seiten 560 bis 577
- CERD, Committee on the Elimination of Racial Discrimination (2007), „Request for Consideration of the Situation of Indigenous Peoples in Kalimantan, Indonesia, under the United Nations Committee on the Elimination of Racial Discrimination’s Urgent Action and Early Warning Procedures“
- Chan, Cindy; Berger, Jonah; van Boven, Leaf (2012), „Identifiable but Not Identical: Combining Social Identity and Uniqueness Motives in Choice“, Journal of Consumer Research, Vol. 39, Seiten 561 bis 573
- Chang, Jae Bong; Lusk, Jayson L. (2009), „Fairness and food choice“, Food Policy, Vol.34, Elsevier, Seiten 483 bis 491

- Chen, Yu-Shan; Chang, Ching-Hsun (2013), „Towards green trust – The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction“, *Management Decision*, Vol. 51, Nr. 1, Emerald Group Publishing Limited, Seiten 63 bis 82
- Cho, Yoon-Na; Burton, Scot; Soster, Robin L. (2013), „The Role of Product Sustainability Disclosures in Promoting More Socially Desirable Choices“, *Society for Marketing Advances Proceedings*, zusammenfassender Bericht der Konferenz, Seiten 87 bis 88
- Cicia, Gianni; Del Giudice, Teresa; Ramunno, Ilaria (2009), „Environmental Health Components in Consumer Perception of Organic Products: Estimation of Willingness to Pay“, *Journal of Food Products Marketing*, Vol.15, Routledge Taylor & Francis Group LLC, Seiten 324 bis 336
- Clark, Christopher F.; Kotchen, Matthew J.; Moore, Michael R. (2003), „Internal and external influences on pro-environmental behavior: Participation in a green electricity program“, *Journal of Environmental Psychology*, 23, Elsevier, 2003, Seiten 237 bis 246
- Clauß, Günter †; Finze, Falk-Rüdiger; Partzsch, Lothar (2002), „Statistik – Für Soziologen, Pädagogen, Psychologen und Mediziner“, 4. Auflage, 2002, Verlag Harri Deutsch, Frankfurt/M, Bundesrepublik Deutschland
- Connor, Robert; Douglas, Lesley (2001), "Applied consumer science: Consumer attitudes to organic foods", *Nutrition & Food Science*, Vol. 31, Ausgabe 5, Seiten 254 bis 258
- Cooper, Thomas; Ludlow, Meaghan; Clift, Thomas (2012), „Examining the Role of Eco-Labels in Changing the Approach to Sustainability in the Commercial Fisheries“, *Greener Management International*, Nr. 57, Greenleaf Publishing, Seiten 27 bis 42

- Costello, Christine; Griffin, W.Michael; Landis, Amy E.; Matthews, H.Scott (2009), „Impact of Biofuel Crop Production on the Formation of Hypoxia in the Gulf of Mexico“, *Environmental Science & Technology*, 2009, Nr.20, Vol. 43, American Chemical Society, Seiten 7985 bis 7991
- Cranfield, John A.L.; Magnusson, Erik, (2003), “Canadian Consumer’s Willingness-To-Pay For Pesticide Free Food Products: An Ordered Probit Analysis”, *International Food and Agribusiness Management Review*, Vol. 6, Nr. 4, 2003, Seite 14
- Crosno, Jody L.; Cui, Annie Peng (2014), „A multilevel analysis of the adoption of sustainable technology“, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 22, Nr. 2 (Frühjahr 2014), M.E. Sharpe Inc., Seiten 209 bis 224
- Crutzen, P.J.; Mosier, A.R.; Smith, K.A.; Winiwarter, W. (2007), N₂O release from agro-biofuel production negates global warming reduction by replacing fossil fuels“, *Atmospheric Chemistry and Physics Discussion*, 7, Seiten 11191–11205, Copernicus GmbH (Copernicus Publications) im Auftrag der European Geosciences Union (EGU), Göttingen, Bundesrepublik Deutschland
- Daimler (2010), “360 Grad – Fakten zur Nachhaltigkeit”, Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2009, veröffentlicht in 2010
- Danciu, Victor (2013), „The Contribution of Sustainable Marketing to Sustainable Development“, *Management & Marketing – Challenges for the Knowledge Society*, Vol.8, Nr.2, Seiten 385 bis 400
- Danielsen, Finn; Beukema, Hendrien; Burgess, Neil D.; Parish, Faizal; Brühl, Carsten A.; Donald, Paul F.; Murdiyarsa, Daniel; Phalan, Ben; Reijnders, Lucas; Struëbig, Matthew; Fitzherbert, Emily B. (2009), “Biofuel Plantations on Forested Lands: Double Jeopardy for Biodiversity and Climate” *Conservation Biology*, Volume 23, No. 2, 2009, Seite 353

- DBFZ (2010), „Kurzstudie: Analyse zur Erreichung des Mindestziels von 10 % erneuerbare Energien im Verkehrssektor“, Deutsches BiomasseForschungsZentrum gemeinnützige GmbH (www.dbfz.de), Leipzig, Auftraggeber WWF Deutschland, Mey, Frankziska;Raddatz, Viviane, erstellt 4/2010, Berlin, Bundesrepublik Deutschland, gefördert durch das Umweltbundesamt
- Delbeke, Jos (2012), „A New Flightplan“, Rede auf der Konferenz „Getting Global Aviation Climate Measures Off the Ground“, 7.02.2012
- Delhaes, Daniel (2011), „Mineralölkonzerne rechnen mit Strafen nach Biosprit-Boycott“, Handelsblatt Nr. 073 vom 13.04.2011, Seite 14, Wirtschaft und Politik, http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=HB&DOKV_NO=041113229&DOKV_HS=0&PP=1, GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH
- Delmas, Magali; Blass, Vered Doctori (2010), „Measuring Corporate Environmental Performance: the Trade-Offs of Sustainability Ratings“, Business Strategy and the Environment, 19. Jahrgang, herausgegeben von Wiley InterScience, DOI: 10.1002/bse.676, Seiten 245 bis 260
- Delmas, Magali A.; Nairn-Birch, Nicholas; Balzarova, Michaela (2013), „Choosing the Right Eco-Label for Your Product“, MITSloan Management Review – Intelligence, Sommer 2013, Vol. 54, Nr. 4, Seiten 9 bis 13
- dena (2006), Deutsche Energie-Agentur GmbH, „Biomass to Liquid – BtL Realisierungsstudie, Zusammenfassung“, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- dena (2011), Deutsche Energie-Agentur GmbH, „Ungeliebt, aber unentbehrlich. Bedarf und Produktion von Mineralöl im künftigen Energiemix.“, Studie mit Unterstützung durch den Mineralölwirtschaftsverband e.V., Berlin, Bundesrepublik Deutschland

dena (2013), Deutsche Energie-Agentur GmbH, „Hintergrundpapier: Energieverbrauch und Energieträger im Straßenverkehr bis 2025.“, Studie mit Unterstützung der Automobilhersteller Audi, Daimler, Volkswagen und dem Verband der Automobilindustrie, Berlin, Bundesrepublik Deutschland

Destatis (2013a), Deutsches Statistisches Bundesamt, „Statistisches Jahrbuch 2013 – Anhang“, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

Destatis (2013b), Deutsches Statistisches Bundesamt, „Geburtenrends und Familiensituation in Deutschland 2012“, Olga Pötzsch, Julia Weinmann, Thomas Haustein, erschienen am 7.11.2013, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

Destatis (2013c), Deutsches Statistisches Bundesamt, „Auto, Spülmaschine, Flachbildfernseher: Standard oder Luxus?“, „STATmagazin: Einkommen, Konsum, Lebensbedingungen“, Manuele Nöthen, erschienen am 29. Oktober 2013, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

Destatis (2014a), Deutsches Statistisches Bundesamt, „Wirtschaftsrechnungen – Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien“, Fachserie 15, Reihe 4, IKT 2013, Artikelnummer 2150400137004, erschienen am 13.06.2014, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

Destatis (2014b), Deutsches Statistisches Bundesamt, „Wirtschaftsrechnungen – Laufende Wirtschaftsrechnungen – Einnahmen und Ausgaben privater Haushalte“, Fachserie 15, Reihe 1, Artikelnummer 2150100127004, erschienen am 23.05.2014, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

Dettmann, Rachael L.; Dimitri, Carolyn (2010), „Who’s Buying Organic Vegetables? Demographic Characteristics of U.S. Consumers“, *Journal of Food Products Marketing*, Routledge Taylor & Francis Group, LLC, Seiten 79 bis 91

de Wit, Marc; Faaij, André (2010) „European biomass resource potential and costs“, *Biomass & Bioenergy*, 34, Elsevier, Science Direct, Seiten 188 bis 202

- Dimian, Gina Cristina; Dimian, Mihai (2009), „Biofuels in Romania – Regional Strategic Opportunity“, Veröffentlichung von Petroleum - Gas University of Ploiesti Bulletin, Economic Sciences Series, Vol. LXI No. 2/2009, Seiten 103 bis 111
- DIW (2004), Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., „Straßenverkehr: Eher Ausweichreaktionen auf hohe Kraftstoffpreise als Verringerung der Fahrleistungen“, Kloas, Jutta; Kuhfeld, Hartmut; Kunert, Uwe, Wochenbericht DIW Berlin, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Nr. 41/2004, 71. Jahrgang, Seiten 602 bis 612
- DIW (2012), Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., „Auto-Mobilität: Fahrleistungen steigen 2011 weiter“, Kunert, Uwe; Radke, Sabine; Chlond, Bastian; Kagerbauer, Martin, DIW Wochenbericht Nr.47/2012 vom 21.November 2012, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- DNK (2009), Deutsches Nationales Komitee des Weltenergiesrates e.V., „Energie für Deutschland – Fakten, Perspektiven und Positionen im globalen Kontext“, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- DNK (2013), Deutsches Nationales Komitee des Weltenergiesrates e.V., „Energie für Deutschland – Fakten, Perspektiven und Positionen im globalen Kontext“, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- Dorenkamp, Richard; Garbe, Thomas; Ohlendorf, Gerhard (2002), „Biodiesel im Zielkonflikt mit Anforderungen an den Dieselmotor“, in: Munack, Axel;Krahl, Jürgen (Herausgeber), „Biodiesel – Potenziale, Umweltwirkungen, Praxiserfahrungen – Beiträge zu der Fachtagung am 16./17.September 2002 in Braunschweig“, Sonderheft 239, aus dem Institut für Technologie und Biosystematik, Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL), 2003, Braunschweig, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 57 bis 62

- Dudenhöffer, Ferdinand; Krüger, Marcus (2008), „Kohlendioxid: Zu viele unterschiedliche Preise für den Autofahrer“, Kommentar in IFO, ifo Schnelldienst 10/2008, 61. Jahrgang, Seiten 17 bis 18
- Eckstein, Peter P. (2014), „Statistik für Wirtschaftswissenschaftler – Eine realdatenbasierte Einführung mit SPSS“, 4., aktualisierte und erweiterte Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Economides, Nicholas (1997), „Trademarks - forthcoming in the New Palgrave Dictionary of Economics and the Law“, Seiten 5 bis 6
- EEA (2006), European Environment Agency, „How much bioenergy can Europe produce without harming the environment?“, EEA Report No. 7/2006. European Environment Agency. Kopenhagen 2006, Seite 6
- EEA (2009) European Environment Agency, „Transport at a crossroads“, EEA Report 3/2009, Kopenhagen, Dänemark
- EG (2003), Parlament und Rat der Europäischen Gemeinschaft, „Richtlinie 2003/30/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 8.Mai 2003 zur Förderung der Verwendung von Biokraftstoffen oder anderen erneuerbaren Kraftstoffen im Verkehrssektor, Artikel 2, L 123/44, Amtsblatt der Europäischen Union, 17.5.2003
- Eggers, Jeannette; Tröltzsch, Katja; Falcucci, Alessandra;Luigi, Maiorano; Verburg, Peter H.; Framstad, Erik; Louette, Gerald; Maes, Dirk; Nagy, Szabolcs; Ozinga, Wim; Delbaere, Ben (2009), „Is biofuel policy harming biodiversity in Europe?“, Global Change Biology Bioenergy, Journal compilation, Blackwell Publishing Ltd., Seiten 18 bis 34
- Eisentraut, Anselm (2010a), „Sustainable Production of Second-Generation Biofuels“, extended Executive Summary, International Energy Agency, Paris, Frankreich, 2/2010

- Eisentraut, Anselm (2010b): “Sustainable Production of Second-Generation Biofuels, Potential and perspectives in major economies and developing countries”, Information paper, International Energy Agency, Paris, Frankreich, 2/2010
- Elbersen, B.S.; Fritsche, U.; Eerens, H.; Overmars, K.; Lesschen, J.P., Staritsky, I.; Zulka, K.P.; Brodski, L.; Hennenberg, K. (2013), „Review of the EU bioenergy potential from a resource efficiency perspective“, Hintergrundbericht zur EEA-Studie, Wageningen, die Niederlande, Juli 2013
- Emery, Barry (2012), „Sustainable Marketing“, Pearson Education Limited, Essex, Vereinigtes Königreich
- EU-Directive (2003), „Directive 2003/30/EC of the European Parliament and of the Council“, Official Journal of the European Union, vom 08.5.2003, Strasbourg, Frankreich, 17.5.2003
- EU-Directive (2009), „Directive 2009/28/EC of the European Parliament and of the Council“, Official Journal of the European Union, vom 05.6.2009, Strasbourg, Frankreich, 23.04.2009
- EU-Kommission (1998), „ENERGIE FÜR DIE ZUKUNFT: ERNEUERBARE ENERGIETRÄGER - Weißbuch für eine Gemeinschaftsstrategie und Aktionsplan“, Mitteilung der Kommission, Kommission der europäischen Gemeinschaften, 1998
- EU Richtlinie 2009/28/EG des europäischen Parlaments und des Rates, vom 23.4.2009, zur Förderung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen und zur Änderung und anschließenden Aufhebung der Richtlinien 2001/77/EG und 2003/30/EG, Amtsblatt der Europäischen Union, L140/16, 5.6.2009

- Faas, Thorsten & Schoen, Harald (2009), „Fallen Gewichte ins Gewicht? Eine Analyse am Beispiel dreier Umfragen zur Bundestagswahl 2002“, in: „Sozialforschung im Internet – Methodologie und Praxis der Online-Befragung“ von Nikolaus Jakob, Harald Schoen, Thomas Zerback (Herausgeber), VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, Seiten 145 bis 157
- FAO (2003), Food and Agriculture Organization of the United Nations, „Environmental and social standards, certification and labelling for cash crops“, vorbereitet durch Cora Dankers, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rom, Italien
- Fargione, Joseph; Hill, Jason; Tilman, David; Polasky, Stephen; Hawthorne, Peter (2008), „Land Clearing and the Biofuel Carbon Debt“, Science, Vol. 319, Februar 2008, Seiten 1235 bis 1238
- Finch, J. W.; Hall, R.L.; Rosier, P.T.W., Clark, D.B.; Stratford, C.; Davies, H.N.; Marsh, T.J.; Roberts, J.M. (2004), „The Hydrological Impacts of energy crop production in the UK, the final report“, Rothamsted Research, Centre for Ecology & Hydrology, Natural Environmental Research Council, London, UK, 2004, Seite 142
- Fischedick, M.; R. Schaeffer, A. Adedoyin, M. Akai, T. Bruckner, L. Clarke, V. Krey, I. Savolainen, S. Teske, D. Ürge Vorsatz, R. Wright, 2011: „Mitigation Potential and Costs“ in „IPCC Special Report on Renewable Energy Sources and Climate Change Mitigation“, herausgegeben von O. Edenhofer; R. Pichs Madruga, Y. Sokona, K. Seyboth, P. Matschoss, S. Kadner, T. Zwickel, P. Eickemeier, G. Hansen, S. Schlömer, C. von Stechow, Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA

- Fischer, Günther; Hizsnyik, Eva; Prieler, Sylvia; Shah, Mahendra; van Velthuizen, Harrij (2009), „Biofuels and Food Security – Implications of an accelerated biofuels production – Summary of the OFID“, IIASA, OFID study prepared by IIASA, International Institute for Applied Systems Analysis, OFID Pamphlet Series, The OPEC Fund for International Development (OFID), Wien, Österreich, März 2009
- Flavin, Christopher, “Time to move to a second generation of biofuels”, Washington D.C., Worldwatch Institute, 13.02.2008
- FNR (2009), Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe, „Biokraftstoffe – Eine vergleichende Analyse“, méo Consulting Team, Köln, Schmitz, Norbert; Henke, Jan; Klepper, Gernot, Gülzow, Bundesrepublik Deutschland
- Fries, Ralph (2006), „Großumfragen im World Wide Web – Durchführung, Repräsentativität und Bereinigung von Selektionseffekten untersucht am Beispiel von Perspektive-Deutschland 2001/2002“, Shaker Verlag, Aachen 2006, Bundesrepublik Deutschland
- Fung, Timothy K.F.; Choi, Doo Hun; Scheufele, Dietram A.; Shaw, Bret R. (2014), „Public opinion about biofuels: The interplay between party identification and risk/benefit perception“, Energy Policy, Volume 73, Seiten 344 bis 355
- Funke, Frederik (2010), „Internet-Based Measurement With Visual Analogue Scales: An Experimental Investigation“, Dissertation, Universität Tübingen, Bundesrepublik Deutschland
- Gabler (2013a), „Gabler Wirtschaftslexikon“, Stichwort: Nachhaltigkeitsmarketing, online im Internet:
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/10606/nachhaltigkeitsmarketing-v7.html>, aufgerufen per 13.2.2013, Gabler Verlag (Herausgeber), Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

- Gabler (2013b), „Gabler Wirtschaftslexikon“, Stichwort: Zielgruppe, online im Internet:
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/13543/zielgruppe-v6.html>, aufgerufen per 11.3.2013, Gabler Verlag (Herausgeber), Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Gabler (2013c), „Gabler Wirtschaftslexikon“, Stichwort: Marktsegmentierung, online im Internet:
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1790/marktsegmentierung-v8.html>, aufgerufen per 11.3.2013, , Gabler Verlag (Herausgeber), Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Gallastegui, Ibon Galarraga (2002), “The use of eco-labels: A review of the literature”, European Environment, 12 (2002), veröffentlicht in Wiley InterScience, Seiten 316 bis 331
- Geiger, Walter (1994), „Die Entstehung, Erstellung und Weiterentwicklung der DIN ISO 9000-Familie“, in: “Qualitätsmanagement und Zertifizierung”, Bernd Stauss (Herausgeber), Gabler-Verlag, Wiesbaden, Seite 31f., Seite 46
- Gelbrich, Katja; Wünschman, Stefan; Müller, Stefan (2008), „Erfolgsfaktoren des Marketing“, Verlag Franz Vahlen, München, Bundesrepublik Deutschland,
- Gendy, Tahani S.; El-Temtamy, Seham A. (2013), „Commercialization potential aspects of microalgae for biofuel production: An overview“, Egyptian Journal of Petroleum Nr. 22, 2013, Egyptian Petroleum Research Institute, Produktion und Bereitstellung durch Elsevier, Seiten 43 bis 51
- Gerbens-Leenes, Winnie; Hoekstra, Arjen Y. (2011), „The water footprint of biofuel-based transport“, Energy Environmental Science, Nr.4, The Royal Society of Chemistry 2011, Seiten 2658 bis 2668

- Gerbens-Leenes, P.W.; van Lienden, A.R.; Hoekstra, A.Y.; van der Meer, Th.H. (2012), „Biofuel scenarios in a water perspective: The global blue and green water footprint of road transport in 2013“, *Global Environmental Change*, Volume 22, Ausgabe 3, Seiten 764 bis 775
- Gerpott, Torsten J.; Mahmudova, Ilaha (2009), „Determinants of Price Mark-up Tolerance for Green Electricity – Lessons for Environmental Marketing Strategies from a Study of Residential Electricity Customers in Germany“, *Business Strategy and the Environment*, Vol 19, Wiley InterScience, John Wiley & Sons, Ltd and ERP Environment, Seiten 304 bis 318
- Gerpott, Torsten J.; Mahmudova, Ilaha (2010), „Determinants of green electricity adoption among residential customers in Germany“, *International Journals of Consumer Studies*, Blackwell Publishing Ltd., Seiten 464 bis 473
- GfK, (2009), Gesellschaft für Konsumforschung, „Lebensstile und Zielgruppenmarketing (im Zeitalter der Krise)“, Peichl, Thomas, GfK AG Lebensstilforschung, GfK Roper Consumer Styles, Nürnberg, Bundesrepublik Deutschland
- Glöckner, Alexandra; Balderjahn, Ingo; Peyer, Mathias (2010), „Die LOHAS im Kontext der Sinus-Milieus“, *Marketing-Review St.Gallen*, 5/2010, Seiten 36 bis 41
- Gordon, Ross; Carrigan, Marylyn; Hastings, Gerard (2011), „A framework for sustainable marketing“, *Marketing Theory* 11 (2), SAGE, Seiten 143 bis 163
- Greenpeace (2010), „E-Auto und konventionelles Auto im Vergleich“, Autor Lohbeck, Wolfgang, veröffentlicht von Totz, Sigrid, gefunden im Internet unter http://www.greenpeace.de/themen/verkehr/auto_klima/artikel/e_auto_und_konventionelles_auto_im_vergleich/, per 26.2.2013
- Halweil, Brian (2009), „Grain harvest sets record, but supplies still tight“, *Vital Signs 2009*, Worldwatch Institute, Washington D.C., USA, 2009

Hampicke, Ulrich (1999), „Zwei Sichtweisen auf das Umweltproblem, Neoklassische Umweltökonomik versus Ökologische Ökonomik“ in Jahrbuch ökologische Ökonomik, Bd.1, Metropolis Verlag, Marburg

Handelsblatt (2011a), Koenen, Jens; Palm, Regine, „Aufstand der Verbraucher“, Handelsblatt Nr. 046 vom 07.03.2011, Düsseldorf, Seite 20, Unternehmen und Märkte; http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=HB&DOKV_NO=031107421&DOKV_HS=0&PP=1, GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH

Handelsblatt (2011), Fasse, Markus; Herz, C.; Schneider, M.C., „Autoindustrie unterstützt den Biosprit“, Handelsblatt Nr. 047 vom 08.03.2011, Unternehmen und Märkte, München, Frankfurt, Hamburg, Seite 22, http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=HB&DOKV_NO=031108468&DOKV_HS=0&PP=1, GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH

Handelsblatt (2011b), Palm, Regine, „Biosprit bleibt bei den Autofahrern unbeliebt“, Handelsblatt 147 vom 02.08.2011, Seite 26, Unternehmen und Märkte, Düsseldorf, Bundesrepublik Deutschland, p/dpa, http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=HB&DOKV_NO=081102358&DOKV_HS=0&PP=1, GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH

Handelsblatt (2014), „Amazon gegen alle“, 24.6.2014, Kapalschinski, c.; Ludowig, K., Renner, K.H., Düsseldorf, Hamburg, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 1, 4, 5

Hansen, Ursula; Lübke, Volkmar; Schoenheit, Ingo (1993), „Der Unternehmenstest als Informationsinstrument für ein sozial-ökologisch verantwortliches Wirtschaften“, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 63. Jg. (1993), Heft 6, Gabler-Verlag, Wiesbaden, Seiten 587 bis 611

Hansen, Ursula; Kull, Stephan, (1994), „Öko-Label als umweltbezogenes Informationsinstrument: Begründungszusammenhänge und Interessen“, Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, 16. Jg. (1994), Heft 4, IV. Quartal 1994, Seiten 265 bis 274

- Harto, Christopher; Meyers, Robert; Williams, Eric (2010), „Life cycle use of low-carbon transport fuels“, *Energy Policy* 38, Seiten 4933 bis 4944
- Hartung, Joachim; Elpelt, Bärbel; Klösener, Karl-Heinz (2009), „Statistik – Lehr- und Handbuch der angewandten Statistik“, 15. Auflage, Oldenbourg Verlag München, Bundesrepublik Deutschland
- Hassan, Masjuki Hj.; Kalam, Md.Abdul (2013), „An overview of biofuel as a renewable energy source: development and challenges“, in: „5th BSME International Conference on Thermal Engineering“, *Procedia Engineering*, Nr. 56, veröffentlicht über Elsevier Ltd., Seiten 39 bis 53
- Häusel, Hans-Georg (2012), „Emotional Boosting – Die hohe Kunst der Kaufverführung“, 2. Auflage, Haufe-Lexware GmbH & Co.KG, Gruppe, Freiburg/München, Bundesrepublik Deutschland
- Havlík, Petr; Schneider, Uwe; Schmid, Erwin; Böttcher, Hannes; Fritz, Steffen; Skalsky, Rastislav; Aoki, Kentaro; De Cara, Stéphane; Kindermann, Georg; Kraxner, Florian; Leduc, Sylvain; McCallum, Ian; Mosnier, Aline; Sauer, Timm; Obersteiner, Michael (2011), „Global land-use implications of first and second generation biofuel targets“, *Energy Policy*, 39, Seiten 5690 bis 5702
- Hawkins, Del I.; Mothersbaugh, David L., (2013), „Consumer Behavior: Building Marketing Strategy“, 12th Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York, Vereinigte Staaten von Amerika
- Heidel, Bernhard (2008), „Lexikon Konsumentenverhalten und Marktforschung – Enzyklopädie des Handels“, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt/M, Bundesrepublik Deutschland
- Hemmelskamp, Jens; Brockmann, Karl Ludwig (1997), „Environmental Labels - The German ‘Blue Angel’, *Futures*, Vol.29, Nr. 1, Seiten 67 bis 76, Pergamon, herausgegeben von Elsevier Science Ltd., Vereinigtes Königreich

- Henniges, Oliver; Zeddies, Jürgen (2007), „Biofuels – experiences and perspectives in industrialized and developing countries“, *Quarterly Journal of International Agriculture*, Nr. 46, 2007, Nr. 4, Seiten 349 bis 371
- Hill, Jason et al. (2006), „Environmental, economic, and energetic costs and benefits of biodiesel and ethanol biofuels“, *Departments of Ecology, Evolution, and Behavior and Applied Economics, University of Minnesota, St. Paul, MN 55108; and Department of Biology, St. Olaf College, Northfield, MN 55057, Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, Washington, DC, USA, 2006, Vol. 103, Nr. 30, Seite 11206
- Hill, Mark E. (2013), „Marketing strategy: the thinking involved“, SAGE Publications, Thousand Oaks, USA, Seite 8s
- Hoefnagels, Ric; Smeets, Edward; Faaij, André (2010) „Greenhouse gas footprints of different biofuel production systems“, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Elsevier Ltd., Vorveröffentlichung von 2010 als „Article in press“, Seite 13
- Hohmeyer, Olav (1989), „Soziale Kosten des Energieverbrauchs: externe Effekte des Elektrizitätsverbrauchs in der Bundesrepublik Deutschland“, Bericht im Auftrag der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, Generaldirektion für Wissenschaft, Forschung und Entwicklung vom Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, Bundesrepublik Deutschland
- Hollaus, Martin (2007), „Der Einsatz von Online-Befragungen in der empirischen Sozialforschung“, Shaker Verlag, Aachen, Bundesrepublik Deutschland
- Holmgren, Jennifer (2009), „Creating Alternative Fuel Options for the Aviation Industry: Role of Biofuels“, Präsentationsunterlagen der UOP – A Honeywell Company – auf dem Alternative Fuels Workshop der „International Civil Aviation Organization“ (ICAO), Montreal, Kanada, vom 11. Februar 2009

- Huber, Stephanie; Herrmann, Andreas; Huber, Frank (2006), „Persönliche und soziale Norm als Determinanten der Markenwahl – Ein Erklärungsansatz auf Basis der neueren Einstellungs- und Kongruenztheorie“, DBW Nr. 66, (2006, 3), Seite 345 bis 365
- Hughes, J.K.; Lloyd, A.J., Huntingford, C.; Finch, J.W.; Harding, R.J. (2010), „The impact of extensive planting of Miscanthus as an energy crop on future CO₂ atmospheric concentrations“, Bioenergy, Global Change Biology, Nr. 2, 2010, Seiten 79 bis 88
- Hüser, Annette (1993), „Institutionelle Regelungen und Marketinginstrumente zur Überwindung von Kaufbarrieren auf ökologischen Märkten“, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 63. Jg. (1993), Heft 3, Gabler-Verlag, Wiesbaden, Seiten 267 bis 287
- Hustvedt, Gwenolyn; Bernard, John C. (2008a), „Consumer willingness to pay for sustainable apparel: the influence of labelling for fibre origin and production methods“, International Journal of Consumer Studies, Nr.32 (2008), Blackwell Publishing Ltd., Seiten 491 bis 498
- Hustvedt, Gwendoly; Peterson, Hikaru Hanawa; Chen, Yun-Ju (2008b), „Labelling wool products for animal welfare and environmental impact“, International Journal of Consumer Studies, Nr.32 (2008), Blackwell Publishing Ltd., Seiten 427 bis 437
- HWWI (2008), Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut, „Zertifizierung und Förderung von Biokraftstoffen“, Bräuninger, Michael; Leschus, Leon; Vöpel, Henning, erschienen in „Update – Wissens-Service des HWWI“, 03/2008, Seiten 1 bis 2, Hamburg, Bundesrepublik Deutschland
- IEA (2006), International Energy Agency, “World Energy Outlook 2006”, Paris Cedex 15, Frankreich

IEA (2009a), International Energy Agency, "CO2-Emissions from fuel combustion 2009", Paris Cedex 15, Frankreich

IEA (2009b), International Energy Agency, "World Energy Outlook 2009", Paris Cedex 15, Frankreich

IEA (2010), International Energy Agency, "CO2-Emissions from fuel combustion 2010", Paris Cedex 15, Frankreich

IEA (2012), International Energy Agency, „Biofuels for Transport Roadmap“, Paris Cedex 15, Frankreich

IFEU (2007), Institut für Energie- und Umweltforschung GmbH, Fehrenbach, Horst; Reinhardt, Guido, „Life cycle assessment of biofuels“, Vortragsunterlage für Workshop „Sustainable Biofuels – How to Certify Them“, Berlin, 9. Februar 2007, Heidelberg, Bundesrepublik Deutschland

IFEU (2011), Institut für Energie- und Umweltforschung GmbH, Helms, Hinrich; Jöhrens, Julius; Hanusch, Jan; Höpfner, Ulrich; Lambrecht, Udo; Pehnt, Martin, „UMBRaLA - Umweltbilanzen Elektromobilität - Ergebnisbericht“, gefördert durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Heidelberg, Bundesrepublik Deutschland

IFEU (2012), Institut für Energie- und Umweltforschung GmbH, Knörr, Wolfram; Heidt, Christoph; Schacht, Alexander, „Aktualisierung ‚Daten- und Rechenmodell: Energieverbrauch und Schadstoffemissionen des motorisierten Verkehrs in Deutschland 1960-2030‘, TREMOD, Version 5.3 für die Emissionsberichterstattung 2013 (Berichtsperiode 1990-2011) - Endbericht“, im Auftrag des Umweltbundesamtes, FKZ 360 16 037, Heidelberg, Bundesrepublik Deutschland

IFO (2011), Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e.V., Wackerbauer, Johann; Lippelt, Jana, „Kurz zum Klima: Biokraftstoffe holen weltweit auf“, „Im Blickpunkt“, IFO Schnelldienst 11/2011, 64. Jahrgang, Seiten 38 bis 42

IPCC (2007), „Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change“, Solomon, S., D. Qin, M. Manning, Z. Chen, M. Marquis, K.B. Averyt, M. Tignor and H.L. Miller (Herausgeber), Cambridge University Press, Cambridge, Vereinigtes Königreich und New York, Vereinigte Staaten von Amerika

IPCC (2011), Intergovernmental Panel on Climate Change, “Special Report on Renewable Energy Sources and Climate Change Mitigation”, IPCC, Working Group III, 2011, Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA., herausgegeben von Edenhofer, Ottmar et al., 2011

ISCC (2010), International Sustainability & Carbon Certification, „Nachhaltigkeitsanforderungen – Anforderungen an die Herstellung von Biomasse (Pflanzenanbau)“, ISCC 202, Seiten 1 bis 36, Köln, Bundesrepublik Deutschland

ISCC (2014) , International Sustainability & Carbon Certification, „Sustainability Requirements for the Production of Biomass“, ISCC PLUS 202, V 2.02, Köln, Bundesrepublik Deutschland

ITP/BVU (2007), Intraplan Consult GmbH/Beratergruppe Verkehr + Umwelt GmbH, „Prognose der deutschlandweiten Verkehrsverflechtungen 2025“, vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung geförderte Studie (FE 96.0857/2005), München/Freiburg, 14.11.2007

Iyamabo, Jeremiah; Otubanjo, Olutayo (2013), „A Three-Component Definition of Strategic Marketing“, International Journal of Marketing Studies, Vol.5, Nr.1, Canadian Center of Science and Education, Seiten 16 bis 33

Jackson, Tim (2005), “Motivating Sustainable Consumption: a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change”, ein Bericht an das Sustainable Development Research Network, gefördert von DEFRA, London, Vereinigtes Königreich. Guildford: Centre for Environmental Strategy, University of Surrey

- Jägel, Thomas; Keeling, Kathy; Reppel, Alexander; Gruber, Thorsten (2012), „Individual values and motivational complexities in ethical clothing consumption: A means-end approach“, *Journal of Marketing Management*, Vol. 28, Nos. 3-4, Taylor & Francis Group, Westbrun Publishers Ltd., Routledge, Informa Ltd., London, Vereinigtes Königreich, Seiten 373 bis 396
- Janoschka, Anja; Demarmels, Sascha (2013), „Nachhaltigkeits-Marketing in der Strombranche: Abstrakte Begriffe verständlich kommuniziert?“ in: Nielsen, Martin; Rittenhofer, Iris; Ditlevsen, Marianne Grove; Andersen, Sophie Esmann; Pollach, Irene (Herausgeberin) (2013), „Nachhaltigkeit in der Wirtschaftskommunikation“, in: Reihe „Research - Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation“, Band 24, herausgegeben von N.Janich, D.Neuendorff, C.M.Schmidt, Springer VS, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 70 bis 91
- Janssen, Meike; Hamm, Ulrich (2010), „Standards und Kennzeichen für Öko-Lebensmittel aus Verbrauchersicht: Empfehlungen für agrarpolitische Entscheidungsträger“ in: „Berichte über Landwirtschaft“, Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft, Herausgeber: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz in Bonn, Kohlhammer-Verlag, Stuttgart, Band 88 (1), Mai 2010, Seiten 86 bis 102
- Jansson, Johan (2011), “Consumer Eco-Innovation Adoption: Assessing Attitudinal Factors and Perceived Product Characteristics”, *Business Strategy and the Environment*, 20, Wiley Online Library, S. 192 bis 210
- Joelsson, Jonas M.; Gustavsson, Leif (2010), “Reduction of CO2 emission and oil dependency with biomass-based polygeneration”, *Biomass and Bioenergy*, XXX (2010), Seiten 1–18, ScienceDirect, Elsevier
- Jones, Carla S.; Mayfield, Stephen P. (2012), „Algae biofuels: versatility for the future of bioenergy“, *Current Opinion in Biotechnology*, 23, 2012, Elsevier Ltd., Seiten 346 bis 351

Kaas, Klaus Peter (1993), "Informationsprobleme auf Märkten für umweltfreundliche Produkte", in Gerd Rainer Wagner (Hrsg.), „Betriebswirtschaft und Umweltschutz“, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart, 1993, Seiten 29 bis 43

Kaenzig, Josef; Heinzle, Stefanie, Lena; Wüstenhagen, Rolf (2013), „Whatever the customer wants, the customer gets? Exploring the gap between consumer preferences and default electricity products in Germany“, Energy Policy, Nr.53, Seiten 311 bis 322

Kaphengst, Timo (2009), „Zertifizierung von Biokraftstoffen“, Ecologic Institute, Berlin, Bundesrepublik Deutschland

Kardash, William J. (1975), „Corporate responsibility and the quality of life: Developing the ecologically concerned consumer“, in K.E.Henion and Thomas C. Kinneer (Hrsg.), „Ecological Marketing“, National Workshop on Ecological Marketing, 1st., Austin, Texas, USA, American Marketing Association, Chicago, USA, Seiten 5 bis 9

Kerkow, Birger (2007), „Competition between agricultural and renewable energy production“, Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V., Gülzow, Deutschland, Quarterly Journal of International Agriculture 46, Nr. 4, Seiten 333 bis 347

Kieruj, Natalia D.; Moors, Guy (2010), „Variations in Response Style Behavior by Response Scale Format in Attitude Research“, International Journal of Public Opinion Research, Vol. 22, Nr. 3, herausgegeben von Oxford University Press im Auftrag von „The World Association for Public Opinion Research“, Seiten 320 bis 342

Kinoti, Mary Wanjiru (2011), „Green marketing Intervention Strategies and Sustainable Development: A Conceptual Paper“, International Journal of Business and Social Science, Nr. 23, Sonderausgabe vom Dezember 2011, Vol. 2, Seiten 263 bis 273

- Kirchgeorg, Manfred; Greven, Gunther (2008), „Motivallianzen als Treiber des nachhaltigen Konsums“, Rubrik Marketingmanagement, Marketing Review St. Gallen, Nr.4, 2008, Springer Gabler, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Seiten 50 bis 55
- Klövekorn, Nicole (2004), „Semiometrie – Der Zielgruppe auf der Spur“, Herausgeber: SevenOne Media GmbH, Unterföhring, Bundesrepublik Deutschland
- Köhn-Ladenburger, Christiane (2013), „Marketing für LOHAS – Kommunikationskonzepte für anspruchsvolle Kunden“, W&W, Springer Gabler, Springer Fachmedien Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Kotler, Philip (2012), “Foreword”, in: Venkatesh, Shankar/ Carpenter, Gregory S. (2012), “Handbook of Marketing Strategy”, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, Vereinigtes Königreich, Northampton, MA, USA, Seiten xix bis xx
- Kroeber-Riel †, Werner; Esch, Franz-Rudolf (2011), „Strategie und Technik der Werbung – Verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse“, 7. Auflage, Verlag W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart, Bundesrepublik Deutschland
- Kuhn, Michael (1999), „Green Lemons – Environmental Labels and Entry into an Environmentally Differentiated Market under Asymmetric Information“, Thünen-Reihe Angewandter Volkswirtschaftstheorie, Working Paper No.20, Universität Rostock, 1999, Seite 18
- Kuß, Alfred (2013), „Marketing-Theorie - Eine Einführung“, 3. Auflage, Springer-Gabler Verlag, Springer Fachmedien Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Kutsch, Horst B. (2007), „Repräsentativität in der Online-Marktforschung – Lösungsansätze zur Reduktion von Verzerrungen bei Befragungen im Internet“, Dissertation erschienen in der Reihe. „Electronic Commerce“, Band 35, herausgegeben von Szyperski, Norbert; Schmid, Beat; Scheer, August-Wilhelm; Pernul, Günther; Klein, Stefan; Schroder, Detlef; Kollmann, Tobias, JOSEF EUL-Verlag GmbH, Lohmar, Bundesrepublik Deutschland

- Larceneux, Fabrice; Carpenter, Marie (2008) „Third party labeling and the consumer decision process: The case of the PGI European label“, HEC Paris und Bordeaux School of Management, Jouy-En-Josas Cedex, Paris, 2008
- Larsen, Fridrik (2013), „A Cross-Market Study of Consumers' Attitude to Green electricity“, International Journal of Business and Social Science, Vol. 4, Nr.16, Dezember 2013, Seiten 300 bis 312
- Lee, Yun; Youn, Nara; Nayakankuppam, Dhananjay (2014), „Sustainable Behavior and Holistic Thinking“, in: Kahle, Lynn R.;Gurel-Atay, Eda, „Communicating Sustainability for the Green Economy“, Society for Consumer Psychology, M.E. Sharpe, Armonk, New York (USA), London (UK), Seiten 88 bis 104
- Leschus, Leon (2011), „Biokraftstoff - Die Nachhaltigkeit von E10“, Wirtschaftsdienst 4/2011, Seiten 224 bis 225
- Lim, Weng Marc; Ting, Ding Hooi; Ng, Woo Kann; Chin, Jin How; Boo, Wie-Xiang Alexander (2013), „Why Green Products Remain Unfavorable Despite Being Labelled Environmentally-Friendly?“, Contemporary Management Research, Vol. 9, Nr. 1, Seiten 35 bis 46
- Lufthansa (2011), „Lufthansa setzt erstmals Biokraftstoff im Linienflugverkehr ein“, [http://presse.lufthansa.com/index.php?id=322&tx_ttnews\[tt_news\]=1980&print=1&no_cache=1](http://presse.lufthansa.com/index.php?id=322&tx_ttnews[tt_news]=1980&print=1&no_cache=1), aufgerufen per 11.12.2012, Deutsche Lufthansa AG, Köln
- Lufthansa (2012), „Balance – Das wichtigste zum Thema Nachhaltigkeit in der Lufthansa Group“, Ausgabe 2012, Deutsche Lufthansa AG, Köln
- Lufthansa (2013), „Biokraftstoffe im Luftverkehr – Aktivitäten der Lufthansa“, Joachim Buse, Deutsche Lufthansa AG, Vortrag für VDI, DGLR, RAeS an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Hamburg, 24.01.2013

- Maier, Jürgen & Brettschneider, Frank (2009), „Wirkungen von Umfrageberichterstattung auf Wählerverhalten: Ein Online-Experiment zu den Landtagswahlen in Baden-Württemberg 2006, Rheinland-Pfalz 2006 und Hessen 2008“, in: „Sozialforschung im Internet – Methodologie und Praxis der Online-Befragung“ von Nikolaus Jakob, Harald Schoen, Thomas Zerback (Herausgeber), VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, Seiten 321 bis 337
- Maji, Debabrata (2008), „Marketing Strategies of Bio-Fuels“, in: „Bio-fuels: Marketing Strategies and impact on rural development“ von Mehla, Satish, Kumar, Aavishkar Publishers, Distributors, Jaipur, Indien, Seiten 103 bis 122
- Maly, Rudolf R.; Degen, Winfried (2002), „Potenziale zukünftiger Kraftstoffe“, in: Munack, Axel; Krahl, Jürgen (Herausgeber), „Biodiesel – Potenziale, Umweltwirkungen, Praxiserfahrungen – Beiträge zu der Fachtagung am 16./17. September 2002 in Braunschweig“, Sonderheft 239, aus dem Institut für Technologie und Biosystematik, Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL), 2003, Braunschweig, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 15 bis 16
- Manget, Joe; Roche, Catherine; Münnich, Felix (2009), „Capturing the Green Advantage for Consumer Companies“, Boston Consulting Group, Boston, USA, Seite 6
- Markandya, Anil (1997), „Eco-Labeling: An Introduction and Review“, in „Eco-Labeling and International Trade“, herausgegeben von Simonetta Zarrilli, Veena Jha, René Vossenaar, publiziert von Macmillan Press Ltd. im Auftrag der Vereinten Nationen, Seiten 1 bis 21
- Mattoo, Aaditya; Singh, Harsha V. (1994), „Eco-Labeling: Policy Considerations“, KYKLOS, Vol. 47, 1994, Fasc 1, Seiten 53 bis 65

- Mayer, Horst O. (2013), „Interview und schriftliche Befragung – Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung“, 6., überarbeitete Auflage, erschienen im R.Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, Bundesrepublik Deutschland
- Meffert, Heribert; Kirchgeorg, Manfred, (1995a), „Einsatz der ökologischen Zertifizierung im Marketing“, „EG-Umweltaudit, Der Weg zum ökologischen Zertifikat“, herausgegeben von Paul Klemmer und Thomas Meuser, Gabler-Verlag, Wiesbaden, Seiten 95 bis 122
- Meffert, Heribert; Kirchgeorg, Manfred, (1995b), „Ökologische Zertifizierung und Marketing – Analyse der Erfolgsvoraussetzungen und marktbezogenen Wirkungen des EG-Öko-Audits“, herausgegeben von H.Meffert, H.Wagner, K.Backhaus, Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V., Münster
- Meffert, Heribert; Kirchgeorg, Manfred (1998), „Marktorientiertes Umweltmanagement – Konzeption . Strategie – Implementierung mit Praxisfällen“, 3. Auflage, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart
- Meffert, Heribert; Rauch, Christian; Lepp, Hanna Lena (2010) „Sustainable Branding – Mehr als ein neues Schlagwort?!“, Marketing Review St.Gallen, Ausgabe 5, Seiten 28 bis 35
- McDonald, Seonaidh; Oates, Caroline J. (2006), „Sustainability: Consumer Perceptions and Marketing Strategies“, Business Strategy and the Environment, Nr. 15, Wiley Inter Science, John Wiley & Sons, Ltd. and ERP Environment, Seiten 157 bis 170
- McDonald, Seonaidh; Oates, Caroline; Thyne, Maree; Alevizou, Panayiota; McMorland, Leigh-Ann (2009), „Comparing sustainable consumption patterns across product sectors“, International Journal of Consumer Studies, Nr.33, Blackwell Publishing Ltd., Seiten 137 bis 145

- McDonald, Seonaidh; Oates, Caroline J.; Alevizou, Panayiota J.; Young, C. William; Hwang, Kumju (2012), „Individual strategies for sustainable consumption“, *Journal of Marketing Management*, Vol. 28, Nr. 3 bis Nr.4, Taylor & Francis, Westburn Publishers Ltd., Seiten 445 bis 468
- McMichael, Philip (2009), „The Agrofuels Project at Large“, *Critical Sociology*, Jahrgang 35, Ausgabe 6, Sage Publisher, Seiten 825 bis 839
- Michaelidou, Nina; Hassan, Louise, M. (2008), „The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food“, *International Journal of Consumer Studies*, Vol 32, Seiten 163 bis 170
- Michaels, Peter; Zerle, Peter (2006), „From ACEA’s Voluntary Agreement to an Emission Trading Scheme for New Passenger Cars“, *Journal of Environmental Planning and Management*, Seiten 435 bis 453
- Min, Young; Ghanem, Salma I.; Evatt, Dixie (2007), „Using a split-ballot survey to explore the robustness of the ‚MIP’ question in agenda-setting research: A methodological study“, *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 19, Nr. 2, herausgegeben von Oxford University Press im Namen von „The World Association for Public Opinion Research“, 11.04.2007, Seiten 221 bis 236
- Mittelbach, Martin (2002), „Erfahrungen mit Biodiesel aus gebrauchten Speiseölen in Österreich“, erschienen in „Biodiesel: deutsche und europäische Perspektiven“ in „Biodiesel – Potenziale, Umweltwirkungen, Praxiserfahrungen“ aus der Reihe „Landbauforschung Völkenrode, FAL Agricultural Research“ Sonderheft 239, herausgegeben von Axel Munack und Jürgen Krahl, 2002, Seiten 47 bis 51
- Molenaar, Nicolaas J. (1982), „Non-Experimental Research on the Effects of the Wording of Questions in Survey Interviews“, *Quality and Quantity*, Nr.16, Elsevier Scientific Publishing Company, Amsterdam, Seiten 69 bis 90

- Morris, Julian (1997), „Green Goods? Consumers, Product Labels and the Environment“, The Institute of Economic Affairs, The Environment Unit, London, Vereinigtes Königreich, Seiten 1 bis 71
- Motor-Informations-Dienst (2011) „E10-Kraftstoff - Stiefkind der Nation“, Nr. 19, Stuttgart, abgerufen aus dem Internet (http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=ZGEN&DOKV_NO=MID0811110014&DOKV_HS=0&PP=1) per 12.5.2014, 10:46 Uhr, GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH
- MTU, MTU Aero Engines, Technical Memorandum, Project: FAIR, „Trend monitoring of burn-FAIR biofuel flight test“, M12-TEA-0004, vom 19.01.2012
- Mui, Simon; Tonachel, Luke; McEnaney, Bobby; Shope, Elizabeth (2010), „GHG Emission Factors for High Carbon Intensity Crude Oils“, Natural Resources Defense Council, Version 2, September 2010, New York, Vereinigte Staaten von Amerika
- MWV, Mineralölwirtschaftsverband e.V. (2012), „MWV-Jahresbericht 2012 – Erdöl bleibt langfristig Garant bezahlbarer Mobilität“, MWV Presse-Information, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- Naik, S.N.; Goud, Vaibhv V.; Rout Prasant K.; Dalai, Ajay K. (2010), „Production of first and second generation biofuels: A comprehensive review“, erschienen in „Renewable and Sustainable Energy Reviews 14 (2010)“, Elsevier, 2010, Seiten 578 bis 597
- Noelle-Neumann, Elisabeth; Petersen, Thomas (2005), „Alle, nicht jeder.“ Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 4. Auflage, erschienen 2005, Bundesrepublik Deutschland
- Nolan, Jessica M. (2010), “‘An Inconvenient Truth’ Increases Knowledge, Concern and Willingness to Reduce Greenhouse Gases”, Environment and Behaviour Nr.42 (5), SAGE Publications, Seiten 643 bis 658

- Núñez, Héctor M.; Rodríguez, Khanna, Madhu (2010) „Agave for tequila and biofuels: an economic assessment and potential opportunities“, Bioenergy, Global Change Biology, Blackwell Publishing Ltd., 8/2010, Seiten 1 bis 15
- Oates, Caroline; McDonald, Seonaidh; Alevizou, Panayiota; Hwang, Kumju; Young, William; McMorland, Leigh-Ann (2008), „Marketing sustainability: Use of information sources and degrees of voluntary simplicity“, Journal of Marketing Communications, Vol. 14, Nr. 5, Seiten 351 bis 365
- OECD (1997), “Eco-Labeling: Actual Effects of Selected Programmes”, OECD Working Papers, Vol V, Nr. 44, Paris, Frankreich
- Oliver, Rebecca J.; Finch, Jon W.; Taylor, Gail (2009), „Second generation bioenergy crops and climate change: a review of the effects of elevated atmospheric CO₂ and drought on water use and the implications for yield“, GCB Bioenergy, 2009, Vol. 1, Blackwell Publishing, Seite 99
- Orth, Meri (2007), „Subsistence Foods to Export Goods – The impact of an oil palm plantation on local food sovereignty“
- Ostermeier, Andreas (2002), „Biodiesel (RME) aus Sicht des Umweltbundesamtes“ Umweltbundesamt, FG I 3.2 –Schadstoffminderung und Energieeinsparung im Verkehr, Berlin, erschienen in „Biodiesel: deutsche und europäische Perspektiven“ in „Biodiesel – Potenziale, Umweltwirkungen, Praxiserfahrungen“ aus der Reihe „Landbauforschung Völknerode, FAL Agricultural Research“ Sonderheft 239, herausgegeben von Axel Munack und Jürgen Krahl, Beiträge zu der Fachtagung am 16./17. September 2002 in Braunschweig, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 97 bis 98
- Ovando-Medina, Isidro; Espinosa-García, Francisco; Núñez-Farfán, Juan; Salvador-Figueroa, Miguel (2009), „Does Biodiesel from *Jatropha Curcas* Represent a Sustainable Alternative Energy Source?“, Sustainability, 2009, 1, Seiten 1035 bis 1041

- Pacini, Henrique; Assunção, Lucas; van Dam, Jinke; Toneto Jr., Rudinei (2013), „The price for biofuels sustainability“, *Energy Policy*, 59, Seiten 898 bis 903
- Padel, Susanne; Foster, Carolyn (2005), „Exploring the gap between attitudes and behaviour, Understanding why consumers buy or do not buy organic food“, *British Food Journal*, Vol 107, Nr. 8, Emerald, Seiten 606 bis 625
- Pagiaslis, Anastasios; Krontalis, Athanasios Krystallis (2014), “Green Consumption Behavior Antecedents: Environmental Concern, Knowledge, and Beliefs”, *Psychology & Marketing*, Vol. 31(5), Mai 2014, Wiley Periodicals, Seiten 335 bis 348
- Peattie, Ken (1999), „Trappings versus substance in the greening of marketing planning“, *Journal of Strategic Marketing*, 7, Routledge, Seiten 131 bis 148
- Peattie, Ken (2001), „Golden Goose or Wild Goose? The Hunt for the Green Consumer“, *Business Strategy and the Environment*, Nr.10, John Wiley & Sons, Ltd and ERP Environment, Seiten 187 bis 199
- Peattie, Ken; Belz, Frank-Martin (2010), „Sustainability Marketing – An Innovative Conception of Marketing“, *Marketing Review St.Gallen*, 5, 2010, Seiten 8 bis 15
- Peattie, Ken; Collins, Andrea (2009): ‘Guest Editorial: Perspectives on Sustainable Consumption’, *International Journal of Consumer Studies*, NR. 33, Seiten 107–112
- Peattie, Ken; Crane, Andrew (2005), „Green marketing: legend, myth, farce or prophesy?“, *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 8, Nr.4, Emerald Group Publishing Limited, Seiten 357 bis 370
- Peattie, Ken; Peattie, Sue (2009) ‘Social Marketing: A Pathway to Consumption Reduction?’, *Journal of Business Research* 62(2): Seiten 260 bis 268

- Pehnelt, Gernot; Vietze, Christoph (2012), „Uncertainties about the GHG Emissions Saving of Rapeseed Biodiesel“, Jena Economic Research Paper, 2012, Nr.39, gemeinschaftliche Publikation der Schiller Universität und des Max Planck Instituts der Wirtschaft, Jena, Bundesrepublik Deutschland
- Pelkmans, L.; Govaerts, K.; Bekiaris, E.; Portouli, E.; Georgopoulos, P. (2007), „European biofuels strategy“, International Journal of Environmental Studies, Vol. 64, Nr. 3, Juni 2007, Seiten 325 bis 346
- Peluso, Alessandro Maria (2009), „Determinants of consumers' acceptance of fuels from biological materials and hydrogen transportation technologies“, in: “Behind Ethical Consumption – purchasing motives and marketing strategies for organic food products, non-GNOs, bio-fuels“, herausgegeben von Guido, Gianluigi, Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern, 2009, Schweiz
- Pepper, Miriam; Jackson, Tim; Uzzell, David (2009), „An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours“, International Journal of Consumer Studies, Nr.33, Seiten 126 bis 136
- Petersen, Thomas (2002), „Das Feldexperiment in der Umfrageforschung“, Campus Forschung Band 841, Campus Verlag, Frankfurt am Main/New York
- Petersen, Thomas (2005), „Testing Visual Signals in Representative Surveys“, International Journal of Public Opinion Research Vol.17, Nr.4, herausgegeben von Oxford University Press im Auftrag von The World Association for Public Opinion Research, Seiten 456 bis 472
- Petersen, Thomas (2011), „Lasswell's Problem and Hovland's Dilemma: Split-Ballot Experiments on the Effects of Potentially Emotionalizing Visual Elements in Media Reports“, International Journal of Public Opinion Research Vol.23, Nr.3, herausgegeben von Oxford University Press im Auftrag von The World Association for Public Opinion Research, Seiten 251 bis 264

- Petras, André; Bazil, Vazrik (2008), „Wie die Marke zur Zielgruppe kommt – Optimale Kundenansprache mit Semimetrie“, Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH, ein Unternehmen der Springer Science+Business Media, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Petrolia, Daniel R.; Bhattacharjee, Sanjoy; Hudson, Darren; Herndon, Cary W. (2009), „Do Americans want ethanol? A comparative contingent-valuation study of willingness to pay for E-10 and E-85“, *Energy Economics*, Nr. 32, 2010, Seiten 121 bis 128
- Pimentel, David; Marklein, Alison; Toth, Megan A.; Karpoff, Marissa N.; Paul, Gillian S.; McCormack, Robert; Kyriazis, Joanna; Krueger, Tim (2009), „Food Versus Biofuels: Environmental and Economic Costs“, *Human Ecology*, Februar 2009, Vol.37, Issue 1, Springer Science + Business Media, LLC, Seiten 1 bis 12
- Plankensteiner, Astrid Annette Christine (2010), „Bedürfnislandkarten der Generation Plus – ein transgenerativer Vergleich“, Dissertation, Institut für Medizinische Psychologie der Ludwig-Maximilians-Universität München, Bundesrepublik Deutschland
- Polonsky, Michael Jay; Vocino, Andrea; Grau, Stacy Landreth; Garma, Romana; Ferdous, Ahmed Shariar (2012), „The impact of general and carbon-related environmental knowledge on attitudes and behaviour of US consumers“, *Journal of Marketing Management*, Vol. 28, Nr. 3 bis 4, März 2012, Westburn Publishers Ltd., Seiten 238 bis 263
- Polonsky, Michael Jay (1994), „An Introduction To Green Marketing“, *Electronic Green Journal*, UCLA Library, eScholarship, University of California
- Porter, Michael Eugene (2008) „Wettbewerbsstrategie - Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten“, Übersetzung der 11. Auflage des 1980 erstmals veröffentlichten Werkes „Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors“ (The Free Press, New York,), Campus-Verl., Frankfurt/M, S. 383 bis 387

- Postel, Berit (2005), „Charakterisierung von Lebensstilen durch Wertorientierungen“, in: „Potsdamer Beiträge zur Sozialforschung“, Nr. 23, herausgegeben von Holtmann, Prof.Dr. Dieter, erschienen am 23.01.2005, Universität Potsdam, Bundesrepublik Deutschland
- Posten, Clemens; Steinweg, Christian (2009), „Multitalente – Mikroalgen auf dem Weg zur technischen Nutzung“, labor & more, Ausgabe 4/09, AppliChem GmbH, Verlag succidia AG, Sitz von Herausgeber und Verlag: Darmstadt, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 48 bis 49
- Prognos AG/Öko-Institut (2009), „Modell Deutschland – Klimaschutz bis 2050: Vom Ziel her denken“, Auftraggeber: WWF Deutschland, Basel, Schweiz und Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- Pulz, Otto (2009), „Treibstoffe aus Algen – Das schwarze Gold der Mikroalge“, labor & more, Ausgabe 4/09, AppliChem GmbH, Verlag succidia AG, Sitz von Herausgeber und Verlag: Darmstadt, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 50 bis 51
- Pustejovsky, James E.; Spillane, James P. (2009), „Question-order effects in social network name generators“, Social Networks - An International Journal of Structural Analysis, Nr.31, Elsevier B.V., New York, Vereinigte Staaten von Amerika, Seiten 221 bis 229
- Quah, Su-Huey; Tan, Andrew K.G. (2010), „Consumer Purchase Decision of Organic Food Products: An Ethnic Analysis“, Journal of International Consumer Marketing, Vol 22, Routledge Taylor & Francis Group, LLC, Seiten 47 bis 58
- Rajagopal, D.; Sexton, S.E.; Roland-Holst, D.; Zilberman, D. (2007), “Challenge of bio-fuel: filling the tank without emptying the stomach?”, Environmental Research Letters 2007, Nr. 2, IOP Publishing Limited, Vereinigtes Königreich, Seiten 1 bis 9

- Ramirez, Edward (2013), „The consumer adaption of sustainability-oriented offerings: Toward a middle-range theory“, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 21, Nr. 4 (Herbst 2013), M.E.Sharpe, Inc., Seiten 415 bis 428
- Rasch, Björn; Friese, Malte; Hofmann, Wilhelm; Naumann, Ewald (2010), „Quantitative Methoden – Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler“, Band 1, 3, erweiterte Auflage, Heidelberg Springer-Verlag, Bundesrepublik Deutschland
- Raschka, Achim; Carus, Michael (2012), „Stoffliche Nutzung von Biomasse – Basisdaten für Deutschland, Europa und die Welt“, erster Teilbericht zum F+E-Projekt „Ökologische Innovationspolitik – mehr Ressourceneffizienz und Klimaschutz durch nachhaltige stoffliche Nutzung von Biomasse, F+E Projekt aus dem Umweltforschungsplan des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Förderkennzeichen 3710 93 109, im Auftrag des Umweltbundesamtes, nova-Institut GmbH, Chemiepark Knapsack, Industriestraße, Hürth, Bundesrepublik Deutschland
- Rathmann, Régis; Szklo, Alexandre; Schaeffer, Roberto (2010), „Land use competition for production of food and liquid biofuels: An analysis of the arguments in the current debate“, *Renewable Energy* 35, Elsevier, Seiten 14 bis 22
- van Ravenswaay, Eileen O.; Blend, Jeffrey R. (1997): “Using Ecolabeling to Encourage Adoption of Innovative Environmental Technologies in Agriculture”, Staff Paper No. 97-19 June 1997, Department of Agricultural Economics MICHIGAN STATE UNIVERSITY, East Lansing, Michigan 48824
- Reilly, John; Melillo, Jerry; Cai, Yongxia; Kicklighter, David; Gurgel, Angelo; Paltsev, Sergey; Cronin, Timothy; Sokolov, Andrei; Schlosser, Adam (2012), „Using Land to Mitigate Climate Change: Hitting the Target, Recognizing the Trade-offs“, *Environmental Science & Technology*, Nr. 46, 2012, ACS Publications, American Chemical Society, Seiten 5672 bis 5679

- Rettie, Ruth; Burchell, Kevin; Riley, Debra (2012), „Normalising green behaviours: A new approach to sustainability marketing“, Journal of Marketing Management, Vol. 28, Nr. 3 und Nr. 4, März 2012, Taylor & Francis Group, Westburn Publishers Ltd., Kingston University, Vereinigtes Königreich, Seiten 420 bis 444
- Reuters (2011), „UNO fordert Überprüfung der Biosprit-Strategie“, Reuters, erschienen im Handelsblatt Nr. 052 vom 15.03.2011, Wirtschaft und Politik, Seite 22
http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=HB&DOKV_NO=031115448&DOKV_HS=0&PP=1, GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH
- Rimal, Arbindra P.; Moon, Wanki; Balasubramanian, Siva (2005): “Agro-biotechnology and organic food purchase in the United Kingdom”, Southern Missouri State University, Springfield, Missouri, USA, British Food Journal Emerald insight, Seiten 84 bis 97
- Rommel, Kai; Meyerhoff, Jürgen (2007), „Are Cost based Green Power Promotion Schemes Efficient? A Comparison of Feed-in Tariffs and Consumer Preferences“, in: „Competition Policy in Network Industries“, herausgegeben von Fichtert, Frank; Haucap, Justus; Rommel, Kai, erschienen in der Reihe „INFER Research Perspectives“, herausgegeben von Pickhardt, Michael, Volume 3, LIT Verlag Dr.W.Hopf Berlin, Seiten 190 bis 202
- Sammer, Katharina; Wüstenhagen, Rolf (2006), „The Influence of Eco-Labeling on Consumer Behaviour – Results of a Discrete Choice Analysis for Washing Machines“, Business Strategy and the Environment, Vol. 15, 2006, herausgegeben in Wiley InterScience, John Wiley & Sons, Ltd. And ERP Environment, Seiten 185 bis 199
- Scarlat, Nicolae; Dallemand, Jean-François (2011), „Recent developments of biofuels/bioenergy sustainability certification: A global overview“, Energy Policy, Nr. 39 (2011), Elsevier Ltd., Seiten 1630 bis 1646

- Schaer, Burkhard (2001), „Regionales Gemeinschaftsmarketing für Öko-Lebensmittel“, Band 4 aus der Schriftenreihe „Öko-Management, Studien zur ökologischen Betriebsführung“, Verlag Dr.Kovač, Hamburg
- Schemer, Christian (2013), „Priming, Framing, Stereotype“, in „Handbuch Medienwirkungsforschung“, Schweiger, Wolfgang und Fahr, Andreas (Herausgeber), Springer Fachmedien Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 153 bis 169
- Schenk, Peer M.; Thomas-Hall, Skye R.; Stephens, Evan; Marx, Ute C.; Mussnug, Jan H.; Posten, Clemens; Kruse, Olaf; Hankamer, Ben (2008), „Second Generation Biofuels: High-Efficiency Microalgae for Biodiesel Production“, Bioenergy Research, Springer Science + Business Media, LLC, 2008, Ausgabe 1, Seiten 20 bis 43
- Schmitz, Norbert (2006), Meó Consulting Team, „Bioethanol als Kraftstoff – Stand und Perspektiven“, in: „Biogene Kraftstoffe. Kraftstoffe der Zukunft?“, Themenschwerpunkt Heft 1/2006 der Zeitschrift „Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis“, Herausgeber: Dr. Ludwig Leible, Forschungszentrum Karlsruhe in der Helmholtz-Gemeinschaft, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) Hermann-von-Helmholtz-Platz 1, Eggenstein-Leopoldshafen, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 16 bis 26
- Scholz-Ligma, Joachim; Schomborg, Axel (2007), „Wer fährt ein Hybridauto: Ökofreaks oder Sparfüchse?“, planung & analyse – Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 3/2007, Seiten 30 bis 34
- Schurawitzki, Werner (1995), „Praxis des internationalen Marketing“, Gabler-Verlag, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland

- Searchinger et al. (2008a), Searchinger, Timothy; Heimlich, Ralph; Houghton, R. A.; Dong, Fengxia; Elobeid, Amani; Fabiosa, Jacinto; Tokgoz, Simla; Hayes, Dermot; Yu, Tun-Hsiang, (2008a), "Use of U.S. Croplands for Biofuels Increases Greenhouse Gases Through Emissions from Land Use Change", Scienceexpress, 7.2.2008, Seiten 1 bis 6
- Searchinger et al. (2008b), Searchinger, Timothy; Heimlich, Ralph; Houghton, R. A.; Dong, Fengxia; Elobeid, Amani; Fabiosa, Jacinto; Tokgoz, Simla; Hayes, Dermot; Yu, Tun-Hsiang, "Supporting Online Material for Use of U.S. Croplands for Biofuels Increase Greenhouse Gases Through Emissions from Land Use Change.", Tabelle 1A, erschienen in Scienceexpress, 07.02.2008
- Seyfried, Frank (2006), Volkswagen AG, „Biotreibstoffe aus Sicht der Automobilindustrie“, in: „Biogene Kraftstoffe . Kraftstoffe der Zukunft?“, Themenschwerpunkt Heft 1/2006 der Zeitschrift „Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis“, Herausgeber: Dr. Ludwig Leible, Forschungszentrum Karlsruhe in der Helmholtz-Gemeinschaft, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) Hermann-von-Helmholtz-Platz 1, Eggenstein-Leopoldshafen, Bundesrepublik Deutschland, Seiten 42 bis 50
- Shell (2012), „Nach Super E10: Welche Rolle für Biotreibstoffe? – Fakten, Trends, und Perspektiven“, IINAS (Internationales Institut für Nachhaltigkeitsanalysen und –strategien) und ifeu (Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH), Studie beauftragt und herausgegeben von Shell Deutschland GmbH, Hamburg, Bundesrepublik Deutschland
- Shi, Allen Zihao; Koh, Lian Pin; Tan, Hugh T.W. (2009), „The biofuel potential of municipal solid waste“, Bioenergy, Global Change Biology, Nr. 1, Blackwell Publishing, Seiten 317 bis 320
- Shrivastava, Paul (1995), „The role of corporations in achieving ecological sustainability“, Academy of Management Review, Vol. 20, Nr. 4, Seiten 936 bis 960

- Siegel, Sidney (1976), „Nichtparametrische Statistische Methoden“, aus dem Amerikanischen übertragen von U. Rennert und korrigiert und erweitert von Wilfried Schüle, Fachbuchhandlung für Psychologie, Frankfurt/M, Bundesrepublik Deutschland
- Skrudupaitė, Aušra; Virvilaitė, Regina; Kuvykaitė, Rita (2006), „Influence of Social Factors on Consumer Behaviour: Context of Euro Integration“, *Engineering Economics*, Nr.3, (48), *Commerce of Engineering Decisions*, Seiten 73 bis 82
- Smeets, Edward M.W.; Faaji, André P.C. (2009), „The impact of sustainability criteria on the costs and potentials of bioenergy production – Applied for case studies in Brazil and Ukraine“, *Biomass and Bioenergy*, Nr. 34, 2010, ScienceDirect, Elsevier, Seiten 319 bis 333
- Smith, James (2010), „Biotreibstoff – Eine Idee wird zum Bumerang“, aus dem Englischen von Hans-Gerd Koch, Originalausgabe „Biofuels and the globalization of risk – the biggest change in North-South relationships since colonialism?“ bei Zed Books London (Vereinigtes Königreich), Reihe Politik bei Wagenbach, herausgegeben von Patrizia Nanz, Verlag Klaus Wagenbach, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- Smolker, Rachel; Tokar, Brian; Petermann, Anne (2008), „The real costs of agro-fuels“, *Global Forest Coalition and Global Justice Ecology Project*
- Sniderman, Paul M. ; Grob, Douglas B. (1996), „Innovations in experimental design in attitude surveys“, *Annual Review of Sociology*, Nr.22, Annual Reviews Inc., Palo Alto, Kalifornien, Vereinigte Staaten von Amerika, Seiten 377 bis 399
- Spence, Crawford (2009), „Social and Environmental Reporting and the Corporate Ego“, *Business Strategy and the Environment*, 18. Jahrgang, Herausgeber Wiley InterScience, DOI: 10.1002/bse.600, Seiten 254 bis 265

- Srinivasan, Sunderasan (2009), „The food v. fuel debate: A nuanced view of incentive structures“, *Renewable Energy* 34 (2009), Elsevier Ltd., ScienceDirect, Seiten 950 bis 954
- SRU (2002), Sachverständigenrat für Umweltfragen, „Für eine neuen Vorreiterrolle“, Umweltgutachten 2002 des Rates von Sachverständigen für Umweltfragen, Unterrichtung durch die Bundesregierung, Deutscher Bundestag, 14. Wahlperiode, Drucksache 14/8792, 15.04.2002
- STABL (2011), Statistische Ämter des Bundes und der Länder, „Demografischer Wandel in Deutschland“, Bevölkerungs- und Haushaltsentwicklung im Bund und in den Ländern, Heft 1, Ausgabe 2011, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland
- Stauss, Bernd (1994): „Qualitätsmanagement und Zertifizierung“, Stauss, B. (Hrsg.), Gabler-Verlag, Wiesbaden, S. 13
- Stern, Nicholas Herbert (2007), „Stern Review: The Economics of Climate Change“, Cambridge University Press, Cambridge, 2007, Vereinigtes Königreich
- Stocké, Volker (2004), „Entstehungsbedingungen von Antwortverzerrungen durch soziale Erwünschtheit – Ein Vergleich der Prognosen der Rational-Choice Theorie und des Modells der Frame-Selektion“, *Zeitschrift für Soziologie*, Jahrgang 33, Heft 4, August 2004, Lucius & Lucius Verlag, Stuttgart, Seiten 303 bis 320
- Stummer, Christian; Kiesling, Elmar; Günther, Markus; Vetschera, Rudolf (2015), „Innovation diffusion of repeat purchase products in a competitive market: An agent-based simulation approach“, *European Journal of Operational Research*, Nr. 245, Elsevier B.V., Seiten 157 bis 167
- Taddicken, Monika (2008), „Über die Bedeutung des Effekts sozialer Erwünschtheit in der Web-Befragung“, *Jahrbuch der Absatzforschung*, Gesellschaft für Konsumforschung (kurz: GfK), Seiten 136 bis 155

- Taddicken, Monika (2009), „Die Bedeutung von Methodeneffekten der Online-Befragung: Zusammenhänge zwischen computer-vermittelter Kommunikation und erreichbarer Datengüte“, in: „Sozialforschung im Internet – Methodologie und Praxis der Online-Befragung“ von Nikolaus Jakob, Harald Schoen, Thomas Zerback (Herausgeber), VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, Seiten 91 bis 108
- TNS Infratest (2009), „Semimetrie – Die Trendsportler“, Präsentationsunterlage, herausgegeben von SevenOne Media, Juli 2009
- TNS Infratest, Website zum Modell der Semimetrie, Link:
<http://surveys.tnsglobal.com/wix/p1835289186.aspx?r=24305&s=XBFIBGEP&refurl=1>, aufgerufen per 03.02.2014
- Trabucco, Antonio; Achten, Wouter M.J.; Bowe, Colm; Aerts, Raf; van Orshoven, Jos; Norgrove, Lindsey; Muys, Bart (2010), „Global mapping of *Jatropha curcas* yield based on response of fitness to present and future climate“, *Bioenergy*, *Global Change Biology*, 2, Blackwell Publishing, Seiten 139 bis 151
- Traverso, Michele (2013), „Five Electric Planes to Watch – Solar and other all-electric planes are getting more practical“, *Spectrum*, Nordamerika, Ausgabe August 2013, Seiten 9 bis 11
- Tuten, Tracy; Oliver, Jason D. (2013), „Promoting Sustainability by Marketing Green Products to Non-Adopters“, *Gestion 2000*, Nr. 2, März/April 2013, Seiten 93 bis 102 bzw. (2013), „Promoting Sustainability by Marketing Green Products to Non-Adopters“, *Gestion 2000*, Nr. 3, Ausgabe Mai/Juni 2013, Seiten 77 bis 86
- UBA (1994), Umweltbundesamt, „Das Umweltverhalten der Verbraucher - Daten und Tendenzen“, Berlin, UBA-Texte 75/94, 1994), Seite 40

- UBA (2010), Umweltbundesamt, „Analyse des deutschen Marktes zur freiwilligen Kompensation von Treibhausgaskompensation“, von Adelphi Research gGmbH, Berlin, Kind, Christian; Duwe, Sebastian; Tänzler, Dennis; Reuster, Lena und Sustainable AG, München, Kleemann, Max; Krebs, Jan-Marten, im Auftrag der Deutschen Emissionshandelsstelle im Umweltbundesamt (Hrsg.), Dessau-Roßlau, Bundesrepublik Deutschland
- UBA (2011), Umweltbundesamt, Patrick Gniffke, „Nationale Trendtabellen für die deutsche Berichterstattung atmosphärischer Emissionen 1990 – 2010“, Link: „Emissionsentwicklung 1990 – 2010, Treibhausgase, inkl. erweiterter Auswertung und Äquivalentemissionen der Treibhausgase“, www.umweltbundesamt.de/emissionen/publikationen.htm#AktuelleBerichterstattungen, aufgerufen per 04.02.2013, herausgegeben vom Umweltbundesamt Dessau, Bundesrepublik Deutschland
- UFOP (2009), Union für Oel- und Proteinpflanzen e.V., „Biodiesel & Co. – Auszüge aus dem UFOP-Bericht 2008/2009“, Redaktion Dieter Bockey, Berlin, Bundesrepublik Deutschland
- UNCTAD (1994), United Nations Conference on Trade and Development, „Eco-labelling and market opportunities for environmentally friendly products“, International Cooperation on Eco-labelling and Eco-certification Programmes and Market Opportunities for Environmentally Friendly Products, United Nations Conference on Trade and Development, Report by the UNCTAD secretariat, 6. Oktober 1994, Genf, Schweiz
- UNCTAD (2008), United Nations Conference on Trade and Development, „Making Certification Work for Sustainable Development: The Case of Biofuels“, United Nations, New York (USA) und Genf (Schweiz), 2008
- US-EPA (2010), United States Environmental Protection Agency, „Renewable Fuel Standard Program -RFS2- Regulatory Impact Analysis“, EPA-420-R-10-006 February 2010, Vereinigte Staaten von Amerika

- US-EPA (2007), United States Environmental Protection Agency, „Hypoxia in the Northern Gulf of Mexico – An Update by the EPA Science Advisory Board“, United States Environmental Protection Agency, Washington D.C., Washington D.C., Vereinigte Staaten von Amerika
- van Bueren, Erik Lammerts; Blom, Esther (1996), „Hierarchical Framework for the Formulation of Sustainable Forest Management Standards“, erschienen in der Reihe „The Pathfinder“, im Auftrag einer Kooperation von WWF und IKEA zur Förderung einer verantwortungsvollen Forstwirtschaft, vorbereitet und produziert von „Pi – Environmental Consulting“, Pully, Schweiz, herausgegeben von „The Tropenbos Foundation“, Wageningen, Niederlande
- van Lienden, A.R.; Gerbens-Leenes, P.W.; Hoekstra, A.Y.; van der Meer, Th.H. (2010), „Biofuel Scenarios in a water perspective: The Global Blue and Green Water Footprint of Road Transport in 2030“, erschienen in der Reihe „Value of Water“, Research Report Series No. 43, publiziert von UNESCO-IHE, Institute for Water Education, April 2010, Delft, die Niederlande
- Varadarajan, Rajan (2012), „Strategic marketing and marketing strategy“, in: Venkatesh, Shankar/ Carpenter, Gregory S. (2012), „Handbook of Marketing Strategy“, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, Vereinigtes Königreich, Northampton, MA, USA, Seiten 9 bis 27
- VW (2012a), Volkswagen Aktiengesellschaft, „Nachhaltigkeit – Bericht 2011“, 1. Auflage 4/2012, Wolfsburg, Bundesrepublik Deutschland
- VW (2012b) Volkswagen Aktiengesellschaft, „Antrieb und Kraftstoff“, 2012, Wolfsburg, Bundesrepublik Deutschland
- W&V (1996), Werben und verkaufen, „Erfolg schwarz auf weiss WIRKUNG - Die Werbewirkung von Markenwerbung kann durch den Einsatz von Tageszeitungen deutlich gesteigert werden“, Nr. 24, 14.6.1996, Seiten 168 bis 169

- Walther, Grit; Schatka, Anne; Spengler, Thomas S. (2012), „Design of regional production networks for second generation synthetic bio-fuel – A case study in Northern Germany“, *European Journal of Operational Research*, Nr. 218, 2012, Elsevier B.V., Seiten 280 bis 292
- Weiber, Rolf; Jost, Adler (1995), „Informationsökonomisch begründete Typologisierung von Kaufprozessen“, *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 47. Jg., Heft 12, Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Düsseldorf, Seiten 43 bis 65
- Whitaker, Jeanette; Ludley, Katherine E.; Rowe, Rebecca; Tylor, Gail; Howard, David C. (2010), „Sources of variability in greenhouse gas and energy balances for bio-fuel production: a systematic review“, *Bioenergy, Global Change Biology*, 2010, Volume 2, Seiten 99 bis 112
- White, Katherine; Simpson, Bonnie (2013), „When Do (and Don't) Normative Appeals Influence Sustainable Consumer Behaviors?“, *Journal of Marketing*, Volume 77, März 2013, American Marketing Association, Seiten 78 bis 95
- Wöller, Roland (2008), Vorwort in: Petras, André; Bazil, Vazrik (2008), „Wie die Marke zur Zielgruppe kommt – Optimale Kundenansprache mit Semiometrie“, Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH, ein Unternehmen der Springer Science+Business Media, Wiesbaden, Bundesrepublik Deutschland, Seite 5
- World Bank (2008), „Double Jeopardy: Responding to High Food and Fuel Prices“, G8 Hokkaido-Toyako Summit, 02.07.2008 Seite 10
- Wright, Brian (2014), „Global Biofuels: Key to the Puzzle of Grain Market Behavior“, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 28, Nr. 1, Winter 2014, Seiten 73 bis 98
- WWF (2011), World Wide Fund For Nature, „Palmöl: Alleskönner mit Risiko“, Fleckenstein, Martina, Berlin

- WWF (2013), World Wide Fund For Nature, „Runder Tisch für Palmöl“, <http://www.wwf.de/themen-projekte/landwirtschaft/produkte-...>, aufgerufen per 26.2.2013
- Yang, Jia; Xu, Ming; Zhang, Xuezi; Hu, Qiang; Sommerfeld, Milton ; Chen, Yongsheng (2011), „Life-cycle analysis on biodiesel production from microalgae: Water footprint and nutrients balance“, *Bioresource Technology*, Nr. 102 (2011), Seiten 159 bis 165
- Zaimes, George G.; Khanna, Vikas (2013), „Microalgal biomass production pathways: evaluation of life cycle environmental impacts“, *Biotechnology for Biofuels*, BioMed Central Ltd., Nr.6:88 (2013), Seiten 1 bis 11
- Zarrilli, Simonetta; Burnett, Jennifer (2009), “Certifying biofuels: benefits for the environment, development and trade?”, Aufsatz Nr. 10 in “International Trade Regulation and the Mitigation of Climate Change”, World Trade Forum, herausgegeben von Thomas Cottier, Olga Nartova, Sadeq Z. Bigdeli, Cambridge University Press, Vereinigtes Königreich
- Zerback, Thomas; Schoen, Harald; Jakob, Nikolaus; Schlereth, Stefanie (2009), „Zehn Jahre Sozialforschung im Internet – eine Analyse zur Nutzung von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften“, in: „Sozialforschung im Internet – Methodologie und Praxis der Online-Befragung“ von Nikolaus Jakob, Harald Schoen, Thomas Zerback (Herausgeber), VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, Seiten 15 bis 32
- Zöfel, Peter (2003), „Statistik für Psychologen im Klartext“, Pearson Studium, München, Bundesrepublik Deutschland