



Buchpublikationen von Dr. Christoph Schleer

- Schleer, C. (2014): **Corporate Social Responsibility und die Kaufentscheidung der Konsumenten: Wann und warum berücksichtigen Konsumenten CSR-Kriterien bei ihren Kaufentscheidungen?** Berlin: Springer Gabler.
- Schleer, C. (2011): **Wahrgenommene Unerhörtheit unethischer Marketingmaßnahmen: Determinanten und Konsequenzen.** Berlin: Logos.

Artikel von Dr. Christoph Schleer

- Schleer, C. / Reusswig, F. (2018): **Naturbewusstseinsstudie 2017.** Eine Repräsentativbefragung im Auftrag von BMU und BfN. Bonn/Berlin.
- Seitz, A. / Schleer, S. / Mues, A.W. (2018): **Gesellschaftliches Bewusstsein für biologische Vielfalt in NRW.** In: Natur in NRW, Nr.1/2018, S. 40-44
- Schleer, C. / Reusswig, F. (2017): **Naturbewusstseinsstudie 2015.** Wissenschaftlicher Vertiefungsbericht. Bonn/Berlin.
- Schleer, C. / Borgstedt, S. (2017): **Umweltschutz: Was sagen Jugendliche dazu?** In: DNT Journal 2017.
- Schleer, C. / Calmbach, M. (2015): **Mitarbeitergewinnung durch Corporate Social Responsibility.** In: Ökologisches Wirtschaften, Nr. 3, S. 12-13.
- Calmbach, M. / Schleer, C. / Thomas, P. M. (2015): **Was erwarten Jugendliche von Beruf und Unternehmen?** In: Wirtschaft & Beruf, 67. Jg., S. 78-83.
- Schleer, C. / Calmbach, M. (2015): **Berufliche Orientierung Jugendlicher. Empirische Hinweise für ein zielgruppenorientiertes Ausbildungsmarketing.** In: Barz, H. / Jung, M. (Hrsg.): Ausländische Fachkräfte gesucht. Voreilig? Notwendig? Willkommen? Düsseldorf: düsseldorf university press, S. 219-244.
- Behrens, P. / Calmbach, M. / Schleer, C. / Klingler, W. / Rathgeb, T. (2014): **Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten.** In: Media Perspektiven 04/2014, S. 195-218.
- Calmbach, M. / Schleer, C. (2014): **Azubis gewinnen und fördern.** Eine Zielgruppenstudie des SINUS-Instituts für die Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg. (Online [hier](#) verfügbar.)
- Schleer, C. / Schoenheit, I. (2012): **Produzieren verantwortliche Unternehmen bessere Produkte?** In: Hansen, U.; Schoenheit, I. (Hrsg.): Auf dem Weg zu Akzeptanz und Glaubwürdigkeit. Jubiläumsausgabe zum 20-jährigen Bestehen des imug, Hannover, S. 229-249.

- Schoenheit, I. / Schleer, C. (2012): **CSR-Kommunikation im Glaubwürdigkeitstest: Ein Anforderungsprofil aus Sicht der Konsumenten.** In: Hansen, U. / Schoenheit, I. (Hrsg.): Auf dem Weg zu Akzeptanz und Glaubwürdigkeit. Jubiläumsausgabe zum 20-jährigen Bestehen des imug, Hannover, S. 317-336.
- Lindenmeier, J. / Schleer, C. / Pricl, D. (2012): **Consumer outrage: Emotional reactions to unethical corporate behavior.** In: Journal of Business Research, Band 65, Nr. 9, S. 13641373.

Kontakt zu Dr. Christoph Schleer

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Adenauerplatz 1

D-69115 Heidelberg

Fon: +49 (6221) 80 89-66

Fax: +49 (6221) 80 89-25

E-Mail: christoph.schleer@sinus-akademie.de