



20

Green Deal

Die EU investiert eine Billion Euro, um die Wirtschaft nachhaltiger zu machen. Da sind auch kluge Marketingkonzepte gefragt

Check-in

- 6 **News** Westliche Marken drängen nach China / Drei Fragen an Jana Schäfer / Warum heißt die Marke so? / Was die Marketer online bewegte
- 12 **Cartoon** Wenn der Headhunter klingelt
- 13 **Welt im Wandel**
Future Literacy. Bilder des Wünschenswerten
- 14 **Interview** Wirtschaftsethikerin Sarah Jastram über Nachhaltigkeit – und warum gutes Marketing dringend gefragt ist
- 19 **Blick über die Grenzen**
Willkommen in der virtuellen Modewelt

Titelthema

- 20 **Der grüne Hebel**
Der Green Deal der EU eröffnet innovativen Unternehmen und ihren Marketern enorme Chancen
- 26 **„Weltweit ist die Entscheidung gefallen“**
Professor Manfred Fishedick vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie über spannende neue Absatzmärkte durch den Green Deal
- 29 **Vor der eigenen Tür kehren**
Klimakampagnen für Kunden beherrscht die Kommunikationsbranche. Und selbst so?

- 31 **Neues vom Trendbeobachter**
New Work im Old Office

Technologie & Innovation

- 32 **Die zweite Homepage**
Social Commerce bietet hierzulande zwar noch kein nahtloses Einkaufen, große Chancen birgt er dennoch

Strategie & Management


- 36 **Mythen des Marketings**
Das Professorentrio Bruhn, Kirchgeorg und Meffert über grobe Verallgemeinerungen, vereinfachte Denkmuster und dringend nötige Entmystifizierungen

„Wir brauchen gutes Marketing!“

Geht es nach Prof. Dr. Sarah Jastram, könnten nachhaltig agierende Unternehmen viel mehr kommunizieren. Stattdessen haben sie Angst vorm Vorwurf des Greenwashings

14



- 42 **Problematische Umfeldler**
Warum Marken bei der programmatischen Platzierung mehr Sicherheit brauchen
- 44  **Ab in die Zukunft**
Digital, nachhaltig, innovativ: Armaturenhersteller Grohe positioniert sich als „Pioneer of Change“

49 **DMV Szene**
Für den Inhalt dieses Heftteils ist der Deutsche Marketing Verband (DMV) verantwortlich

- 60 **DMV-Kolumne**
DMV-Geschäftsführer Florian Möckel macht Mut zu mehr Agilität

Medien & Kommunikation

- 62 **Das GAFKA des Journalismus**
So erfinden sich die Vorzeigeverlage von „New York Times“ & Co. erfolgreich neu
- 66  **Generation Gelaber**
Digital Audio boomt, der Podcast-Markt wächst, und neue Social-Audio-Apps wie Clubhouse pushen den Trend zu digitalen Talks
- 68 **Aktuell zu teuer**
Vizeum-Manager Carsten Kollmus über eine schwerlich skalierbare Werbeform
- 69 **„Social Audio wird bleiben“**
Marken probieren sich auf Clubhouse aus
- 70 **„Zu viel Eigenwerbung ist eher fehl am Platz“**
dm-Marketer Mario Bertsch über seine Clubhouse-Erfahrungen
- 71 **Medien im Fokus**
Wohin mit dem Geld, und wenn ja, warum?

Best Practice

- 72 **Düren spüren**
Dem 1. FC Düren gelingt mit Leidenschaft und guten Ideen ein Top-Vereinsmarketing

Good Job

- 76 **Vorsicht, Headhunter?!**
Was tun, wenn die Personalprofis anklopfen? Regeln, Tipps und Stolperfallen

Mediathek

- 80 **Inspirierendes aus der Welt der Medien**
Lachen, bis die Impfung kommt / Marketing für große Kinder / Gendern, aber nicht mit der Keule / Jokos Bekenntnisse / Lockerlassen, ohne faul zu werden / Den Mai feiern / Ex und hopp

Standards

- 79 **Impressum**
- 82 **Wie konnte das passieren ...** Christoph Pietsch?



„Pioneer of Change“

Vom Jobtitel bis zum Produktdesign: Wie sich Armaturenhersteller Grohe neu positioniert

66

Digital Audio

Noch nie war so viel zu hören wie heute. Wie reagieren Marken und Vermarkter auf die neuen Chancen bei Clubhouse & Co.?



Ganz schön groß

Der 1. FC Düren betreibt mit kleinen Mitteln großes Marketing – da schadet eine Niederlage gegen die Bayern ganz und gar nicht

WEITERE INFOS

absatzwirtschaft.de/tag/nachhaltigkeit
absatzwirtschaft.de/tag/social-commerce/
absatzwirtschaft.de/tag/transformation/
absatzwirtschaft.de/tag/podcast/