

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Vier Blickwinkel auf den notwendigen Paradigmenwechsel für die nachhaltige Transformation 7

Prolog 10

Dein Weg zum Superhero – in 8 Kapiteln 13

Teil 1: The Pre-loved Superheroes 15

1 The Role of Marketing 18

Das Systemupdate des Marketings 19

Where to start? Deine Macht im Marketing 20

Be your own Superhero 21

Wir müssen andere Bedürfnisse wecken 22

Wir sind in der Lage, Worldviews zu verändern 23

Marketing als Transformator: So werden CMOs zu CMTOs 23

Argumente für Sustainable Marketing 24

2 What on Earth is going on? 30

CMO am Steuerrad oder auf der Luftmatratze? 32

Anthropozän: Das Zeitalter des Menschen 33

Die Entwicklung des modernen Marketings 35

BAU-Wirtschaft im Wandel: Wege aus des Business-as-usual-Falle 39

Nachhaltigkeit: Mehr als ein Nice-to-have 42

Was steckt in der Wesentlichkeitsanalyse fürs Marketing? 44

Teil 2: Supertraining for Future Heroes 49

3 Feel the Superpower: Footprint, Handprint, Brainprint, Heartprint 52

Footprint reduzieren 52

Handprint vergrößern 55

Brainprint entfalten 56

Heartprint entzünden 60

Von Pop-up zu Pop Culture 60

Powerful Together – Partner für nachhaltigen Impact 61

4 Das Systemupdate des Marketing-Mix 74

4.1 Zeit für New Growth! 74

4.2 Die neuen Superpower 4Ps: Mit viel Neugierde und neuem Modell zukünftig wachsen 81

Das Superpower-Product-P 84

Das Superpower-Price-P 88

Das Superpower-Place-P 95

	Das Superpower-Promotion-P	102
	Die neuen 4 Superpower-Ps – für die tägliche Praxis von Superheroes	111
	Integrating the United Nations Sustainable Development Goals Into Marketing	114
5	Let’s change the narrative!	120
	Der Wandel der Narrative hat längst begonnen	121
	Ich-Fokus in den Krisenjahren	124
	Konkrete How-tos aus der narrativen Transportationswissenschaft und -psychologie	128
6	Greenwashing und Greenhushing sind nichts für Superheld:innen!	134
	Greenwashing im Kontext des UWG und des European Green Deals	136
	Ausblick auf die neue Green Claims Directive der EU	138
	Was heute bereits wichtig ist	140
	Drei Lösungshorizonte für Vorreiter:innen	143
	Teil 3: We can all be heroes	151
7	Mit neuer Perspektive und Purpose wachsen	154
7.1	Die 4 Perspective Superpowers – Wie der Perspektivenwechsel die Superkräfte entfesselt ..	154
	Superpower Impact: Measure what truly matters und Künstliche Intelligenz	155
	Collaborate: »Find Your Allies«	164
	Inklusive Führung – Wie du zum Coach deines Superhero-Teams wirst	170
	From Ego- to Eco-System – Persönliche Reife als Grundlage für persönlichen Wandel	172
	Twin Transformer sind Superhelden ² – Nachhaltigkeit und Digitalisierung als Erfolgsduo für CMOs	174
	Leading the Sustainable Transformation: CMO als Sustainable Leader	177
7.2	The Purpose of Purpose is Purpose – jetzt aber richtig	190
	Die Rolle der CMO in einer neuen Gesellschaftsordnung – Eine Regnose aus dem Jahr 2030 ..	216
8	Unser Systemupdate – Das 4×4-Superpower-Marketing-Modell	222
	1×4: Unsere 4 Superpower-Ps des Marketing-Mixes: Product, Price, Place und Promotion .	224
	2×4: Unsere 4 Superpower-Prints: Handprint, Footprint, Brainprint und Heartprint	224
	3×4: Unsere 4 Superpower Perspectives auf Leadership: Maturity, Inclusive Leadership, Collaboration und Impact	224
	4×4: Unsere Superpower Purpose ⁴ : When »My Purpose«, »Team Purpose«, »Corporate Purpose« and our »Society’s Purpose« meet	225
	Unser Systemupdate, die 4×4 Superpowers des Marketings – alles auf einen Blick	234
	Deine Strategy For Action – Wie du in 4×4 Schritten die Superpower Sustainable Marketing in die Praxis umsetzt	235
	Die Autorinnen	239
	Vielen Dank!	240
	Literatur	243
	Stichwortverzeichnis	254