
Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | So wird Ihre Marke zum Innovationsmotor Ihres Unternehmens | 1 |
| 1.1 | Wie Nachhaltigkeit zum Kern der Marke vordringt | 1 |
| 1.2 | Grüner wird's nicht? Problem Greenwashing | 3 |
| 1.3 | Wie Nachhaltigkeit Innovation und Transformation inspiriert | 6 |
| | Literatur | 11 |
| 2 | Markenführung und Nachhaltigkeitsstrategie verbinden | 13 |
| 2.1 | Die Nachhaltigkeitsstrategie – ein kurzer Blick auf's Wesentliche . . . | 13 |
| 2.2 | Markenführung, SDGs und Wesentlichkeitsanalyse zusammen denken | 18 |
| 2.3 | Prozesse der Markenentwicklung, Unternehmensstrategie und Nachhaltigkeitsstrategie verbinden | 20 |
| | Literatur | 24 |
| 3 | Über das Zusammenspiel von Marken-, Nachhaltigkeits- und Innovationsmanagement | 25 |
| 3.1 | Wie Innovationsprozesse und Nachhaltigkeitskommunikation zusammenspielen | 25 |
| 3.2 | Was sind passende Innovationsformate – und wie könnte ein entsprechender Prozess aussehen? | 31 |
| 3.3 | Wie lassen sich Innovationsthemen rund um Nachhaltigkeit ins Marketing übertragen? | 36 |
| | Literatur | 38 |

| | | |
|----------|---|----|
| 4 | Beispiele aus der Praxis | 39 |
| 4.1 | Sonderfall Lebensmittelbranche – eine Einführung | 39 |
| 4.2 | BettaF!sh: Der bessere Fisch wird aus Algen gemacht. | 41 |
| 4.3 | Florida-Eis: Von der Eisdiele in Spandau zum Musterbetrieb der Bundesregierung | 45 |
| 4.4 | Melitta Gruppe: Bis heute inspiriert die Gründerin | 49 |
| | Literatur | 53 |
| 5 | Zusammenfassung und Ausblick. | 55 |
| | Nachhaltige Erkenntnisse | 59 |
| | Stichwortverzeichnis | 61 |