
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Corporate Digital Responsibility: Chancen, Herausforderungen und Strategien der Digitalisierung	3
2.1	Herausforderungen der Digitalisierung	3
2.2	Definition und Herkunft Corporate Digital Responsibility	4
2.3	Abgrenzung zur Corporate Social Responsibility	4
2.4	Rechtliche Grundlagen zum Datenschutz	5
2.5	Ziele der CDR	6
2.6	Berührungspunkte Unternehmen	7
2.7	Digitale Marketingmaßnahmen	8
	Literatur	10
3	Herausforderungen im Marketing	13
3.1	Chancen und Risiken durch die Digitalisierung	13
3.2	Ökonomische und soziale Herausforderungen im digitalen Marketing	15
3.3	Ökologische Herausforderungen im Marketing	16
3.3.1	Klimawirksame Gase	16
3.3.2	CO ₂ -Fußabdruck	17
3.3.3	Standards zur Messung der THG-Emissionen: Greenhouse Gas Protocol	17
3.3.4	Einordnung des digitalen Marketings ins Greenhouse Gas Protocol	19
3.3.5	Herausforderungen der Messung der Scope-3-Emissionen	20
	Literatur	21

4	Steigerung der Effizienz und Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks in der Praxis	23
4.1	Marketingstrategie	23
4.2	Website und Shop Optimierung	26
4.3	Green Hosting	27
4.4	Suchmaschinenoptimierung	29
4.4.1	Textoptimierung	29
4.4.2	Optimierung von Bildern	31
4.4.3	Interne Verlinkung und Backlinks	32
4.4.4	Meta Tags	33
4.4.5	Schriftarten	34
4.4.6	Nutzung von Plug-ins, Style Sheet und JavaScript	34
4.4.7	Inhaltspflege und Caching	35
4.4.8	Dark Mode	35
4.5	Optimierung des E-Mail-Marketings	36
4.5.1	Segmentierung der Kunden	36
4.5.2	Einbettung und Komprimierung von Bildern und Anhängen	37
4.6	Programmatic Advertising	37
4.6.1	Datenschutz	38
4.6.2	Kategorien	38
4.6.3	Ablauf	39
4.6.4	Herausforderungen und Vorteile	39
4.7	Social Media Marketing	41
	Literatur	42
5	Zusammenfassung & Ausblick	45
	Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	47
	Literatur	49