

Pressemitteilung, August 2017

Haufe Herbst 2017: „Green Marketing“

„Green Thinking“ statt „Green Washing“: Nachhaltig erfolgreicher

Bio-Erzeugnisse, der Einsatz alternativer Energieformen, nachhaltig produzierte Kleidung: Firmen, die grün produzieren, sind längst keine esoterisch angehauchten Außenseiter mehr. Grün ist mittlerweile die Farbe der Zukunft, auch der unternehmerischen. Zum nachhaltigen Wirtschaften gehört auch immer eine nachhaltige Marketingstrategie. Wie man diese findet, plant und implementiert, zeigt die Haufe-Neuerscheinung „Green Marketing“.

„Dieses Internet, das setzt sich doch nicht durch“, lautet ein heute immer noch gerne zitierter Spruch. Ähnlich sieht es wohl aus mit: „Bio, das ist doch nur ein Trend“, hieß es noch bis vor kurzem. Mitnichten – wirft man einen Blick in die Supermärkte, findet man immer mehr Bio-Waren, auch beim Discounter. Von einem Trend kann also längst nicht mehr die Rede sein. Und auch in anderen Bereichen des Lebens findet offenbar ein Umdenken statt. Spätestens seit dem Dieselskandal denkt der eine oder andere bereits laut und ernsthaft über E-Mobilität nach. Die Verbraucher legen dabei nicht nur immer mehr Wert auf umweltverträgliche Erzeugnisse, sondern auch auf die soziale Verantwortung der Unternehmen. Und diese ist auch mehr als nötig. Wie aktuell wieder zu lesen war, lebt die Menschheit seit Anfang August quasi auf Pump. Das heißt, die natürlichen Ressourcen für dieses Jahr sind bereits jetzt verbraucht. Umso wichtiger also, dass Unternehmen nachhaltig produzieren.

Betriebswirt und Marketingexperte Heiner Weigand nimmt sich in seiner Haufe-Neuerscheinung **„Green Marketing“** dieser Idee an. Denn wollen Unternehmen die ökologische Wende ganzheitlich umsetzen, muss eben auch eine grüne Marketingstrategie das Ganze begleiten. Denn ohne Umsatz und Gewinn, so viel ist klar, ist jede grüne Idee nicht viel wert. In seinem Buch beschreibt er, wie kleine und mittelständische Unternehmen mit Green Marketing ökologische, ökonomische und soziale Ziele in Einklang bringen können. Dabei warnt er aber auch: Wer versucht, „Green Washing“ zu betreiben, also die herkömmliche Unternehmensstrategie mit ein paar hübschen Marketingfloskeln grün anzumalen, wird scheitern. Wirklich erfolgreiche Unternehmen entwickeln ein „Green Thinking“, das sie in ihre Unternehmenskultur integrieren und in jedem Bereich leben. Der Autor liefert dafür ganz konkrete Handlungsanweisungen in drei Schritten. Erstens: Warum sollte man als Unternehmen nachhaltig wirtschaften? Zweitens: Was ist zu tun, um das eigene Unternehmen in eine andere Richtung zu lenken? Und drittens: Wie kann man die Strategie in der Praxis umsetzen?

Ergänzt werden die Ausführungen im Buch durch Arbeitshilfen online, die den Lesern zum Download zur Verfügung stehen: Ein Fragebogen zur Potentialanalyse, Checklisten, Linklisten und verschiedene Vorlagen helfen bei der Umsetzung.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bestellungen. Entweder unter carla.jung@prospero-pr.de oder mit dem Bestellfax.

Heiner Weigand

Green Marketing - inkl. Arbeitshilfen online

Erfolgsstrategien für kleine und mittelständische Unternehmen

ISBN: 978-3-648-09596-6

1. Auflage 2016

224 Seiten

39,95 Euro

Hardcover

Pressekontakt:

**Prospero GmbH
Presse-und Öffentlichkeitsarbeit**

Carla Jung
Müllerstraße 27
80469 München

Tel: 089 27 33 83 16
Fax: 089 27 33 83 29
E-Mail: carla.jung@prospero-pr.de

www.prospero-pr.de

Über die Haufe Gruppe

Die Haufe Gruppe mit ihren Marken Haufe, Haufe Akademie und Lexware ist einer der deutschlandweit führenden Anbieter für digitale Arbeitsplatzlösungen und Dienstleistungen sowie für Aus- und Weiterbildung. Haufe Fachbücher und eBooks vereinen ein einzigartiges Gesamtprogramm mit Titeln aus den Bereichen Immobilien, Management, Marketing, Rechnungswesen und Human Resources. Aus den Kernbereichen eines erfolgreichen Verlagsgeschäftes hat sich die Haufe Gruppe konsequent zu einem Spezialisten für digitale und webbasierte Services entwickelt. Sie machen 95 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Die Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Freiburg beschäftigt über 1.500 Mitarbeiter im In- und Ausland. Sie verfolgt eine internationale Wachstumsstrategie, die durch das heutige Leistungs- und Produktportfolio getragen wird. Vorangetrieben wird der Wachstumskurs durch die erfolgreiche wechselseitige Nutzung der Kernkompetenzen und Stärken der einzelnen Unternehmen und Marken. So konnte die Haufe Gruppe trotz eines schwierigen Markt- und Konjunkturmehrfeldes im Geschäftsjahr 2015 (Juli 2014 bis Juni 2015) einen Umsatz von über 292 Mio. Euro erzielen (Vorjahr: über 266 Mio. Euro).

Haufe Herbst 2017: „Green Marketing“

„Green Thinking“ statt „Green Washing“: Nachhaltig erfolgreicher

Antwortfax: 089-273383-29

Wir sind interessiert an einem Rezensionsexemplar von:



- | | | |
|--|---------------|---|
| - „Green Marketing“ | Print / eBook | 0 |
| - einem Interview oder Gastbeitrag zum Thema | | 0 |
| - _____ | | 0 |

Medium _____

Verlag _____

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____