

Press release**IST-Hochschule für Management****Maria Vogel**

09/08/2022

<http://idw-online.de/en/news800847>Research results, Scientific Publications
Media and communication sciences
transregional, national**Green Marketing: Welchen Einfluss hat Nachhaltigkeit auf die Kommunikationspolitik von Unternehmen?**

Die Neuveröffentlichung „Grüne Marketing-Kommunikation: Green Communication im Marketing-Mix nachhaltigkeitsorientierter Unternehmen“ erläutert, wie die grüne in die klassische Marketing-Kommunikation integriert werden kann und wie Unternehmen entsprechende Maßnahmen konkret umsetzen. Mit dem Buch knüpfen die Autoren Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer und Sarah Sobolewski unter anderem an Inhalte aus dem Master-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ an der IST-Hochschule für Management an.

Kaum ein Bereich hat in den letzten Jahren so viel Aufmerksamkeit erfahren wie das Thema Nachhaltigkeit. Der Klimawandel, Fridays for Future, Greta Thunberg und viele weitere Gründe haben dafür gesorgt, dass sich nicht nur Privatpersonen mit nachhaltigen Alternativen auseinandersetzen, sondern zunehmend auch Unternehmen. „Grün“ ist im Trend, und Nachhaltigkeit wird zunehmend zum Erfolgsfaktor für Unternehmen. Deshalb sollten sich Unternehmen ihre nachhaltige Unique Selling Proposition (USP) bewusst machen, sich strategisch danach ausrichten und dies auch bewusst kommunizieren.

Seit einigen Jahren hat sich in diesem Kontext der Begriff „Green Marketing“ bzw. „Nachhaltigkeitsmarketing“ durchgesetzt. Durch den vorgeschlagenen Green Deal der Europäischen Union gewinnt das Konzept weiter an Relevanz, da die Unternehmen angehalten sind, sich mit einem nachhaltigen Re-Design ihrer Produkte zu beschäftigen.

Mit dieser Thematik beschäftigt sich Kommunikationsexperte Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer unter anderem im Master-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ an der IST-Hochschule für Management. „Green Marketing ist kein kurzfristiger Trend“, betont der Studiengangsleiter. „Demzufolge wird auch grüner Marketingkommunikation eine wichtige Bedeutung in Unternehmen zukommen. Sie steht unter besonderen Aufgaben und Herausforderungen, weil die Anspruchsgruppen hier meist noch kritischer sind. Deshalb braucht es eine starke Professionalisierung in diesem Bereich, die Kommunikationsverantwortliche möglichst früh ausprägen sollten.“ Aufgrund dieser Wichtigkeit ist das Thema Nachhaltigkeit auch in Bauers Master-Programm immer wieder und in fast allen Lehrmodulen präsent.

Das neue Buch zum Thema „Grüne Marketing-Kommunikation“ zeigt, wie Unternehmen im Rahmen des Green Marketings einen Spagat zwischen offensiver und dennoch glaubwürdiger Kommunikation schaffen können. Damit knüpfen die Autoren unter anderen an Erkenntnisse an, die Co-Autorin und IST-Absolventin Sarah Sobolewski in ihrer Master-Thesis zum Einfluss von Nachhaltigkeit auf die unternehmerische Kommunikationspolitik im Rahmen des Green Marketings erforscht hat. Für ihre erkenntnisreiche Analyse ist die 28-Jährige mit dem IST-Absolventenpreis 2021 ausgezeichnet worden.

Weitere Informationen zum Buch gibt es hier: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-37860-8>.
Die IST-Hochschule verlost drei Exemplare. Hier geht es zur Verlosung: <https://www.ist-hochschule.de/aktion/1570>.
Teilnahmeschluss ist Sonntag, der 30. Oktober 2022.

Informationen zum Master-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ finden Interessierte auf der Webseite der IST-Hochschule für Management: <https://www.ist-hochschule.de/master-kommunikationsmanagement>.

contact for scientific information:

Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer: mjbauer@ist-hochschule.de



Die Autoren des neuen Buches zum Thema "Green Marketing".
IST-Hochschule für Management
IST-Hochschule für Management