

Yousef Hammoudah, Nico Zeh

Meaning is the New Marketing

Ein Impulsgeber für Marken, Organisationen und Menschen, die Sinn in ihrem Schaffen suchen

2021, 312 Seiten, Hardcover gebunden

EUR 34,95/EUA 35,90/sFr 39,38

ISBN 978-3-593-51469-7

Erscheinungstermin / Sperrfrist: 13.10.2021

Vom Feuerwerk zum Lagerfeuer: Es ist Zeit für eine neue Form von Marketing! Yousef Hammoudah und Nico Zeh haben einen Impulsgeber für Marken, Organisationen und Menschen geschrieben, die Sinn in ihrem Schaffen suchen.

Es ist an der Zeit, klassische Marketing-Mechanismen zu überdenken, denn sie funktionieren nicht mehr. In einer aufmerksamkeitsgetriebenen Welt, in der im Minutentakt bahnbrechende Produkte vorgestellt werden, ist das neueste Marketing-Feuerwerk abgebrannt, noch bevor es die Zielgruppe überhaupt wahrgenommen hat. Die Marketingexperten Yousef Hammoudah und Nico Zeh sind überzeugt: Gutes Marketing verkauft nicht nur Produkte, sondern verstärkt Werte. Es fokussiert auf den Menschen und dessen Nutzen vom Produkt. Nachhaltige Markenkommunikation passiert auf Augenhöhe. Auf der Basis von geteilten Werten zelebriert sie Perspektiven, die für alle Seiten von echter Bedeutung sind.

Mit ihrem Buch bieten die Autoren Organisationen, Unternehmen, Start-Ups, Parteien, Vereinen oder NGOs an, Schritt für Schritt den eigenen Kern zu entdecken und authentisch entlang der gesamten Marketing-Roadmap zu entfalten. Aus diesem inneren Zentrum heraus kann ein neues Verständnis für Wertschöpfung entstehen und im besten Fall ein bleibender Beitrag im Leben der Menschen geleistet werden. Mit ihrem 7-C-Modell zeigen Yousef Hammoudah und Nico Zeh einen Handlungsrahmen auf, um gängige Marketing-Maßnahmen durch ein gemeinsames, nachhaltig wirksames Bedürfnis zu ersetzen. Konkret verbergen sich dahinter *Character* (der Wesenskern jeder Marke), *Challenge* (das Problem, das mit dem Produkt gelöst wird), *Commitment* (das Versprechen, das Problem zu lösen), *Competences* (die Mittel, für die Problemlösung), *Contribution* (der Wertbeitrag, der für die Nutzer_innen erzeugt wird), *Culture* (die Projektionsfläche für Identität) und *Change* (das aus der Erfüllung des Commitments entstehende Ergebnis). Fallstudien von adidas, Ben & Jerry's und ABSOLUT illustrieren die Anwendbarkeit der 7 Cs.

Hammoudah und Zeh liefern weit mehr als nur einfache Marketing-Tools. Es geht für sie um die Weise, wie wir als Menschen zusammenleben wollen und wie wir als Wirtschaft einen echten Beitrag für eine offene, faire und nachhaltige Gesellschaft leisten können - ohne dabei nur an den Social Media Applaus zu denken. Für alle, die den Weg mitgehen wollen, ist ihr Buch ein unverzichtbarer Wegweiser.

Die Autoren

Yousef Hammoudah und Nico Zeh sind preisgekrönte Marketingexperten. Zuletzt haben sie die erfolgreiche »adidas Runners Community« aufgebaut, die Sportbegeisterte aus aller Welt miteinander vernetzt. Gemeinsam schaffen sie nachhaltige und effektive Marketingstrategien für Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen.

Kontakt

Margit Knauer, knauer@campus.de, 069 976 516-21

Inga Hoffmann, hoffmann@campus.de, 069 976 516-22