

Inhaltsübersicht

Abkürzungsverzeichnis	15
-----------------------------	----

Vorwort	19
---------------	----

GRUNDLAGEN

1. Einführung.....	23
2. Theorie.....	107
3. Empirie.....	193
4. Methodische Zugänge.....	261

HANDLUNGSFELDER & AKTEURE

1. Naturschutz	383
2. Konsum. Verkehr & Energie	459
3. Unternehmen	563
4. Kommune.....	677
5. Bildung	773

AUSGEWÄHLTE INSTITUTIONEN & ORGANISATIONEN.....	873
---	-----

Autorinnen & Autoren	917
----------------------------	-----

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
------------------------------------	-----------

Vorwort	19
----------------------	-----------

GRUNDLAGEN

1. Einführung

1.1 Nachhaltigkeitskommunikation: Verständnis - Entwicklung - Perspektiven <i>Gerd Michelsen.....</i>	25
1.2 Umwelt-, Risiko-, Wissenschafts- und Nachhaltigkeitskommunikation: Eine Verortung <i>Maik Adomßent & Jasmin Godemann.....</i>	42
1.3 Nachhaltigkeitskommunikation als politisches Instrument: Alte Defizite und neue Potentiale <i>Michael Wehrspaun & Charlotte Wehrspaun.....</i>	53
1.4 Nachhaltigkeit als Herausforderung für das Kommunikationsmanagement in Unternehmen <i>Andreas Severin.....</i>	64
1.5 Herausforderung Neue Medien <i>Andreas Möller</i>	76
1.6 Verständigung als Basis inter- und transdisziplinärer Zusammenarbeit <i>Jasmin Godemann.....</i>	85
1.7 Die ethische Dimension von Nachhaltigkeit <i>Hans-Peter Gensichen</i>	96

2. Theorie

2.1 Nachhaltigkeitskommunikation und mehr: die Perspektive der Psychologie <i>Lenelis Kruse.....</i>	109
2.2 Kommunikation der Nachhaltigkeit. Eine kommunikationstheoretische Fundierung <i>Andreas Ziemann</i>	121
2.3 Nachhaltigkeitskommunikation: eine systemisch-konstruktivistische Perspektive <i>Horst Siebert.....</i>	132

2.4	Der Beitrag der Erziehungswissenschaften für die Nachhaltigkeitskommunikation Dietmar Bolscho.....	141
2.5	Nachhaltigkeitskommunikation: eine soziologische Perspektive Karl- Werner Brand	149
2.6	Lebensstile – Der sanfte Weg zu mehr Nachhaltigkeit? Hellmuth Lange.....	160
2.7	Beiträge der Medientheorie(n) zu einer von Medien gestalteten Nachhaltigkeitskommunikation <i>Claudia de Witt</i>	173
2.8	Journalismus und Nachhaltigkeit. Oder: Ist Sustainability Development ein attraktives Thema? Beatrice Dernbach	182
3.	Empirie	
3.1	Umweltbewusstsein. Empirische Erkenntnisse und Konsequenzen für die Nachhaltigkeitskommunikation Heiko Grunenberg H Udo Kuckartz	195
3.2	Entwicklungspolitisches Bewusstsein Christian Wilmsen	207
3.3	Jugend und Mobilität Claus J. Tully.....	219
3.4	Zwischen Kompetenz und Partizipation – Befunde zur Lernforschung aus dem BLK-Programm «21» Horst Rode	230
3.5	Informationsverhalten in Umweltschutz und Nachhaltigkeit Korinna Schack.....	241
3.6	Nachhaltigkeit in Fernsehen und Hörfunk Friedrich Hagedorn H Heinz H. Meyer	250
4.	Methodische Zugänge	
4.1	Internetbasierte Nachhaltigkeitskommunikation Matthias Barth.....	263
4.2	Planungskommunikation und Nachhaltigkeit in der Stadt-, Regional- und Umweltplanung Heidi Sinning.....	274

4.3	Soziales Marketing <i>Gundula Hübner</i>	287
4.4	Kampagnenmanagement und Campaigning <i>Peter Metzinger</i>	297
4.5	Empowerment für eine zukunftsfähige Entwicklung <i>Klaus Seitz</i>	308
4.6	Mediation <i>Meinfred Striegnitz</i>	320
4.7	Supervision als Handlungsfeld von Nachhaltigkeitskommunikation <i>Ingeborg Wegehaupt-Schneider & Doris Rusteberg</i>	330
4.8	Gender im Mainstream – Konsequenzen für Theorie und Praxis der Nachhaltigkeitskommunikation <i>Angela Franz-Balsen</i>	338
4.9	Evaluation von Nachhaltigkeitskommunikation <i>Wolfgang Meyer & Reinhard Stockmann</i>	349
4.10	Besucherforschung in Museen: Evaluation von Ausstellungen <i>Volker Kirchberg</i>	361
4.11	Ausstellungen als Instrumente effektiver Nachhaltigkeitskommunikation <i>Thomas Pyhel</i>	373

HANDLUNGSFELDER & AKTEURE

1. Naturschutz

1.1	Naturschutz in Deutschland – Ziele, Herausforderungen, Lösungen <i>Johann Schreiner</i>	385
1.2	Naturbild <i>Gerhard Trommer</i>	395
1.3	Wahrnehmung und Bewusstsein im Naturschutz <i>Kai Schuster, Uwe Brendle & Karl-Heinz Erdmann</i>	405
1.4	Naturschutz und Lebensstile <i>Kai Schuster</i>	416
1.5	Naturschutzkommunikation <i>Maik Adomßent</i>	428

1.6	Biosphärenreservate <i>Sina Bremer & Karl-Heinz Erdmann</i>	439
1.7	Nachhaltigkeitskommunikation im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer – das NationalparkZentrum Multimar Wattforum <i>Gerd Meurs, Eckehard Bockwoldt H Willfried Janssen</i>	450
2.	Konsum, Verkehr & Energie	
2.1	Kommunikation des nachhaltigen Konsums <i>Lucia A. Reisch</i>	461
2.2	Nachhaltiger Konsum im Alltag – Konzeptioneller Zugang und empirische Erkenntnisse <i>Claudia Empacher H Immanuel Stieß</i>	472
2.3	Umweltschonendes Energienutzungsverhalten von Verbraucher(inne)n: Erklärungs- und Förderungsansätze <i>Andreas Homburg</i>	484
2.4	Verkehrswachstum und Modal Split <i>Peter Pez</i>	493
2.5	Kommunikation für eine nachhaltige Verkehrspolitik <i>Heiner Monheim</i>	503
2.6	Nachhaltigkeitskommunikation im Mobilitätssektor – Das Beispiel üstra AG <i>Anke Voigt</i>	513
2.7	Werbung für Energie-Effizienz <i>Klaus Wortmann</i>	523
2.8	Die Kampagne «Aus. Wirklich aus?» als Pilotprojekt <i>Klaus Wortmann</i>	531
2.9	Kampagnen zur Energieeffizienz der Deutschen Energie-Agentur – dena <i>Stephan Kohler & Verena Zahn</i>	538
2.10	«Solar – na klar!» - Deutschlands größte Kampagne für Solarwärme <i>Maximilian Gege und Peter Krabbe</i>	545
2.11	fair feels good. – Eine Informationskampagne zum Fairen Handel <i>Georg Abel H Volkmar Lübke</i>	552
3.	Unternehmen	
3.1	Nachhaltige Unternehmenskommunikation <i>Claudia Mast H Katja Fiedler</i>	565

3.2	Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen <i>Christian Herzig H Stefan Schaltegger</i>	577
3.3	Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship: Strategien gesellschaftsorientierter Unternehmenskommunikation <i>Ralf Weiß</i>	588
3.4	Stakeholder-Dialog als Instrument unternehmerischer Nachhaltigkeitskommunikation <i>Heike Leitschuh-Fecht</i>	599
3.5	Leitlinien und Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung <i>Jens Clausen & Thomas Loew</i>	608
3.6	Online-Nachhaltigkeitsberichterstattung: Trends, Gestaltungschancen, Befunde, Fallstricke <i>Ralfsenmann</i>	617
3.7	Kommunikation und Qualifizierung für nachhaltigkeits-orientierte Organisationsentwicklung <i>Carolyn Baedeker, Stefan Meier H Holger Rohn</i>	629
3.8	Das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung als Herausforderung für Volkswagen <i>Horst Minte, Ulrich Menzel, Daniel-Sascha Roth H Ina Thurn</i>	641
3.9	econsense – eine Unternehmensinitiative für den Nachhaltigkeitsdialog <i>Klaus Mittelbach</i>	651
3.10	Nachhaltigkeit im Bausektor <i>Heiner Kehlenbeck H Thomas Schmitz-Günther</i>	659
3.11	Wertorientiertes Nachhaltigkeitsmanagement bei der Deutschen Bahn AG <i>Jessica Ahrens H Joachim Kettner</i>	668
4.	Kommune	
4.1	Lokale Agenda 21 in Deutschland <i>Albrecht W. Hoffmann</i>	679
4.2	Lokale Nachhaltigkeitskommunikation – Soziale Milieus als Zielgruppen im lokalen Agenda-Prozess <i>Silke Kleinhüchelkotten & H.-Peter Neitzke</i>	689
4.3	Partizipative Verfahren in der kommunalen Planung <i>Christina Benighaus, Bettina Oppermann H Ortwin Renn</i>	698
4.4	Kultur-Evolution: Partizipation und Nachhaltigkeit <i>Harald Heinrichs</i>	709

4.5	Kommunale Nachhaltigkeitsindikatoren für die Nachhaltigkeitskommunikation <i>Volker Teichert</i>	721
4.6	Wissensmanagement in der lokalen Agenda 21 <i>Anke Rheingans-Heintze</i>	732
4.7	Stadtteilorientierte Umweltkommunikation durch intermediäre Organisationen <i>Michael Danner</i>	743
4.8	Kinder und lokale Agenda 21 am Beispiel München <i>Steffi Kreuzinger</i>	754
4.9	Lokale Agenda 21 und die «Eine Welt» <i>Marco Rieckmann</i>	762
5.	Bildung	
5.1	Nachhaltigkeitskommunikation bezogen auf Bildungsinstitutionen für Kinder unter sechs Jahren <i>Ute Stoltenberg</i>	775
5.2	Zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Nachhaltigkeitskommunikation in Schulen <i>Inka Bormann</i>	787
5.3	Handlungsfeld berufliche Bildung <i>Andreas Fischer</i>	798
5.4	Hochschule und nachhaltige Entwicklung <i>Hans-Peter Winkelmann</i>	809
5.5	Erwachsenenbildung und Bildung für eine nachhaltige Entwicklung <i>Heino Apel</i>	819
5.6	Außerschulische Umweltbildung <i>Marion Loewenfeld</i>	827
5.7	Informelle Umweltbildung <i>Eva Siekierski & Lars Wohlers</i>	838
5.8	Graslöwen Clubs und Graslöwen Klassenfahrten – Instrumente von Nachhaltigkeitskommunikation in der Freizeit von Kindern <i>Judith Perez</i>	848
5.9	Bildung für eine nachhaltige Entwicklung – Leitbild des niedersächsischen Cumcolum-Modells Mobilität <i>Erwin Curdt</i>	854

5.10 Zertifizierung von Umweltmanagementsystemen an Hochschulen	
<i>Joachim Müller, Harald Gilch H Friedrich Stratmann.....</i>	862

AUSGEWÄHLTE INSTITUTIONEN & ORGANISATIONEN

1. Rat für Nachhaltige Entwicklung – Nachhaltigkeit konkretisieren und popularisieren	
<i>Christiane Auerbeck & Kira Crome.....</i>	875
2. Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU)– Eine Stiftung für die Umwelt	
<i>Thomas Pyhel.....</i>	885
3. Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V.: Nachhaltigkeit ganz praktisch	
<i>Maximilian Gege H Christoph Kohler.....</i>	889
4. Greenpeace: Medienpräsent und spektakulär – ist das nachhaltig?	
<i>Svenja Koch.....</i>	894
5. BUNDjugend	
<i>Nicola Moczek.....</i>	901
6. Verband Entwicklungspolitik (VENRO): Blick über den Tellerrand	
<i>Steffen Beitz W Reinhard Hermle.....</i>	909
Autorinnen & Autoren	917