

Inhaltsübersicht

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

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

GRUNDLAGEN

1. Einführung.....	23
2. Theorie	109
3. Empirie.....	195
4. Methodische Zugänge.....	263

HANDLUNGSFELDER & AKTEURE

1. Naturschutz.....	385
2. Konsum, Verkehr & Energie.....	461
3. Unternehmen	565
4. Kommune.....	683
5. Bildung	779

AUSGEWÄHLTE INSTITUTIONEN & ORGANISATIONEN.....	881
---	-----

Autorinnen & Autoren	925
----------------------------	-----

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 Adombent & 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>	86
1.7 Die ethische Idee der Nachhaltigkeit und ihre Kommunikation <i>Ralf Döring, Tanja von Egan-Krieger, Barbara Muraca & Konrad Ott</i>	97

2. Theorie

2.1 Nachhaltigkeitskommunikation und mehr: die Perspektive der Psychologie <i>Lenelis Kruse</i>	111
2.2 Kommunikation der Nachhaltigkeit. Eine kommunikationstheoretische Fundierung <i>Andreas Ziemann</i>	123
2.3 Nachhaltigkeitskommunikation: eine systemisch-konstruktivistische Perspektive <i>Horst Siebert</i>	134

2.4	Der Beitrag der Erziehungswissenschaften für die Nachhaltigkeitskommunikation <i>Dietmar Bolscho</i>	143
2.5	Nachhaltigkeitskommunikation: eine soziologische Perspektive <i>Karl-Werner Brand</i>	151
2.6	Lebensstile – Der sanfte Weg zu mehr Nachhaltigkeit? <i>Hellmuth Lange</i>	162
2.7	Beiträge der Medientheorie(n) zu einer von Medien gestalteten Nachhaltigkeitskommunikation <i>Claudia de Witt</i>	175
2.8	Journalismus und Nachhaltigkeit. Oder: Ist Sustainability Development ein attraktives Thema? <i>Beatrice Dernbach</i>	184
3.	Empirie	
3.1	Umweltbewusstsein. Empirische Erkenntnisse und Konsequenzen für die Nachhaltigkeitskommunikation <i>Heiko Grunenberg & Udo Kuckartz</i>	197
3.2	Entwicklungspolitisches Bewusstsein <i>Christian Wilmsen</i>	209
3.3	Jugend und Mobilität <i>Claus J. Tully</i>	221
3.4	Zwischen Kompetenz und Partizipation – Befunde zur Lernforschung aus dem BLK-Programm «21» <i>Horst Rode</i>	232
3.5	Informationsverhalten in Umweltschutz und Nachhaltigkeit <i>Korinna Schack</i>	243
3.6	Nachhaltigkeit in Fernsehen und Hörfunk <i>Friedrich Hagedorn & Heinz H. Meyer</i>	252
4.	Methodische Zugänge	
4.1	Internetbasierte Nachhaltigkeitskommunikation <i>Matthias Barth</i>	265
4.2	Planungskommunikation und Nachhaltigkeit in der Stadt-, Regional- und Umweltplanung <i>Heidi Sinning</i>	276

4.3	Soziales Marketing <i>Gundula Hübner</i>	289
4.4	Kampagnenmanagement und Campaigning <i>Peter Metzinger</i>	299
4.5	Empowerment für eine zukunftsfähige Entwicklung <i>Klaus Seitz</i>	310
4.6	Mediation <i>Meinfried Striegnitz</i>	322
4.7	Supervision als Handlungsfeld von Nachhaltigkeitskommunikation <i>Ingeborg Wegehaupt-Schneider & Doris Rusteberg</i>	332
4.8	Gender im Mainstream – Konsequenzen für Theorie und Praxis der Nachhaltigkeitskommunikation <i>Angela Franz-Balsen</i>	340
4.9	Evaluation von Nachhaltigkeitskommunikation <i>Wolfgang Meyer & Reinhard Stockmann</i>	351
4.10	Besuchersforschung in Museen: Evaluation von Ausstellungen <i>Volker Kirchberg</i>	363
4.11	Ausstellungen als Instrumente effektiver Nachhaltigkeitskommunikation <i>Thomas Pyhel</i>	375

HANDLUNGSFELDER & AKTEURE

1. Naturschutz

1.1	Naturschutz in Deutschland –Ziele, Herausforderungen, Lösungen <i>Johann Schreiner</i>	387
1.2	Naturbild <i>Gerhard Trommer</i>	397
1.3	Wahrnehmung und Bewusstsein im Naturschutz <i>Kai Schuster, Uwe Brendle & Karl-Heinz Erdmann</i>	407
1.4	Naturschutz und Lebensstile <i>Kai Schuster</i>	418
1.5	Naturschutzkommunikation <i>Maik AdomBent</i>	430

1.6	Biosphärenreservate <i>Sina Bremer & Karl-Heinz Erdmann</i>	441
1.7	Nachhaltigkeitskommunikation im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer – das NationalparkZentrum Multimar Wattforum <i>Gerd Meurs, Eckehard Bockwoldt & Willfried Janssen</i>	452
2.	Konsum, Verkehr & Energie	
2.1	Kommunikation des nachhaltigen Konsums <i>Lucia A. Reisch & Martin Kreeb</i>	463
2.2	Nachhaltiger Konsum im Alltag – Konzeptioneller Zugang und empirische Erkenntnisse <i>Claudia Empacher & Immanuel Stieß</i>	474
2.3	Umweltschonendes Energienutzungsverhalten von Verbraucher(inne)n: Erklärungs- und Förderungsansätze <i>Andreas Homburg</i>	486
2.4	Verkehrswachstum und Modal Split <i>Peter Pez</i>	495
2.5	Kommunikation für eine nachhaltige Verkehrspolitik <i>Heiner Monheim</i>	505
2.6	Nachhaltigkeitskommunikation im Mobilitätssektor – Das Beispiel üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG <i>Anke Voigt</i>	515
2.7	Werbung für Energie-Effizienz <i>Klaus Wortmann</i>	525
2.8	Die Kampagne «Aus. Wirklich aus?» als Pilotprojekt <i>Klaus Wortmann</i>	533
2.9	Kampagnen zur Energieeffizienz der Deutschen Energie-Agentur – dena <i>Stephan Kohler & Verena Zahn</i>	540
2.10	«Solar – na klar!» – Deutschlands größte Kampagne für Solarwärme <i>Maximilian Gege und Peter Krabbe</i>	547
2.11	fair feels good. – Eine Informationskampagne zum Fairen Handel <i>Georg Abel & Volkmar Lübke</i>	554
3.	Unternehmen	
3.1	Nachhaltige Unternehmenskommunikation <i>Claudia Mast & Katja Fiedler</i>	567

3.2	Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen <i>Christian Herzig & Stefan Schaltegger</i>	579
3.3	Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship: Strategien gesellschaftsorientierter Unternehmenskommunikation <i>Ralf Weiß</i>	594
3.4	Stakeholder-Dialog als Instrument unternehmerischer Nachhaltigkeitskommunikation <i>Heike Leitschuh-Fecht</i>	605
3.5	Leitlinien und Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung <i>Jens Clausen & Thomas Loew</i>	614
3.6	Online-Nachhaltigkeitsberichterstattung: Trends, Gestaltungschancen, Befunde, Fallstricke <i>Ralf Isenmann</i>	623
3.7	Kommunikation und Qualifizierung für nachhaltigkeits-orientierte Organisationsentwicklung <i>Carolin Baedeker, Stefan Meier & Holger Rohn</i>	635
3.8	Das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung als Herausforderung für Volkswagen <i>Horst Minte, Ulrich Menzel, Daniel-Sascha Roth & Ina Thurn</i>	647
3.9	econsense – eine Unternehmensinitiative für den Nachhaltigkeitsdialog <i>Klaus Mittelbach</i>	657
3.10	Nachhaltigkeit im Bausektor <i>Heiner Kehlenbeck & Thomas Schmitz-Günther</i>	665
3.11	Wertorientiertes Nachhaltigkeitsmanagement bei der Deutschen Bahn AG <i>Jessica Ahrens & Joachim Kettner</i>	674
4.	Kommune	
4.1	Lokale Agenda 21 in Deutschland <i>Albrecht W. Hoffmann</i>	685
4.2	Lokale Nachhaltigkeitskommunikation – Soziale Milieus als Zielgruppen im lokalen Agenda-Prozess <i>Silke Kleinhüchelkotten & H.-Peter Neitzke</i>	695
4.3	Partizipative Verfahren in der kommunalen Planung <i>Christina Benighaus, Bettina Oppermann & Ortwin Renn</i>	704
4.4	Kultur-Evolution: Partizipation und Nachhaltigkeit <i>Harald Heinrichs</i>	715

4.5	Kommunale Nachhaltigkeitsindikatoren für die Nachhaltigkeitskommunikation <i>Volker Teichert</i>	727
4.6	Wissensmanagement in der lokalen Agenda 21 <i>Anke Rheingans-Heintze</i>	738
4.7	Stadtteilorientierte Umweltkommunikation durch intermediäre Organisationen <i>Michael Danner</i>	749
4.8	Kinder und lokale Agenda 21 am Beispiel München <i>Steffi Kreuzinger</i>	760
4.9	Lokale Agenda 21 und die «Eine Welt» <i>Marco Rieckmann</i>	768
5.	Bildung	
5.1	Nachhaltigkeitskommunikation bezogen auf Bildungsinstitutionen für Kinder unter sechs Jahren <i>Ute Stoltenberg</i>	781
5.2	Zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Nachhaltigkeitskommunikation in Schulen <i>Inka Bormann</i>	793
5.3	Handlungsfeld berufliche Bildung <i>Andreas Fischer</i>	804
5.4	Hochschule im Horizont nachhaltiger Entwicklung <i>Maik AdomBent, Jasmin Godemann & Gerd Michelsen</i>	815
5.5	Erwachsenenbildung und Bildung für eine nachhaltige Entwicklung <i>Heino Apel</i>	828
5.6	Außerschulische Umweltbildung <i>Marion Loewenfeld</i>	836
5.7	Informelle Umweltbildung <i>Eva Siekierski & Lars Wohlers</i>	847
5.8	Graslöwen Clubs und Graslöwen Klassenfahrten – Instrumente von Nachhaltigkeitskommunikation in der Freizeit von Kindern <i>Judith Perez</i>	857
5.9	Bildung für eine nachhaltige Entwicklung – Leitbild des niedersächsischen Curriculum-Modells Mobilität <i>Erwin Curdt</i>	863

5.10 Zertifizierung von Umweltmanagementsystemen an Hochschulen <i>Joachim Müller, Harald Gilch & Friedrich Stratmann</i>	871
--	-----

AUSGEWÄHLTE INSTITUTIONEN & ORGANISATIONEN

1. Rat für Nachhaltige Entwicklung – Nachhaltigkeit konkretisieren und popularisieren <i>Christiane Averbek & Kira Crome</i>	883
2. Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) – Eine Stiftung für die Umwelt <i>Thomas Pyhel</i>	893
3. Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V.: Nachhaltigkeit ganz praktisch <i>Maximilian Gege & Christoph Kohler</i>	897
4. Greenpeace: Medienpräsenz und spektakulär – ist das nachhaltig? <i>Svenja Koch</i>	902
5. BUNDjugend <i>Nicola Moczek</i>	909
6. Verband Entwicklungspolitik (VENRO): Blick über den Tellerrand <i>Steffen Beitz & Reinhard Hermle</i>	917
Autorinnen & Autoren	927