
Inhaltsverzeichnis

**Teil I Wissenschaftliche und Unternehmerische Einordnung von Nachhaltigkeit
und Nachhaltigkeitskommunikation**

1 Nachhaltige Entwicklung: Ursprung und aktuelle Herausforderungen verstehen und Zukunftsperspektiven entwickeln, damit alle mitreden und handeln können.	3
Elizabeth Hofvenschiöld und Maud Helene Schmiedeknecht	
2 Auf dem Weg in eine nicht fossile Zukunft: Ein Ökosozialfonds kann helfen – Interview mit Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. Ulrich Hemel	27
Heidrun Haug	

Teil II Haltung, Führung und kommunikative Verantwortung – Wie eine nachhaltige Organisation zukunftsfähig wird

3 Leadership for Sustainability – Gemeinsame Haltung aller Führungskräfte.	33
Uta-Micaela Dürig	
4 Nachhaltigkeit und Kommunikation: Es geht um Wirkung.	49
Heidrun Haug	
5 Nachhaltige Kommunikation.	69
Wilfried Mödinger	
6 Kommunikationsteams: Vom Zaungast zum aktiven Gestalter nachhaltiger Transformation	91
Ina Dürig, Jana Schmülling und Georg Lahme	
7 What if? Auf dem Weg zu einem nachhaltigen Zukunftsnarrativ	105
Marc Oliver Volland	

8	Greenwashing als Teil der Unternehmenskommunikation: Erfahrungen aus der Finanzbranche	111
	Bernd Villhauer	
9	Green Claims: Rechtliche Rahmenbedingungen	121
	Henrik Steffen Becker, Anno Haberer und Andreas Torka	
10	Ethik, Ethos, Einfluss: Was macht Kommunikation glaubwürdig?	135
	Matthias Ernst	
11	Dialoge nachhaltig führen: Über Störungen und Klärungen in internen Gesprächen	147
	Anna Tomfeah	
12	4 Phasen der Nachhaltigkeitskommunikation	163
	Karina Wolf	
13	FußAbdruck der Kommunikation: Was bedeutet es, nachhaltig zu kommunizieren? – Interview mit Prof. Dr. Ulrike Röttger	179
	Heidrun Haug und Leonie Blank	
14	In a Nutshell: Leitlinien einer guten Nachhaltigkeitskommunikation.	185
	Heidrun Haug und Uta-Micaela Dürig	
Teil III Praxisbeispiele: Gelebte Nachhaltigkeitskommunikation in Unternehmen und Institutionen		
15	Nachhaltigkeit bei Miele: Vorbild sein, Eigenverantwortung fördern und die Belegschaft mitnehmen – Interview mit Rebecca Steinhage.	191
	Uta-Micaela Dürig	
16	Die Selbstüberwindung der Nachhaltigkeitskommunikation.	197
	Patrik Edlund	
17	Society 5.0: Technologiepositive Kommunikation mit gesellschaftlicher Langzeitperspektive	207
	Niels Meinke	
18	Nachhaltigkeit in Marketing und Kommunikation: Auf dem Weg zu einer 1KOMMA5° Bewegung	215
	Sophia Rödiger	
19	Eine gemeinsame Lernreise – Der Public-Engagement-Ansatz aus der Wissenschaftskommunikation.	223
	Patrick Klügel	

20	Erst machen, dann kommunizieren: Von der Nachhaltigkeitsstrategie zur authentischen Nachhaltigkeitskommunikation am Beispiel der CHIRON Group	235
	Anna-Lena Kniebel, Lisa-Alexandra Reehten und Julia Schuster	
21	Envirom—A Small Company with Green Ambitions	243
	Hanna Rommerud	
22	Motivierend und wirksam: Nachhaltigkeitskommunikation im Unternehmenskontext.	249
	Max Burger und Fabian Müller	
23	Nachhaltige Veranstaltungen am Beispiel der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU)	271
	Markus Große Ophoff	
24	Coopetition als Voraussetzung für klare Kommunikation – Von Datensilos zu Transparenz und Partnerschaft	283
	Jörg Walden	
25	Die Unternehmensphilosophie ist Kyoceras Grundlage und Motivation, um stetig nachhaltiger zu werden – Interview mit Dietmar Nick.	289
	Björn Eichstädt und Emily Bischof	
	Nachwort: Gründe zur Hoffnung	297
	Glossar: die wichtigsten Begriffe rund um Nachhaltigkeit.	299