
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 Voland	

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 fördernd 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