

Inhalt

Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung	7
<i>Anna Sophie Kümpel, Christina Peter, Anna Schnauber-Stockmann, Frank Mangold</i>	
GreenfluencerInnen – eine neue Form der Nachhaltigkeitskommunikation?	19
<i>Isabell Koinig & Sandra Diehl</i>	
Sinnfluencer*innen: Der Schlüssel zu mehr Glaubwürdigkeit in Social Media? Ein Experiment zur Wahrnehmung von Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram	41
<i>Jasmin Baake, Mareike Gensich, Theresa Kraus, Carolina Müller, Sophie Przyklenk, Patrick Rössler, Chelsea Walpert, Anne Marie Zang</i>	
#Plastikverschmutzung – Ist Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram eine Frage von Nähe und Distanz?	63
<i>Anja Kalch & Tanja Habermeyer</i>	
Wirkung nach Werten: Förderung von umweltfreundlichem Verhalten durch die Übereinstimmung von Wertorientierung und Wertappell?	85
<i>Anna Schorn</i>	
Extreme Botschaften und die Rolle von Empathie – Analyse der Effektivität der Kommunikation von Tierschutzorganisationen mit extremen furchtinduzierenden Botschaften und Personifizierung	107
<i>Tanja Habermeyer, Janine N. Blessing & Rebecca Hellmeier</i>	
Die Stimme der Natur – Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss der moralischen Emotion Schuld bei der Rezeption von Naturdokumentationen auf umweltschützende Verhaltensintentionen	133
<i>Anica Lammers & Anna Freytag</i>	

Durch Social Media zu politischem Konsum? Eine Experimentalstudie zur Wirkung von journalistischen und mobilisierenden Hinweisen über die Nachhaltigkeit von Unternehmen	149
<i>Ole Kelm & Marco Dohle</i>	
Like a Halloween Horror Show? Das Framing von Ernährung und Nachhaltigkeit in Alltagsdiskussionen auf Facebook-Seiten von Supermärkten in fünf Ländern	169
<i>Imke Hoppe & Katharina Kleinen-von Königslöw</i>	
Genderbasierte Diskriminierung in der Klimawandeldebatte auf Twitter	191
<i>Elisabeth Hopfe, Filipa Lessing, Gregor Willenbrock, Marko Bachl & Sabine Reich</i>	
Driving Forces in Green Advertisements: A Comparison of Green Advertisements in Ten Countries	209
<i>Jörg Matthes, Carolin Eicher, Brigitte Naderer, Ariadne Neureiter, Desireé Schmuck, Masoumeh Zibarzani</i>	
Nachhaltigkeit und die Nutzung und Wirkung von Virtual Reality	231
<i>Felix Reer</i>	