



Nachhaltigkeit vermitteln

—

bewusstseinsbildend, motivierend, authentisch!





Wie kann Kommunikation Menschen motivieren, nachhaltiger zu handeln – im Arbeitsalltag und im Privatleben?

Amelie Thomé & Kajsa Schwerthöffer



NACHHALTIGKEIT VERMITTELN

ABLAUF

Impuls	<ul style="list-style-type: none">→ oekom - Nachhaltigkeit als gelebte Unternehmenskultur→ Erfolgsfaktoren wirkungsvoller Nachhaltigkeitskommunikation
Interaktive Umfrage via Mentimeter	→ Welche (Kommunikations-)Formate sind besonders geeignet, um nachhaltigen Konsum besonders auf lokaler Ebene wirkungsvoll zu fördern, insbesondere hinsichtlich der internen wie auch externen Kommunikation?
Diskussion & Fragerunde	Fragen, Erkenntnisse, Einladung zum Austausch und Netzwerken

- Der Fachverlag für Ökologie und Nachhaltigkeit im deutschsprachigen Raum seit 1989
- Ziel von oekom ist es, neue Wege für eine zukunftsfähige Gesellschaft aufzuzeigen



Nachhaltigkeit als gelebte Unternehmenskultur

- hohe Nachhaltigkeitsstandards
- Stabsstelle Nachhaltigkeit
- Transparenz und Mitsprache
- Klima- und Biodiversitätsprojekte

-> Glaubwürdigkeit nach innen und außen



Effektive Formate zur Einbindung der Mitarbeitenden

- Einführung in die Nachhaltigkeit
- 180-Sekünder zur Nachhaltigkeit
- Workshops
- Sozial-AG
- Betriebsausflug mit Arbeitseinsatz in eigenen Umweltschutz-Projekten



Moorprojekt – ein Einsatz, der Werte schafft und Identifikation stärkt.

- Pionierprojekt im FFH-Gebiet
- fachliche Begleitung beim Arbeitseinsatz
- finanzielle Unterstützung maßnahmenbezogen
- fachliches Monitoring
- persönlicher Kontakt zu Stakeholdern



Klimakommunikation oder **Nachhaltigkeitskommunikation** hat die Aufgabe, breite Handlungsbereitschaft und **Akzeptanz** für die relevanten (Klimaschutz-) Maßnahmen zu schaffen. Sie (...) weckt Interesse, ist wertschätzend, **lebensnahe**, konkret und **lösungsorientiert**, motiviert uns zum **Handeln** und lädt (...) ein mitzumachen.



ERFOLGSFAKTOREN

wirksamer Nachhaltigkeitskommunikation

- Alltagsnähe & Regionalität
 - > Lebenswelt der Zielgruppe
- Positivität
 - > Lösungen statt Verzicht
- Selbstwirksamkeit fördern
 - > Möglichkeiten aufzeigen



ERFOLGSFAKTOREN

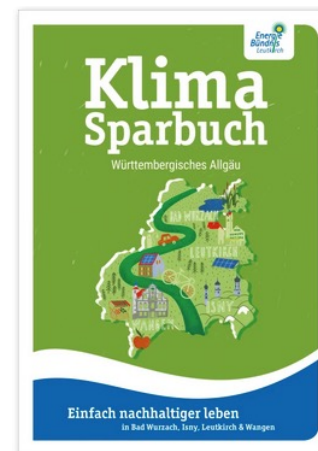
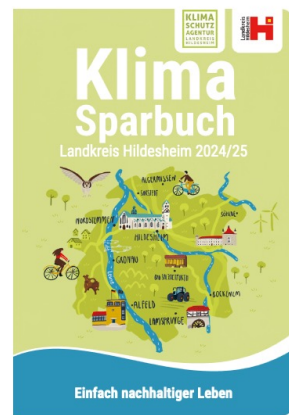
wirksamer Nachhaltigkeitskommunikation



- Vertrauen
 - > Glaubwürdigkeit durch klare, faktenbasierte Kommunikation
- Gemeinschaft
 - > Klimaschutz ist eine Gemeinschaftsaufgabe vs. Schuld- und Ohnmachtsgefühle
- Zielgruppenspezifische Kommunikation / Kanäle

KLIMASPARBUCH Regionales Ratgeber- und Gutscheinbuch

- Klimatipps aus allen Bereichen des Alltags, Ernährung, Konsum, Mobilität, Wohnen und Bauen – regional angepasst
- Gutscheine von nachhaltigen Einzelhändler*innen aus der Region
- Positive Bilder, motivierende Sprache
- Initiativen, Vereine aus der Region: Repaircafés, Hofläden, Wochenmärkte, Energieberatung etc.
- Glaubwürdigkeit durch die Herausgabe durch die Kommune, Landkreis, Bürgerenergiegenossenschaft etc.



KLIMASPARBUCH in den Medien

Kreis Groß-Gerau stellt neues Klimaschutzparbuch vor

Fuldaer Zeitung

STARTSEITE LOKALES FASTNACHT MEDIATHEK E-BELAGEN ANZEIGEN TICKETS ABO

Geld sparen und Klima schützen mit dem ersten Klimaschutzparbuch Bad Orb

07. MÄRZ 2019



Foto: Stadt Bad Orb

Von Katja Heßberger - 5. Mai 2023

264



Startschuss für das „Klimasparbuch“

Von Stadt Gießen Dezernat IV - 17. September 2021



Startseite > Regional > Region Allgäu > Leutkirch > Sparbuch gibt Tipps und Tricks für den...

Leutkirch

Sparbuch gibt Tipps und Tricks für den Klimaschutz

Leutkirch / Lesedauer: 2 min



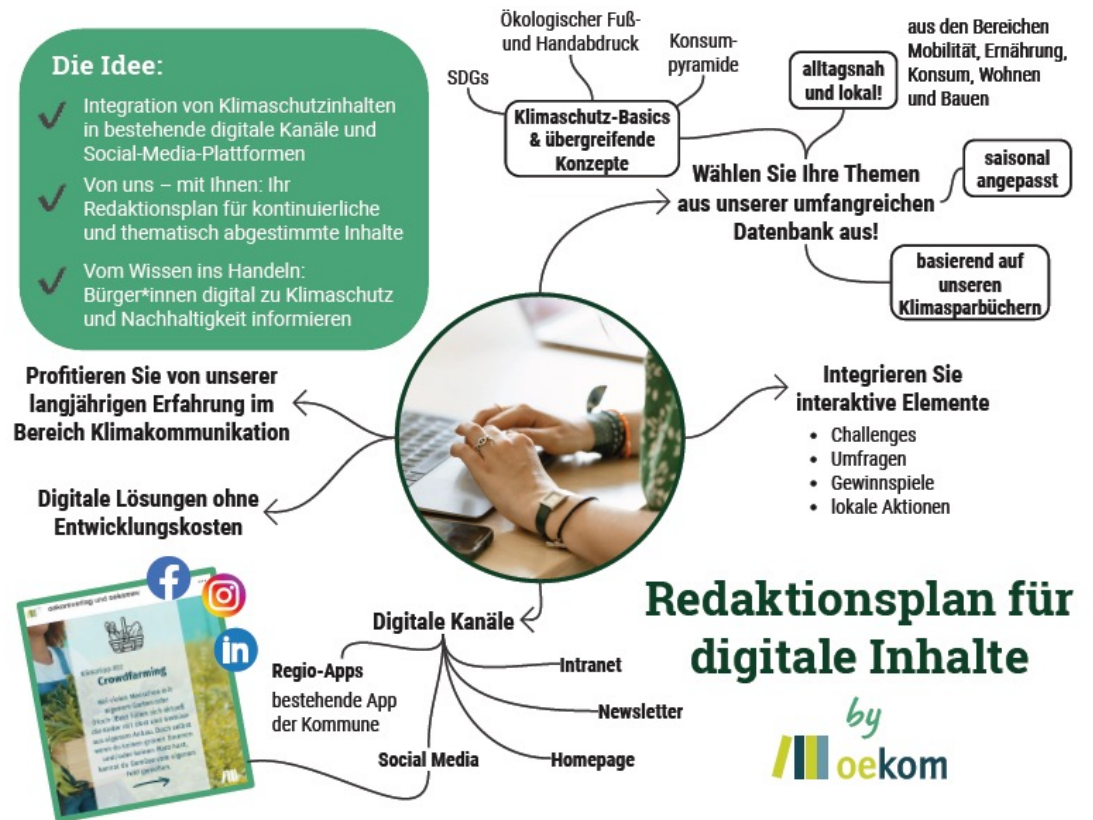
Die (Ober-) Bürgermeister der vier beteiligten Städte werben für das Klimaschutzparbuch: Michael Lang (von links, Wangen), Alexandra Scherer (Bad Wurzach), Rainer Magenreuter (Isny) und



172

Darüber hinaus entwickeln wir

- kompakte Printprodukte
- Redaktionspläne für digitale Inhalte
- Vermittlung von oekom-Autor*innen als Referent*innen



Fragen?

Welche (Kommunikations-)Formate sind besonders geeignet, um nachhaltigen Konsum besonders auf lokaler Ebene wirkungsvoll zu fördern, insbesondere hinsichtlich der internen wie auch externen Kommunikation?

→ Umfrage via Mentimeter:

> Link: <https://www.menti.com/alon7dzt5aa3>

> Zugangscode: 6707 1060



FRAGEN



ERKENNTNISSE



EINLADUNG ZUM AUSTAUSCH UND
NETZWERKEN

Kontakt oekom verlag

oekom – Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH

Amelie Thomé – Akquise und Projektmanagement | Klimakommunikation

Fon: 089/544184 – 257

E-Mail: thome@oekom.de

Kajsa Schwerthöffer – Nachhaltigkeitsbeauftragte

Fon: 089/544184 – 233

E-Mail: schwerthoeffler@oekom.de

Web:

www.oekom.de

www.klimasparbuch.de

www.linkedin.com/company/oekom-verlag
