

Vorworte

Maria Krautzberger , Präsidentin des Umweltbundesamtes	4
Prof. Dr. Maximilian Gege, Dieter Brübach, Kristina Kara, Martin Oldeland , B.A.U.M. e. V.	6
Nachhaltigkeit glaubwürdig und wirksam kommunizieren	7
Nachhaltigkeit – die Herausforderung des 21. Jahrhunderts	8
Prof. Dr. Gerd Michelsen, Leuphana Universität Lüneburg	
Medien können Hoffnung machen!	11
Fritz Lietsch, forum Nachhaltig Wirtschaften	
Welche Berichterstattung ist dem Thema „nachhaltiges Wirtschaften“ angemessen?	14
Marc Winkelmann, enorm	
Was macht Nachhaltigkeitsthemen für die Medien attraktiv?	16
Statements von Journalisten	
Wirksam und glaubwürdig kommunizieren	18
Prof. Brigitte Biermann, triple innova GmbH	
Stakeholder-Einbindung – Von der Pflicht zur Kür	22
Dr. Norbert Taubken, Scholz & Friends Reputation	
Wer schweigt, verliert das Vertrauen seiner Kunden	25
Joachim Schöpfer, Serviceplan Corporate Reputation GmbH & Co. KG	
Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation für KMU	28
Ludwig Karg und Kristin Petersen, B.A.U.M. Consult GmbH München	
Einmal grün anstreichen	30
Nick Reimer, klimaretter.info	
Kann Unternehmenskommunikation zu nachhaltigeren Konsummustern beitragen?	32
Prof. Dr. Christa Liedtke, Julia Nordmann und Dr. Holger Berg, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie	
CSR und Social Media	35
Dr. Tim Breitbarth, Bournemouth University, und Riccardo Wagner, Better Relations	
Psychologie der Massen	37
Prof. Dr. Christian Klöckner, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim, im Interview mit Angela Imdahl, imdahl-institut	
Klimawandel erleben	40
Arne Dunker, Klimahaus Bremerhaven 8° Ost	
Die Initiative „Gemeinsam bewegen“	43
Nico Briskorn, VfL Wolfsburg	

B.A.U.M.-Portrait	45
B.A.U.M.-Jahresrückblick 2015	46
B.A.U.M. 2015 im Spiegel der Presse	48
Wie werden wir künftig wirtschaften?	50
Energie und Klimaschutz	54
Finanzierung von Klimaschutz und „grünem“ Wachstum in Europa	58
Prof. Dr. Maximilian Gege, B.A.U.M. e. V.	
Ressourcenschutz: ökonomisch und ökologisch sinnvoll	62
Wege in die Zukunft – nachhaltige Mobilität für Unternehmen	65
Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen	68
Engagiert für Nachhaltigkeit	71
Angebote	76
B.A.U.M.-Ehrenkodex	77
Langjährige Partner im B.A.U.M.-Netzwerk	79
B.A.U.M.-Gremien	80
Mitwirkungen und Funktionen	81
B.A.U.M.-Mitglieder: ausgezeichnet für Nachhaltigkeit	83
Ehrungen und Auszeichnungen	84
Die B.A.U.M. Zukunftsgenossenschaft	86
B.A.U.M. Consult	88
Firmenportraits	91
Mitgliederverzeichnis	215
Serviceverzeichnis	237
Beitrittserklärung	239
Impressum	innere Umschlagseite