

Kompetenzen für Nachhaltigkeitsjournalismus

Berichterstattung über die gesellschaftliche Transformation erfordert Wissen, Kenntnisse und Fertigkeiten. *Von Beatrice Dernbach*

Abstract Nachhaltigkeit ist ein aktuelles, komplexes Themenfeld, das in Medien aller Art immer sichtbarer wird. Dies erfordert seitens der Medienschaffenden fundierte Sach-, Fach- und Vermittlungskompetenzen: Sie benötigen Wissen, Kenntnisse und Fähigkeiten, die angesichts der gesellschaftlichen „Großen Transformation“ für die Recherche, die Einordnung und die verständliche Darstellung essenziell sind. In diesem Beitrag wird – nach einem kurzen Rückblick in die Geschichte der Ökologieberichterstattung – diskutiert, inwieweit die für die journalistische Praxis notwendigen Kompetenzen in der Aus- und Weiterbildung gelehrt und gelernt werden können.

*Prof. Dr. Beatrice
Dernbach ist In-
haberin der For-
schungsprofessur für
Nachhaltigkeits- und
Wissenschaftskommunikation und lehrt im
Studiengang Technik-
journalismus/Technik-
PR an der Technischen
Hochschule Nürnberg
Georg Simon Ohm.*

In den 1970er Jahren wusste im deutschen Journalismus niemand etwas mit dem Begriff Ökologie anzufangen. Die Umweltberichterstattung fokussierte bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts im Wesentlichen auf negative Ereignisse, wie Wald- und Robbensterben, Öltankerunglücke, Unfälle in kerntechnischen (Sellafield in Großbritannien, Tschernobyl in der Ukraine etc.) und chemischen (im indischen Bhopal aber auch am Rhein) Anlagen (vgl. Dernbach 2000, S. 21 f.). Analysen der Ökologie-Berichterstattung zeigten einige charakteristische Merkmale: Sie fand vor allem im Ressort Politik statt, in Form von Nachrichten und Berichten, in denen die politisch-institutionellen Akteure den „Öko-Diskurs“ dominierten. Die „Dimensionen der sozialen und kulturellen Lebenswelten“ (ebd., S. 27) spielten nur selten eine Rolle. Kritisiert wurde auch, dass „in der Berichterstattung über Umweltgefahren nur selten die Ursachen zum Thema gemacht wurden“, dass „die Darstellung meist zustands- und nicht prozessorientiert, also kurz- statt langfristig ausgerichtet ist“ und „die Komplexität des Themas auf wenige eingängige Fakten, Bilder und Symbole reduziert wird“ (ebd., S. 28).

Die Erklärungen für diese Erkenntnisse basierten auf den Strukturbedingungen des Mediensystems, das heißt vor allem den Standards der Themenselektion und -bearbeitung in den unterschiedlichen Medien und Ressorts, den Barrieren auf der Redaktionsebene (Zu welchem Ressort gehören ökologische Themen?) und der Frage nach den notwendigen und vorhandenen Kompetenzen der Journalist:innen. Umwelt war und ist ein „Querschnittsthema“, das fundierte Kenntnisse in sehr unterschiedlichen Bereichen wie Biologie und Wirtschaft, aber auch persönliches Interesse, Engagement, Leidenschaft und Ausdauer fordert sowie Zeit und Beharrlichkeit für die Recherche benötigt (vgl. Schmidt 2000, S. 150-153). Anfang der 2000er Jahre war weder das Berufsbild des Umweltjournalisten anerkannt, noch gab es spezifische Aus- und Fortbildungsangebote¹.

Der Sprung in die 2020er Jahre

Zwar hat sich das Themenfeld weit über das ökologische Verständnis von Umwelt und deren Schutz ausgeweitet, die mediale Berichterstattung steht jedoch immer noch vor den gleichen beziehungsweise noch problematischeren strukturellen Hürden. Gleichwohl der Bedarf an „gutem Umweltjournalismus“ (Krämer 2020) nach wie vor als hoch und steigend bewertet wird, haben sich die Rahmenbedingungen in den etablierten Print- und Rundfunk-Medien nicht verbessert. Im Gegenteil: Aufgrund der publizistischen und vor allem ökonomischen Krise der Medien (insbesondere der Verlage), der inneren Umstrukturierung der Organisationen und Redaktionen und der bisweilen prekären Berufssituation (junger) Journalist:innen ist die Etablierung eigener Umweltredaktionen nach wie vor nicht in Sicht. Gleichzeitig bietet diese Transformation des publizistischen Marktes und die Herausforderung der Klimakrise – so zynisch das klingen mag – auch eine Chance: Die Komplexität des Themenfeldes „nachhaltige Transformation der Gesellschaft“ erfordert interdisziplinär denkende, gut vernetzte, engagierte Medienschaffende, die ihr Publikum nicht verängstigen oder missionieren, sondern im besten Fall zur Veränderung des Lebensstils motivieren. „Journalismus als Impulsgeber in der öffentlichen Kommunikation ist gefordert, diese Komplexität der Informationen

1 Eine Ausnahme war das Seminar „Umweltberichterstattung im Lokalen“ (siehe Dernbach/Heuer 2000) der Journalistenschule Ruhr (heute Procontent <https://www.procontent.de/>).

zu reduzieren, damit die Akteure aus Politik, Ökonomie und vor allem der Zivilgesellschaft entscheiden und handeln können“ (Dernbach 2021, S. 69).

Die funktionale Bedeutung des Journalismus in der informationsbedürftigen digitalisierten Weltgesellschaft – sichtbar geworden in der Klimakrise, der Corona-Pandemie und aktuell im Ukraine-Krieg – provoziert seine (theoretische und praktische) Neujustierung (vgl. Meier et al. 2020, S. 3). Neben den klassischen Funktionen Information, Beitrag zur Meinungsbildung sowie Kritik und Kontrolle hat sich die Rolle der Medien als eine Art Wissensmakler oder -speicher sowohl in individuellen als auch gesellschaftlichen Lifelong-Learning-Prozessen für die Mitglieder der Zivilgesellschaft gefestigt. Journalist:innen müssen mit Blick auf die Komplexität des Themenfeldes Nachhaltigkeit möglichst viele (wissenschaftliche) Sichtweisen verknüpfen, um Orientierung zu geben und keine zusätzliche Unsicherheit zu erzeugen. Sie müssen unterschiedlichste Akteure wahrnehmen und deren Informationen beobachten, einordnen, bearbeiten und vermitteln. Die Herausforderungen für die fragenden und erklärenden Journalist:innen sind dabei groß. Sie müssen sich sowohl in die Breite als auch in die Tiefe unterschiedlicher Fachgebiete einarbeiten, auf dem Laufenden sein, kritisch nach- und die Erklärungen hinterfragen. Damit liegt die Messlatte eines evidenzbasierten Nachhaltigkeitsjournalismus sehr hoch.

Zusammengefasst ergeben sich wesentliche Aspekte, die für Nachhaltigkeitsjournalismus relevant sind:

- ▶ Die Komplexität der „Großen Transformation“ (Schneidewind 2019) erfordert ihre interdisziplinäre (wissenschaftliche) Bearbeitung und damit die Kompetenz des interdisziplinären Denkens der Journalist:innen.
- ▶ Die Annäherung an die Felder der Nachhaltigkeit, die sich beispielsweise sehr pragmatisch in den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs) beziehungsweise der Agenda 2030 nachvollziehen lässt, funktioniert weniger denn je über die nachrichtliche Darstellung von Umweltkatastrophen, sondern über inspirierende und damit lösungsorientierte Beiträge.
- ▶ Vom Journalismus werden stärker denn je gefordert: sorgfältige Recherche, Selektion und Einordnung der Fakten, sachorientierte Analyse und Bewertung sowie die Diskussion von Lösungen auf der Basis des Konzepts des „konstruktiven Journalismus“ (Haagerup 2015).

Aus- und Weiterbildung für Nachhaltigkeitsjournalismus

An der Universität Lüneburg hat das Team um den Leiter des Instituts für Umweltkommunikation, Gerd Michelsen, bereits 2005 ein umfassendes Handbuch vorgelegt. Darin wurden sowohl die theoretischen Perspektiven als auch die praktischen Implikationen von Nachhaltigkeitskommunikation in Politik, Ökonomie, Wissenschaft und Medien analysiert (Michelsen/Godemann 2005). Unter anderem entstand in der Fortsetzung 2015 ein „Good Practice-Reader für guten Nachhaltigkeitsjournalismus“ (Achenbach et al. 2015). Basierend auf dem Verständnis der Brundtland-Kommission der Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales² hat die Forschungsgruppe fünf Kriterien für qualitativen Nachhaltigkeitsjournalismus vorgeschlagen:

- ▶ interdisziplinäre sowie ressortübergreifende Herangehensweise,
- ▶ Berücksichtigung der Gerechtigkeitsfrage (weltweit und generationenübergreifend),
- ▶ Herausstellen des Transformationsbezuges und der gesellschaftlichen Relevanz,
- ▶ Lösungshorizonte und -szenarien aufzeigen (Zukunftskompetenz),
- ▶ Partizipation ermöglichen und Handlungsoptionen eröffnen (vgl. Achenbach/Humburg 2015, S. 9).

Holger Wormer, Professor für Wissenschaftsjournalismus an der Technischen Universität Dortmund, hat unter der Bezeichnung „Medien-Doktor“ eine Monitoring-Plattform für die Medizin-, die Umwelt- und die Ernährungsberichterstattung aufgebaut.³ Erfahrene Journalist:innen begutachten ausgewählte Texte, TV- und Hörfunk-Beiträge anhand eines Kriterienkatalogs. Die 14 Faktoren reichen von „keine Übertreibung/Verharmlosung“, „Lösungsorientierung“ und „Faktentreue“ bis hin zu „Attraktivität der Darstellung“ und „Verständlichkeit“.⁴ Dieses Projekt wird systematisch begleitet und evaluiert und fließt in die Ausbildung der Studierenden ein.

2 Nachzulesen zum Beispiel unter Brundtlandt Bericht 1987, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm.

3 Auffindbar unter: <https://medien-doktor.de/>.

4 Anzusehen unter: <https://www.leuphana.de/studium.html>.

An der Leuphana Universität Lüneburg wurden im Zuge des oben beschriebenen Projekts ein Zertifikatsstudiengang Nachhaltigkeitsjournalismus eingerichtet und Praxis-Projekte mit externen Partnern durchgeführt; inzwischen bietet eine von drei Schools Studiengänge zu Nachhaltigkeitswissenschaften an.⁵ An vielen Hochschulen in Deutschland existiert 2022 ein vielfältiges Angebot an Studiengängen zur Nachhaltigkeit, aber nicht alle beschäftigen sich im Kern mit allen Dimensionen, sondern konzentrieren sich auf spezifische Aspekte, wie beispielsweise nachhaltige Rohstoffgewinnung (vgl. Jöhlinger 2022). Federführend sind die Hochschulen in Bochum und Eberswalde, deren Portfolio sehr grundlegend auf Nachhaltigkeit abgestimmt ist. Ein Studiengang Nachhaltigkeitsjournalismus oder -kommunikation wird bis dato nicht angeboten; gleichwohl findet sich in vielen Journalismusstudiengängen mindestens ein Modul.

Zu lehrende und zu lernende Kompetenzen

Angesichts der bereits skizzierten Komplexität des Themenfeldes ist die Herausforderung groß, entsprechende journalistische Kompetenzen zu beschreiben. Anknüpfend an verschiedene vorliegende Modelle wird folgende Kompetenz-Matrix vorgeschlagen (vgl. Dernbach 2022, S. 99):

Schlüsselkompetenzen in der digitalisierten Welt		
Allgemeinbildung, Lese- und Mathekompetenz und naturwissenschaftliches Wissen digitale und technische Kompetenzen soziale und kommunikative Kompetenzen		
Journalismusspezifische Sachkompetenzen	Journalismusspezifische Fachkompetenzen	Organisations-, Management-, unternehmerische Kompetenzen
Wissen und Kenntnisse in einem Gebiet Interdisziplinäre Kompetenzen = Einarbeiten in komplexe Themenfelder aus der Perspektive unterschiedlicher Disziplinen (Biologie, Geographie, Verfahrenstechnik, Ökonomie, Sozialwissenschaften etc.)	Wissen und Kenntnisse über Journalismus in Forschung und Praxis, sowohl national als auch international Fähigkeiten und Fertigkeiten im praktischen Journalismus (Produktion und Vermittlung journalistischer Inhalte)	Innovationsgestaltung, Unternehmens- und Finanzkonzepte, Formatentwicklung

Abbildung 1: Journalistische Kompetenzen in der sich transformierenden Mediengesellschaft.

5 Anzusehen unter: <https://www.leuphana.de/studium.html>.

Der Versuch diese Kompetenzen, fokussiert auf Nachhaltigkeitsjournalismus, curricular umzusetzen, ist ambitioniert. In einem einzigen Modul das entsprechend komplexe Lernziel zu erreichen, ist unmöglich. Deshalb konzentrieren sich viele Seminarangebote entweder auf die Inhalte der Nachhaltigkeit (beispielsweise entlang der SDGs oder Nachhaltigkeitsfelder Energie, Mobilität, Ernährung u.a.) oder die kommunikative Umsetzung.

Torsten Schäfer betrachtet in diesem Kontext den Klimawandel als zentrale Bezugsgröße der Nachhaltigkeit, „da er selbst viele Lebensbereiche erfasst und damit zu einer ganzheitlichen, übergreifenden Betrachtungsdimension wird, die sich quer bzw. additiv zu Einzelthemen verhält“ (Schäfer 2019, S. 381). Er schlägt daher als geeignetes Instrument das „Klimajournalistische Erzählen“ beziehungsweise „Storytelling“ vor, konkret umgesetzt beispielsweise aus der Perspektive der Selbsterfahrung (bspw. Teilnahme an einem Survival-Kurs), eines Rundgangs, einer „Patchwork-Erzählung“ aus mehreren Einzelteilen, als Produktgeschichte, als Vision/Utopie/Traum/Fiktion (vgl. Schäfer 2019, S. 390).

Im Fach „Nachhaltigkeitsjournalismus“ erarbeiten sich Studierende unterschiedlicher Disziplinen ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit.

An der Technischen Hochschule Nürnberg greifen mehrere Formate ineinander beziehungsweise ergänzen sich: In der Ringvorlesung zur Nachhaltigkeit präsentieren seit dem Wintersemester 2017/2018 Expert:innen aus unterschiedlichen Einrichtungen ihre Erkenntnisse zu Themenfeldern wie Transformationsprozesse, nachhaltige Projekte in der Region, Klimawandel und Mobilität; dabei wird immer auch ein Blick auf die öffentliche, gesellschaftliche und mediale Wahrnehmung und Diskussion geworfen. Im Wahlpflichtbereich können Studierende ein Fach „Nachhaltigkeitsjournalismus/ Nachhaltigkeit kommunizieren“ wählen, in dem Beiträge beispielsweise für das Dossier der Studierenden-Plattform *Querschrift* entstehen.⁶ Mit den Teilnehmenden aus dem Studiengang Technikjournalismus/Technik-PR sowie Studierenden aus technischen und ingenieurwissenschaftlichen Programmen wird zunächst ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit erarbeitet, auf dessen Basis entlang der UN-Nachhaltigkeitsziele Beispiele aus der Metropolregion Nürnberg recherchiert und beschrieben

6 Siehe <https://querschrift.de/category/nachhaltigkeit/>.

werden. Die Kommunikation „für und über Nachhaltigkeit“ (Genç 2017, S. 514 f.) war im Wahlpflichtfach „Nachhaltige Ideen finden und projektieren“⁷ eines von mehreren Feldern, das von einem interdisziplinär zusammengesetzten Dozierendenteam für Studierende aller Fakultäten durchgeführt worden ist. Als Lehr- beziehungsweise Lernziel wurde formuliert:

„Die Studierenden können gesellschaftlich relevante Probleme identifizieren, beschreiben und dazu kreativ eine Lösungsidee entwickeln. Sie können darauf aufbauend ein Projekt planen, in dem diese Lösungsidee umgesetzt wird. Sie können das Projekt finanziell kalkulieren, ein angemessenes Zeitmanagement an- und umsetzen sowie den Workflow organisieren. Sie kommunizieren die Idee und die dazugehörige Umsetzungsplanung sowohl gegenüber Fachleuten als auch gegenüber der Öffentlichkeit“ (Dernbach 2020, S. 12).

Exkurs: Schnittstellen zur Nachhaltigkeitskommunikation

Das oben skizzierte Lehrbeispiel wirft die Frage auf, ob Nachhaltigkeitsjournalismus und Nachhaltigkeitskommunikation das Gleiche sind. Die klare Antwort lautet: Nein! Zwar gibt es Gemeinsamkeiten, wie beispielsweise die Kanäle, aber die wesentlichen Unterschiede liegen in den kommunizierenden Akteuren und deren Intention: Während Journalistinnen und Redakteure für alle Mediengattungen und -formate nach den professionellen journalistischen Standards relevante und aktuelle Themen auswählen, bearbeiten und in die Öffentlichkeit vermitteln, kommunizieren Mitarbeitende aus der Ökonomie (Unternehmen, Verbände etc.), der Politik (z.B. Parteien, Behörden etc.), aus Kirchen und Bildungseinrichtungen sowie der Zivilgesellschaft (Vereine, NGOs) jeweils spezifische Themen an bestimmte Zielgruppen primär im eigenen Interesse. Dies muss nicht immer und ausschließlich im Materiellen liegen, sondern kann sich auf die Vermittlung der Werte der nachhaltigen Transformation konzentrieren, das heißt zum Handeln im Hinblick auf die Änderung des Lebensstils motivieren. Für große Unternehmen gilt in der Europäischen Union seit 2017 eine Pflicht zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (vgl. UBA

⁷ Einen Einblick gibt es auf der Seite <https://leonardo-zentrum.de/projekte/nachhaltige-ideen-entwickeln-gesellschaftliches-handeln-planen/>.

2022). Darüber hinaus ist wahrnehmbar, dass sich das Thema Nachhaltigkeit zunehmend in der Werbung widerspiegelt. Expert:innen sprechen vom sogenannten Greenwashing, wenn Organisationen und Unternehmen versuchen, „durch Kommunikation, Marketing und Einzelmaßnahmen ein ‚grünes Image‘ zu erlangen, ohne entsprechende Maßnahmen im operativen Geschäft systematisch verankert zu haben“ (Lin-Hi 2022). Mit Blick auf die Kompetenzen von Nachhaltigkeitskommunikator:innen bedeutet das: Sie benötigen zum einen Grundlagenwissen in Politik und/oder Ökonomie (vor allem Betriebswirtschaft), zum anderen Kenntnisse in strategischer Kommunikation beziehungsweise Marketing.

Sowohl Nachhaltigkeitsjournalist:innen als auch Nachhaltigkeitskommunikator:innen stehen vor einer vergleichbaren, großen Herausforderung: Sie müssen versuchen, „auch nichtakademische und Nachhaltigkeitsthemen reserviert gegenüberstehende Milieus durch neue und aktivierende Formen der Ansprache zu erreichen“ (Sundermann et al. 2021, S. 15). Für beide Akteur:innen wird dafür das Storytelling empfohlen (vgl. Schäfer 2019, S. 381; Fischer et al. 2021). Unter dem Akronym „SusTelling“ firmiert ein Projekt, „den Storytelling-Ansatz systematisch und evidenzbasiert für Herausforderungen in der Nachhaltigkeitskommunikation fruchtbar zu machen und zu einer wirksameren Aufbereitung von Nachhaltigkeitsthemen im Journalismus sowie in den Bezugsfeldern Wissenschaftskommunikation und unternehmerische Nachhaltigkeitskommunikation beizutragen“ (Sundermann et al. 2021, S. 15).

Fazit und Ausblick

Die Anforderungen an Nachhaltigkeitsjournalismus beruhen einerseits auf denen des Journalismus im Allgemeinen, wie die Erfüllung der Informations-, der Kritik- und Kontrollfunktion, des Beitrags zur Meinungsbildung; andererseits fordert die Komplexität der „Großen Transformation“ in vielerlei Hinsicht breites und vertieftes Wissen, interdisziplinäre Kenntnisse und technische Fähigkeiten, um die unterschiedlichen Zielgruppen nicht nur zu informieren, sondern auch zur Beteiligung an dem gesellschaftlichen, klimaschützenden Wandel zu motivieren. Dabei ergibt sich eine herausfordernde Gratwanderung für Journalist:innen: Wann kippt die erforderliche aufgeschlossene und engagierte Grundhaltung in die Position des Missionierenden oder Aktivistischen? Die Debatte um die Beteiligung von Klimaaktivist:innen von *Fridays for Future* an Ausgaben des

Magazins „Stern“ und der „taz“ im Herbst 2020 provozierte eine grundsätzliche Diskussion über die Rolle der Redakteurinnen und Redakteure: „Verlässt der Journalismus seine Position als unbeteiligte, aber kritische Beobachterinstanz, um aktiv an der gesellschaftlichen Transformation mitzuwirken?“ (Dernbach 2021, S. 72 f.).

Gut ausgebildete Journalist:innen können qua ihrer profunden, interdisziplinären Sachkenntnisse, ihrer fachlichen Expertise über die digitalisierte Medienwelt und ihrer handwerklichen Fähigkeiten einen konstruktiven Teil dazu beitragen, dass die Herausforderungen der nachhaltigen Transformation erkannt und verstanden, sowie dass gute Lösungen vorgestellt und diskutiert werden. Das ist ein hoher, aber erfüllbarer Anspruch – auch für die Ausbilder:innen.

Literatur

- Achenbach, Anja et al. (Hg.) (2015): *Good Practice. Reader für guten Nachhaltigkeitsjournalismus*. Lüneburg.
- Achenbach, Anja/Humburg, Anja (2015): Zur Auswahl. Was guten Nachhaltigkeitsjournalismus charakterisiert. In: Achenbach, Anja et al. (Hg.): *Good Practice. Reader für guten Nachhaltigkeitsjournalismus*. Lüneburg, S. 8-12.
- Dernbach, Beatrice (2022): Lernen und Lehren: (Social-Media-)Kompetenzen in der journalistischen Ausbildung. In: Schützeneder, Jonas/Graßl, Michael (Hg.): *Journalismus und Instagram*. Wiesbaden, S. 89-103.
- Dernbach, Beatrice (2021): Komplexität. Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 23). In: *Communicatio Socialis*, 54. Jg., H. 1, S. 69-74.
- Dernbach, Beatrice (2020): Ideenwerkstatt für die Region. In: *Die Neue Hochschule*, H. 3, S. 10-13.
- Dernbach, Beatrice (2000): Das Thema Umwelt in der lokalen Publizistik. In: Dernbach, Beatrice/Heuer, Harald (Hg.): *Umweltberichterstattung im Lokalen*. Wiesbaden, S. 20-40.
- Fischer, Daniel et al. (Hg.) (2021): *Nachhaltigkeit erzählen. Durch Storytelling besser kommunizieren?* München.
- Genç, Ruhet (2017): *The Importance of Communication in Sustainability & Sustainable Strategies*. In: *Procedia Manufacturing*, H. 8, S. 511-516, DOI: 10.1016/j.promfg.2017.02.065.
- Guenther, Lars (2017): *Evidenz und Medien. Journalistische Wahrnehmung und Darstellung wissenschaftlicher Ungesicherheit*. Wiesbaden.
- Haagerup, Ulrik (2015): *Constructive News*. Salzburg.
- Jöhlinger, Kirsten (2022): Alles im grünen Bereich. In: *Süddeutsche online vom 18.3.* <https://www.sueddeutsche.de/karriere/studium-nachhaltigkeit-bachelor-protokolle-1.5542788>.

Krämer, Tanja (2020): Warum wir mehr guten Umweltjournalismus brauchen.

In: *Journalist online* vom 4.9. <https://www.journalist.de/startseite/detail/article/warum-wir-mehr-guten-umweltjournalismus-brauchen>.

Lin-Hi, Nick (2022): Greenwashing. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/greenwashing-51592> (zuletzt aufgerufen am 12.4.2022).

Medien-Doktor Umwelt (2022): Projekt Medien-Doktor Umwelt. <https://medien-doktor.de/umwelt/>.

Meier, Klaus/Schützeneder, Jonas/Springer, Nina (2020): Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, Jonas/Meier, Klaus/Springer, Nina (Hg.): *Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8, DOI: <https://doi.org/10.21241/ss0ar.70813>*.

Michelsen, Gerd/Godemann, Jasmin (Hg.) (2005): *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation*. München.

Schäfer, Torsten (2019): Journalismus. In: Kluwick, Ursula/Zemanek, Evi (Hg.): *Nachhaltigkeit interdisziplinär*. Wien/Köln/Weimar, S. 379-395.

Schmidt, Peter (2000): Von Beruf Umweltjournalist: Spezialisten vor Ort sind rar. In: Dernbach, Beatrice/Heuer, Harald (Hg.): *Umweltberichterstattung im Lokalen*. Wiesbaden, S. 148-158.

Schneidewind, Uwe (2019): *Die große Transformation. Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels*. Frankfurt am Main.

Sundermann, Anna et al. (2021): Von Nachhaltigkeit und Storytelling – Eine Einführung in dieses Buch. In: Fischer, Daniel et al. (Hg.): *Nachhaltigkeit erzählen. Durch Storytelling besser kommunizieren?* München, S. 11-20.

Umweltbundesamt (UBA) (2022): Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/wirtschaft-umwelt/umwelt-nachhaltigkeitsberichterstattung-von>.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 12.4.2022.