

Literatur

Nachhaltigkeitskommunikation allgemein

- Bonfadelli H. 2002: Medieninhaltsforschung. Grundlagen. Methoden. Anwendungen, Konstanz
- Brand K.-W. 1999: Lebensstile und Umweltmentalitäten. Ein kulturelles Kontextmodell zur Analyse von Umwelthandeln im Alltag. In: Hofmann M., Maase K. & Warneken B.J. (Hg.): Ökostile. Zur kulturellen Vielfalt umweltbezogenen Handelns. Arbeitskreis Volkskunde und Kulturwissenschaften, Band 6, Marburg: 19-43
- Brand K.-W. 2002: Nachhaltig leben! Zur Problematik der Veränderung von Lebensstilen. In: Rink D. (Hg.): Lebensstile und Nachhaltigkeit. Konzepte, Befunde und Potentiale. Opladen: 183-204
- Bruhn M. & Tilmes J. 1989: Social Marketing. Stuttgart [u. a.].
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) 2006: Umweltbewusstsein in Deutschland 2006. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.
- Häfner P. & Gaus H. 2003: Social Marketing und Umweltschutz. Welche Rolle kann Social Marketing für die Veränderung umweltrelevanter Verhaltensweisen spielen? Chemnitz.
- Hübner G. & Felser G. 2001: Für Solarenergie. Konsumenten- und Umweltpsychologie strategisch anwenden. Heidelberg [u. a.].
- Kotler P., Roberto N. & Lee N. 2002: *Social Marketing: Improving the quality of life*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications
- Kuckarz U. & Schack K 2002: Umweltkommunikation gestalten. Eine Studie zu Akteuren, Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren des Informationsgeschehens. Leske + Budrich: Opladen
- MacFayden et al. 2003: Social Marketing. In: Baker R. (Ed.): The Marketing Book. Oxford
- Michelsen G. & Godemann J. 2005: Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. Oekom: München
- Roehl S. v. 1991: Social Marketing Kampagnen. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse am Beispiel der Kampagne zur Volkszählung 1987. Berg. Gladbach [u. a.].
- Reusswig F., Gerlinger K. & Edenhofer O. 2003: Lebensstile und globaler Energieverbrauch – Analyse und Strategieansätze zu einer nachhaltigen Energiestruktur. Expertise der Gesellschaft für Sozio-ökonomische Forschung (GSF), Potsdam, für den Wissenschaftlichen Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) für das Hauptgutachten des WBGU 2003 'Welt im Wandel: Energiewende zur Nachhaltigkeit'. Berlin, Heidelberg, New York
- Rink D. 2002: Lebensweise, Lebensstile und Lebensführung. Soziologische Konzepte zur Untersuchung von nachhaltigem Leben. In: ders. (Hg.): Lebensstile und Nachhaltigkeit. Konzepte, Befunde und Potentiale. Opladen: 27-56
- Grobe R., Kreuzel I. 2004: Navigationshilfen für Umweltbewegte. Methoden für erfolgreiches Engagement. Herausgegeben vom Deutschen Naturschutzring (DNR) e.V.. München: ökom.
- Eberhard U., Jostes M., Milan, Schöffmann D., & Wattler-Kugler P. 2003: Die Organizer-Spirale. Eine Anleitung zum Mächtig-Werden für Kampagnen, Initiativen, Projekte. Arbeitshilfen für Selbsthilfe- und Bürgerinitiativen Nr. 18. Verlag Stiftung MITARBEIT (2. überarbeitete und aktualisierte Auflage). Bonn

Soziale Milieus

- Allgayer F. 2002a: Zielgruppe Konservative. In: media&marketing 3/2002, München, S. 54-60
- Allgayer F. 2002b: Zielgruppe Konsum-Materialisten. In: media&marketing 4/2002, München, S. 48-55
- Allgayer F. 2002c: Zielgruppe DDR-Nostalgische. In: media&marketing 6/2002, München, S. 48-54
- Allgayer F. 2002d: Zielgruppe Traditionsverwurzelte. In: media&marketing 9/2002, München, S. 58-64
- Allgayer F. 2003: Zielgruppe Bürgerliche Mitte. In: media&marketing 1-2/2003, München, S. 56-60
- Fischer R. 2002a: Zielgruppe Experimentalisten. In: media&marketing 1-2/2002, München, S. 66-72
- Fischer R. 2002b: Zielgruppe Etablierte. In: media&marketing 5/2002, München, S. 66-72
- Fischer R. 2002c: Zielgruppe Postmaterielle. In: media&marketing 7-8/2002, München, S. 52-58
- Fischer R. 2002d: Zielgruppe Moderne Performer. In: media&marketing 11/2002, München, S. 58-64
- Fischer R. 2002e: Zielgruppe Hedonisten. In: media&marketing 12/2002, München, S. 54-62
- Bauer Verlagsgruppe & Axel Springer Verlag AG 2006: VerbraucherAnalyse 2006. Hamburg
- Beck S. & Plöger W. 2008: Lebensstile und Mobilität. VHW FW 1/2008, S. 48-51
- Flaig, B. 1997: Alltagsästhetik und politische Kultur. Zur ästhetischen Dimension politischer Bildung und politischer Kommunikation. Bonn.
- GfK Panel Services Deutschland GmbH & Sinus Sociovision 2007: Bio-Käufer in den Sinus-Milieus. Nürnberg/Heidelberg
- Häfner P. & Gaus H. 2003: Social Marketing und Umweltschutz. Welche Rolle kann Social Marketing für die Veränderung umweltrelevanter Verhaltensweisen spielen? Chemnitz.
- Hübner G. & Felser G. 2001: Für Solarenergie. Konsumenten- und Umweltpsychologie strategisch anwenden. Heidelberg [u. a.].
- Hunsicker S. 2005: Soziale Milieus und Ressourcenverbrauch. Zur Umsetzungsproblematik des Leitbildes einer nachhaltigen Entwicklung in der Erlebnisgesellschaft. Berlin
- Kotler P. & Roberto E. 1991: Social Marketing. Düsseldorf [u. a.].
- Kleinhüchelkotten S. 2008: Ansätze für eine milieuorientierte Nachhaltigkeitskommunikation. In: Amelung N., Mayer-Scholl B., Schäfer M. & Weber J. (Hrsg.): Einstieg in Nachhaltige Entwicklung. Peter Lang, Frankfurt a. M.
- Kleinhüchelkotten S. & Wegner E. 2008: Nachhaltigkeit verbreiten. Anschlussfähigkeit von Einstellungen und milieugerechte Kommunikation. Ökologisches Wirtschaften 2/2008, S. 39-42
- Kleinhüchelkotten S. & Wippermann C. 2007: Anschlussfähigkeit des Leitbildes Nachhaltige Waldwirtschaft in der Bevölkerung. In: Deutsche Gesellschaft für Soziologie: Tagungsband zum Jahreskongress 2006
- Kleinhüchelkotten S. & Wippermann C. 2007: Kommunikation für eine nachhaltige Waldwirtschaft in Deutschland. 39. Forstpolitikertreffen 18.-20. April 2007, Sammelband, Prag
- Kleinhüchelkotten S., Wippermann C., Behrendt D., Fiedrich G., Schützer de Magalhaes I., Klär K., Wippermann K 2006: Kommunikation zur Agro-Biodiversität. Voraussetzungen für und Anforderungen an eine integrierte Kommunikationsstrategie zu biologischer Vielfalt und genetischen Ressourcen in der Land-, Forst-, Fischerei- und Ernährungswirtschaft (einschließlich Gartenbau). Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

- Kleinhüchelkotten S. 2005: Ringen um Werte - Bildung und Konsumententscheidungen. Politische Ökologie 94: 55-57
- Kleinhüchelkotten S. & Neitzke H.-P. 2005: Lokale Nachhaltigkeitskommunikation – Soziale Milieus als Zielgruppen im Agenda-Prozess. In: Michelsen G. & Godemann J. (Hrsg.): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation – Grundlagen und Praxis. Ökom-Verlag, München
- Kleinhüchelkotten S. 2005: Suffizienz und Lebensstile. Ansätze für eine milieuorientierte Nachhaltigkeitskommunikation. Berliner Wissenschaftsverlag: Berlin
- Kleinhüchelkotten S. 2004: Marketing and communication strategies for final consumers. In: Pesticide Action Network Germany (Hg.): 04 Cotton. A European Conference on Developing the Organic Cotton Market. Hamburg, S. 107-113
- Kleinhüchelkotten S. 2003: Soziale Milieus in der Umweltkommunikation. Impulse für umweltpolitisches Engagement, H. 3, S. 3-4
- Kleinhüchelkotten S. 2002: Zielgruppen für die Umweltbildung. In: Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit (Hg.): Kompetenz für die Zukunft. Umweltbildung auf nachhaltigen Wegen. München, S. 45-47
- Kleinhüchelkotten S., Neitzke H.-P., Schlußmeier B. & Behrendt D. 2002: Nachhaltigkeit kommunizieren – Bürger aktivieren. Aktions- und Kommunikationshandbuch. Gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt
- Kleinhüchelkotten S., Neitzke H.-P. & Schlußmeier B. 2002: Kommunikationshandbuch 'Lokale Agenda 21 und Wasser – Zielgruppengerechte Kampagnen und Aktionen für den Gewässerschutz und eine nachhaltige Wasserwirtschaft'. Herausgeber: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und Umweltbundesamt
- Schuster K. 2003: Lebensstil und Akzeptanz von Naturschutz. Wege zu einer lebensstilbezogenen Naturschutzkommunikation. Asanger Verlag: Heidelberg, Kröning
- SevenOne Media 2001: Die Sinus-Milieus ® 2001. Das neue gesamtdeutsche Modell. Unterföhring
- SevenOne Media 2007: Sinus-Milieus. Lebensstil, Fernsehnutzung und Umgang mit neuer Kommunikationstechnologie. Unterföhring
- Sinus Sociovision GmbH 2007: Informationen zu den Sinus-Milieus 2007, Stand: 11/2007. Heidelberg
- Sinus Sociovision 2005/2006: Unterschiede zwischen Bio-Käufern und Bio-Nichtkäufern in den für den Biomarkt wichtigsten Sinus-Milieus. Biofachverlag
- Spiegel 2006: Soll und Haben. Spiegel-Verlag, Hamburg
- TdW Intermedia GmbH & Co. KG 2007: Typologie der Wünsche 2006/07. Offenburg
- Tippelt R. & Barz H. 2004: Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Bertelsmann Verlag: Bielefeld
- Wippermann C. 2006a: Qualitative Leitstudie zu Lehrern vor dem Hintergrund der Sinus-Milieus: Segmentierung. Heidelberg, Berlin
- Wippermann C. 2006b: Schwer erreichbare Zielgruppen in der sozialen Unterschicht: Eine Untersuchung für die Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn
- Wippermann C. & Appel C. 2003: Einstellungen zu Umwelt und Technologie: demographische und alltagsästhetische Analysen. Arbeitsbericht Sinus Sociovision, Heidelberg

Ansprache von Menschen mit Migrationshintergrund

Botschaft der Republik Türkei in Berlin 2002: Zur Integration der Türken in Deutschland. Allgemeine Behauptungen und Ergebnisse von Studien. Berlin

Gesellschaft für innovative Marktforschung (GIM) 2002: Lebenswelten Deutschtürken. Repräsentative Zielgruppenstudie zu Konsumverhalten, Werten und Lebensstilen der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Berlin

Fuchs S. 2006: Interkulturelles Marketing. Ethnische Zielgruppen aus Sicht der Marktforschungspraxis. Vortrag im Rahmen des Workshops: 'Die vergessene Zielgruppe? Marketing für Migranten und der effiziente Einsatz von Werbemedien'. 5. Effizienztag 2006 in Berlin

Halm D. & Sauer M. 2005: Freiwilliges Engagement von Türkinnen und Türken in Deutschland. Projekt der Stiftung Zentrum für Türkeistudien im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Kızılocak G. & Sauer M. 2003: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der türkischen Migranten in Deutschland. Projekt der Stiftung Zentrum für Türkeistudien im Auftrag des Umweltbundesamtes. Unesco-Verbindungsstelle im Umweltbundesamt.

Kleinhüchelkotten S., Danner M., Hesse S. & Dorokhova N. 2005: Dokumentation zum Projekt: 'Klimaschutzberatung für Migranten von Migranten. Eine Beratungskampagne für Klimaschutz, Wohnqualität und Nebenkostensenkung.'

Kleinhüchelkotten S. & Wegner E. 2008b: Menschen mit Migrationshintergrund für Nachhaltigkeit gewinnen. Empfehlungen. ECOLOG-Institut, Hannover

Riedel U. & Born M. 2006: Interkulturelle Energiebildung. Vorstudie zum geplanten Projekt. Projekt gefördert vom Bremer Energiekonsens.

Sinus Sociovision GmbH 2008: Die Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland Zentrale Ergebnisse einer qualitativen sozialwissenschaftlichen Untersuchung im Auftrag von Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend; Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen, Abteilung Kultur; MW Malteser Werke gGmbH; Statistisches Amt / Schulreferat der Landeshauptstadt München; SWR Südwestrundfunk, Medienforschung / Programmstrategie; vhw Bundesverband für Wohneigentum und Stadtentwicklung e.V. Heidelberg

Statistisches Bundesamt 2006: Mikrozensus 2005

Ansprache von Jugendlichen

Bauer Media KG 2002: Bravo Faktor Jugend 6. Lebenswelten und Konsum. Hamburg.

Bauer Media KG 2005: Bravo Faktor Jugend 8. Now and Forever – Jugendliche Markenbeziehungen in der Retrospektive. Hamburg

Bauer Verlagsgruppe & Axel Springer Verlag AG 2006: KidsVerbraucherAnalyse 2006. Hamburg.

Brämer R. 2006: Natur obskur. Wie Jugendliche heute Natur erfahren. Oekom Verlag, München.

Brämer R. 2003: Jugendreport Natur 03 – Nachhaltige Entfremdung. Hrsg: Schutzgemeinschaft Deutscher Wald / NRW (SDW).

Bund der deutschen katholischen Jugend & Misereor 2008: Wie ticken Jugendliche? Sinus Milieustudie U27. Verlag Haus Altenberg, Düsseldorf.

Dettling D., Hamkens, T., Kempmann L. & von Damm, T. 2004: Lust auf Zukunft. Kommunikation für eine nachhaltige Globalisierung. Books on Demand, Norderstedt.

Etscheid M 2008: „Wie ticken Jugendliche?“ Die Sinus-Milieustudie U27. BDKJ-Journal 2/2008 S. 4-13
13

Hurrelmann K. & Albert M., TNS Infratest Sozialforschung 2006: Jugend 2006. 15. Shell Jugendstudie. Shell Deutschland Holding GmbH, Hamburg; Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main.

Reinders H. 2005: Jugend, Werte, Zukunft. Wertvorstellungen, Zukunftsperspektiven und soziales Engagement im Jugendalter. Schriftenreihe der Landesstiftung Baden-Württemberg gGmbH, Stuttgart.

Kleinhüchelkotten S. & Meiseberg T. 2007: Ausstellungen mit Kindern und Jugendlichen gestalten. Handreichungen für die schulische und außerschulische Bildungsarbeit zu Umwelt und Nachhaltigkeit. Wissenschaftsladen Hannover

Kleinhüchelkotten S. & Wegner E. 2008a: Jugendliche für Nachhaltigkeit gewinnen. Empfehlungen. ECOLOG-Institut, Hannover

Kleinhüchelkotten S. & Wippermann C. 2008: Jugendliche und das Thema Wald. Ergebnisse der Repräsentativbefragung 'Jugendspezifische Einstellungen zu Wald und Holz'. (Veröffentlichung in Vorbereitung)

TdW Intermedia GmbH & Co. KG 2007: Typologie der Wünsche 2006/07. Offenburg.