

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Ist es Ihr Ziel, Ihr Nachhaltigkeitsengagement zu kommunizieren?

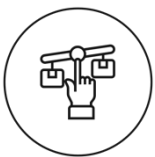
Erfahren Sie welche Umsetzungsstrategien sich zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung eignen und wie Sie diese kommunizieren.

DATENANALYSE
NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION
DR. FRIEDERIKE VINZENZ
WISSENSCHAFTLICHES CONSULTING



KONZEPT VERSTEHEN

Die drei Dimensionen Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft sind eng miteinander verknüpft, wobei die Schnittstellen als auch Wechselwirkungen von grosser Bedeutung sind. Sie erfahren, was es heisst, die Verantwortung ganzheitlich aufzugreifen und umsetzen.



MASSNAHMEN ERKENNEN

Lassen Sie sich eine geeignete Umsetzungsstrategie mit konkreten Massnahmen aufzeigen. Durch die Definition der entsprechenden Parameter gewinnen Sie wichtige Einblicke in die Handlungsfelder.



KOMMUNIKATION IMPLEMENTIEREN

Unabhängig davon ob Sie Entscheidungsverantwortliche oder spezifische Kundengruppen erreichen möchten – Sie erfahren, welche Personengruppe Sie wie am besten überzeugen.

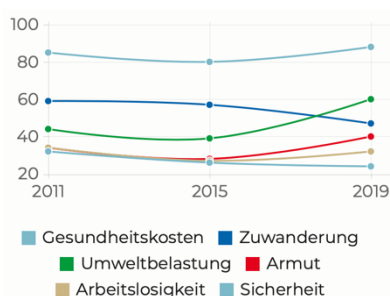
Was bringt die Kommunikation von Nachhaltigkeit?

DEFINITION

Der Begriff Nachhaltigkeit hat längst Einzug in unsere Alltagssprache erhalten und ist in allen gesellschaftlichen Bereichen populär. Die zahlreichen unterschiedlichen Definitionen lassen sich darauf zurückführen, dass sich das Konzept in den einzelnen Sprachräumen, im gesellschafts-politischen Kontext, aber auch im wirtschaftlichen Unternehmertum entwickelt hat.

PROBLEMBEWUSSTSEIN

Nach den Erhebungen des Bundesamtes für Statistik waren 2019 rund 61% der Bevölkerung der Meinung, dass die Umweltbelastung ein sehr grosses oder eher grosses Problem für die Schweiz darstellt.



MISSTRAUEN

2015 gaben 32% an, aufgrund des hohen Preises auf Nahrungsmitteln aus biologischer Produktion zu verzichten. Ausserdem vertraten rund 15% den Standpunkt, dass sich Bioprodukte nicht von anderen unterscheiden und es sich lediglich um Marketingmassnahmen handle.

