

## Call for Papers

Workshop vom 29. Juni bis 1. Juli 2017

Nachhaltigkeit – Konzept, Kommunikation, Textsorten

Greifswald

Nachhaltigkeit gilt als Leitbild der Gegenwart. Politik, Umwelt- und Verbraucherverbände, Wirtschaftsunternehmen jeglicher Branche bis hin zum einzelnen Konsumenten haben sich nachhaltiges Handeln zum Ziel gesetzt. Die Auseinandersetzung mit den Anforderungen an nachhaltiges Handeln ist zudem ebenso in den Universitäten angekommen. Nachhaltigkeit wird zum Bestandteil universitärer Kommunikation und institutionell verankert. Das Konzept der „Nachhaltigen Entwicklung“ entstand, um Umweltkatastrophen, Ressourcenverknappung und bedenklichen gesellschaftlichen Entwicklungen wie Kinderarbeit und Armut oder Korruption entgegenzuwirken. Im Rahmen der Weltkonferenz zu Umwelt und Entwicklung im Jahr 1992 in Rio de Janeiro unterzeichneten 179 Staaten, darunter die Bundesrepublik Deutschland, den Aktionsplan „Agenda 21“. Mit der Unterzeichnung wurde die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit eingegangen. Während Nachhaltigkeit ganz allgemein als Entwicklung verstanden wird, die heutige Bedürfnisse zu decken vermag, ohne künftigen Generationen ihre Zukunftschancen zu nehmen, versteht die Wirtschaft Nachhaltigkeit als dreidimensionales Konzept.

Unternehmen sehen sich immer mehr in der Pflicht, ihr Handeln auf allen Stufen der Wertschöpfungskette hinsichtlich Nachhaltigkeit zu hinterfragen und ein ausbalanciertes Verhältnis zwischen den drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Sozialem im wirtschaftlichen Handeln zum Ziel zu setzen. Dass sich Unternehmen der Tourismusbranche seit einigen Jahren verstärkt mit Nachhaltigkeit befassen, ist dem Wertewandel der 1960er und 1970er Jahre geschuldet. Es zählen nicht mehr nur materielle Werte, die Wirtschaft soll auch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Öffentliche Debatten über Kinderarbeit, Umweltverschmutzung, Klimawandel oder Korruption halten Unternehmen zu gesellschaftsorientiertem Handeln an. Verweigern sich Unternehmen Werten wie sozialer Gerechtigkeit und ökologischem Verantwortungsbewusstsein, geraten sie in den Fokus öffentlicher Kritik, erleiden Image-schäden, die zu Einbußen bis hin zur Geschäftsaufgabe führen können.

Zukunftsfähigkeit bedeutet, nachhaltig zu wirtschaften. Dabei wird Nachhaltigkeit als gesellschaftsorientierte Unternehmensstrategie gesehen, die sich von Wettbewerbs- und Marktstrategien entfernt. Nachhaltiges Wirtschaften ist daher für viele Unternehmen eine Selbstverständlichkeit geworden. Dennoch belegen aktuelle Beispiele wie der VW-Abgasskandal in der Automobilindustrie, dass das Nachhaltigkeitskonzept durch technische Manipulation und unglaubwürdige Kommunikation negativ überlagert werden kann.

Eine zentrale Größe in der Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen wirtschaftlicher Kommunikation, um der Öffentlichkeit gegenüber Rechenschaft abzulegen, bildet die relativ neue Textsorte des *Nachhaltigkeitsberichts*. Die Einbindung dieser Textsorte in die universitäre Kommunikation wird ebenso erwartet. Während im System der Wirtschaft bereits seit etwa 15 Jahren Nachhaltigkeitsberichte vor allem auf freiwilliger Basis entstanden, entwickelt sich die Tendenz hin zur politisch sanktionierten Verpflichtung. Die Diskussion über Kriterien, die Nachhaltigkeitsberichte zu erfüllen haben, schließt an aktuelle internationale Richtli-

nien wie die Global Reporting Initiative (GRI) oder den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) an. Verpflichtung zu und Richtlinien für Nachhaltigkeitsberichte schlagen sich – und dies ist gerade für das Jahr 2016 zu verzeichnen – in zahlreichen Publikationen von Ratgeberliteratur nieder.

Während die Ratgeberliteratur boomt, steht die wissenschaftliche linguistische Beschäftigung mit Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsberichten erst in den Anfängen. Dabei bieten sich in Hinblick auf diesen wichtigen Bereich gesellschaftlicher Kommunikation Schwerpunkte an, die in unterschiedlichen linguistischen Zugangsweisen der Reflexion zugeführt werden können. In diesem Sinne kann der Workshop folgende Inhalte diskutieren:

- die Begriffsgeschichte und gegenwärtige Konzeptualisierung von Nachhaltigkeit
- den Nachhaltigkeitsdiskurs
- die Darstellung des Nachhaltigkeitsdiskurses in Nachhaltigkeitsberichten
- den semantischen Apparat, die Sinnverarbeitungsregeln, die sich um das Konzept ausgebildet haben
- Funktion und Grenzen sprachlicher Ausdrücke in der Nachhaltigkeitskommunikation
- die Rolle von Störungen in der Nachhaltigkeitskommunikation
- sprachliche Formen für reproduzierbare Kommunikationen
- Glaubwürdigkeit oder Vertrauensbildung im Nachhaltigkeitsbericht
- Textsorten in der Nachhaltigkeitskommunikation
- Argumentationsstrategien
- Verständlichkeit von Nachhaltigkeitsberichten
- Wissen und Macht in Nachhaltigkeitsberichten ...

Bei Interesse bitten wir um **Rückmeldung** mit einem konkreten Themenangebot (Abstract 1500 Zeichen einschließlich Leerzeichen) bis zum **15. Februar 2017** an folgende Adressen:

Veranstalter:

Prof. Dr. Christina Gansel  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Deutsche Philologie  
Rubenowstr. 3  
17487 Greifswald  
[gansel@uni-greifswald.de](mailto:gansel@uni-greifswald.de)

Prof. Dr. Karin Luttermann  
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt  
Sprach- u. Literaturwissenschaftliche Fakultät  
Universitätsallee 1  
85072 Eichstätt  
[karin.luttermann@ku.de](mailto:karin.luttermann@ku.de)