

Kurzgutachten: Transformationsnarrative

Eric Hartmann & Harald Heinrichs, 28.09.2022

Einführung

Die notwendige Dekarbonisierung der Wirtschaft zu kommunizieren stellt eine große Herausforderung dar. Die Auswirkungen des Klimawandels sind zwar mittlerweile deutlich spürbar - das Wissen über den Klimawandel sowie über notwendige Schritte der Dekarbonisierung beziehen Menschen aber dennoch in erster Linie aus medialer Kommunikation und nicht aus eigenen Erfahrungen (vgl. Neverla, Schäfer 2012). In der Nachhaltigkeits- und Klimakommunikation dominiert häufig der Versuch, die Bevölkerung durch die Bereitstellung von Informationen und wissenschaftlichen Erkenntnissen aufzuklären und dadurch zum Handeln zu motivieren und zu mobilisieren. Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen jedoch, dass Information allein meist keine Verhaltensänderungen erzielt. Dabei sind Veränderungen dringend notwendig, um Dekarbonisierung voran zu bringen, seien es Verhaltensänderungen von Konsument*innen oder von Entscheidungsträger*innen in Politik, Zivilgesellschaft, Unternehmen oder Gewerkschaften (vgl. Moser, Dilling 2012). Hier können narrative Formen der Kommunikation ansetzen: Geschichten und Narrative beschränken sich nicht auf die Bereitstellung von Informationen und wissenschaftlichen Erkenntnissen, sondern vermitteln auch praktisches Handlungswissen, transportieren Bedeutungen und Notwendigkeiten, inspirieren und motivieren zum Handeln.

Hintergrund

Gegenstand dieses Kurzgutachtens ist die wissenschaftliche Literatur zur Verwendung, zur Verbreitung und zur inhaltlichen Ausgestaltung von Narrativen in den Bereichen Transformation, Nachhaltigkeit und Dekarbonisierung. Ziel des Gutachtens ist die Darstellung wesentlicher wissenschaftlicher Erkenntnisse sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Kommunikation von Organisationen, die sich mit der Dekarbonisierung der Wirtschaft auseinandersetzen.

Die Auswertung der wissenschaftlichen Literatur macht deutlich, dass es keine einheitliche Definition und Verwendung der Begriffe Geschichte, Narrativ und Diskurs gibt. Häufig werden die Begriffe ohne klare Begriffsklärung oder auch synonym genutzt, was deren erkenntnisbringende Verwendung erschwert. Riedy (2020) entwickelt ein differenziertes Verständnis der Begriffe und unterscheidet zwischen Geschichte, Narrativ und Diskurs. Als **Geschichte** versteht Riedy dabei konkrete, handlungsbezogene Erzählungen, in denen

Empfehlungen

- Storytelling in der Kommunikation implementieren.
- Auseinandersetzung anstoßen, welche Narrative und Diskurse aufgegriffen werden sollten.
- Gestaltungsmöglichkeiten in der Kommunikation nutzen, dabei Einbettung in gesellschaftliche Narrative und Diskurse berücksichtigen.
- Narrativfragmente aus der Literatur und der Transformationsstudie aufnehmen.
- Sozialpartnerschaftliche Herausforderungen beachten: Kooperativen Charakter aufgreifen, aber starke Abstraktion von Interessen und Konflikten vermeiden.
- Transformationsnarrative realistisch gestalten: Tragweite der Herausforderung kommunizieren, Stabilisierung der fossilen Wirtschaft vermeiden.
- Sicherstellen, dass notwendige Mittel zur Gestaltung der Kommunikation vorhanden sind.
- Strukturierten Prozess zur Entwicklung eines kooperativen Transformationsnarrativ anstoßen.
- Mögliche Formen und Kanäle der Kommunikation in den Blick nehmen und anwenden.

das Handeln von Charakteren dargestellt wird. Geschichten bestehen dabei aus einer Sequenz von Ereignissen, verfügen über einen Anfang, eine Mitte und einen Schluss, ein Setting, in dem die Geschichte stattfindet, einen Handlungsverlauf mit agierenden Charakteren (Protagonist*innen und Antagonist*innen) und einen Spannungsbogen, welcher vom Anfang der Geschichte zum Ende führt. Eine Geschichte ist dabei als konkrete, einzelne Erzählung zu verstehen, die von einer bestimmten Akteur*in erzählt wird. Wenn ähnliche Geschichten mit ähnlichen Inhalten immer wieder erzählt werden, so bilden diese ein gemeinsames Narrativ. Das **Narrativ** vereint und verkörpert die gemeinsame Bedeutung der einzelnen Geschichten. So wie einzelne Fußabdrücke einen Pfad bilden, wenn sie sich mehren und überlagern, so bilden mehrere einzelne Geschichten ein Narrativ, wenn sie immer wieder eine ähnliche Bedeutung artikulieren. **Diskurse** wiederum versteht Riedy als kulturelle Strukturen, welche sich aus kompatiblen Narrativen sowie in bestimmten sozialen Gruppen geteilten Annahmen und



Bedeutungen zusammensetzen (vgl. Riedy 2020). Indem also konkrete Geschichten, welche von spezifischen Akteur*innen erzählt werden, sich überlagern und eine ähnliche Handlung mit ähnlicher Bedeutung erzählen, entstehen abstrakte, gesellschaftliche Narrative. Verschiedene Narrative, die eine gemeinsame Stoßrichtung teilen, fügen sich sodann auf Basis geteilter Annahmen und Bedeutungen zu gesellschaftlichen Diskursen. Die sozialwissenschaftliche Erforschung gesellschaftlicher Diskurse hat in Form der Diskurstheorie und -analyse eine lange Tradition (vgl. Foucault 1991; Keller, Pofertl 2011), welche durch die jüngere Forschung zu Storytelling und Narrativen ergänzt wird. Das dargestellte Begriffsverständnis erlaubt es, sowohl das Erzählen von Geschichten (Storytelling) als konkrete Form der Kommunikation zu thematisieren als auch zu adressieren, welche Bedeutungen und Inhalte in gesellschaftlichen Narrativen und Diskursen verhandelt werden und wie diese wiederum mit sozialen Prozessen zusammenspielen.

Die wissenschaftliche Literatur zu Transformationsnarrativen gliedert sich im Wesentlichen in zwei Bereiche. Erstens werden die Vorzüge der Nutzung von konkreten Geschichten in der Kommunikation erforscht (u.a. Gearty 2008; Veland et al. 2018; Rivera, Nanz 2018; Hüer 2020). Zweitens beschäftigt sich die Forschung mit der Rekonstruktion zentraler, in der Gesellschaft vorzufindender Narrative und Diskurse in den Bereichen Transformation, Nachhaltigkeit und Dekarbonisierung (u.a. Frank 2017; Linnér, Wibeck 2018; Luederitz et al. 2018; Guske et al. 2019; Riedy 2020; Roos 2020; D'Amato 2021; Di Giulio, Defila 2022; Künkel, Ragnarsdottir 2022). Eine vollständige Darstellung würde den Rahmen dieses Gutachtens übersteigen. Wesentliche Erkenntnisse aus der Literatur sind daher in kondensierter Form zusammengefasst.

Ergebnisse

Aus der Literatur geht deutlich hervor, dass die Nutzung von konkreten Geschichten im Sinne des Storytellings bestimmte Vorteile mit sich bringt, welche auch in der Kommunikation zum Thema Dekarbonisierung der Wirtschaft zum Tragen kommen könnten. Durch konkrete Geschichten wird Bedeutung, Kausalität, Orientierung und Identität geschaffen. Die Rezipient*innen erhalten Handlungswissen und können zum Handeln motiviert werden. Durch die Darstellung konkreter Handlungsoptionen und erfolgreicher Vorbilder wird zur Nachahmung animiert (vgl. Veland et al. 2018; Rivera, Nanz 2018; Hüer 2020; Di Giulio, Defila 2022). Dies ist besonders bedeutsam vor dem Hintergrund, dass die Vermittlung von Informationen und wissenschaftlichen Erkenntnissen allein häufig nicht zum Handeln animieren kann (vgl. Moser, Dilling 2012). In der öffentlichkeitswirksamen Kommunikation werden

konkrete Geschichten oft nur wenig genutzt. Zwar werden immer wieder Fragmente von etablierten Narrativen und Diskursen aufgegriffen. Konkrete Geschichten werden hingegen selten formuliert. Sicherlich ist nicht in jedem Fall die Verwendung von Storytelling in der Kommunikation zur Erreichung von Organisationszielen sinnvoll. In ausgewählten Formaten könnte durch den Einsatz von Storytelling allerdings durchaus ein Mehrwert erzielt werden.

Für die praktische Anwendung von Storytelling als Methode der Kommunikation kann auf „[Narrative für Nachhaltigkeit. Geschichten über Gelingendes erzählen](#)“ (Hüer 2020) sowie auf das Konzept der [Learning History](#) (vgl. Gearty 2008) zurückgegriffen werden.

Der zweite Strang der wissenschaftlichen Literatur rekonstruiert zentrale Narrative und Diskurse zu den Themen Nachhaltigkeit, Transformation und Dekarbonisierung. Die Betrachtung der Literatur macht deutlich, dass kein abschließender wissenschaftlicher Konsens über bestehende Narrative und Diskurse sowie über deren klare Abgrenzung voneinander besteht. Akteure, die sich mit der Dekarbonisierung der Wirtschaft befassen, nehmen auch jenseits der Verwendung konkreter Geschichten im Storytelling an gesellschaftlichen Narrativen und Diskursen teil, indem sie bestimmte Fragmente und Bedeutungen dieser aufgreifen und reproduzieren. Eine reflektierte Auseinandersetzung mit der Frage, an welchen Narrativen und Diskursen Akteure teilnehmen möchte, ist daher notwendig. Narrative und Diskurse werden in der Sozialtheorie als Austragungsort unterschiedlicher Interessen sowie politischer Konkurrenz und Kämpfe angesehen. Kommunikation ist aus dieser Sicht als Teilnahme an gesellschaftlichen Kämpfen um Deutungshoheit und Hegemonie zu interpretieren. Dies spiegelt sich auch in der Auswahl behandelte Narrative und Diskurse wider, da Narrative und Diskurse stets von Interessen und Macht durchsetzt sind (vgl. Mouffe 2010; Keller, Pofertl 2011). Es sollte daher darüber reflektiert werden, an welchen Narrativen und Diskursen sich Akteure beteiligen wollen, und diese Auswahl bewusst getroffen werden. Zudem sollte die Einbettung in den gesellschaftlichen Kontext berücksichtigt werden. Zwar kann die eigene Kommunikation aktiv gestaltet werden. Die eigene Kommunikation wird aber immer von gesellschaftlichen Narrativen und Diskursen geprägt, welche nur bedingt steuerbar sind (vgl. Di Giulio, Defila 2020). Die aktuelle Energiekrise beispielsweise führt zu veränderten wirtschaftlichen, sozialen und damit auch diskursiven Rahmenbedingungen. Zudem ist eine positive Rezeption von Geschichten und Narrativen vor allem dann zu erwarten, wenn diese mit sozialen Normen, Werten, Alltagserfahrungen und



Weltanschauungen der Zielgruppe kompatibel sind (vgl. Sippel et al 2022).

Verschiedene Autor*innen rekonstruieren zwei um Deutungshoheit konkurrierende Narrative, nämlich das Narrativ einer wachstumsbasierten, grünen Wirtschaft auf der einen Seite (green economy) und das Narrativ einer nachhaltigen Wirtschaft jenseits wirtschaftlicher Wachstumsimperative (post growth) auf der anderen Seite (vgl. Guske et al. 2019; Riedy 2020; Roos 2020). In der Kommunikation von Organisationen, welche sich mit der Dekarbonisierung der Wirtschaft befassen, findet sich häufig eine starke Betonung von grünem Wachstum, Energie- und Materialeffizienz, Unternehmertum, Kreislaufwirtschaft sowie ökologischer Modernisierung. Andere Narrative werden hingegen eher wenig aufgegriffen. Hier ist insbesondere auf Suffizienz, starke Nachhaltigkeit und die Problematisierung von Wachstum hinzuweisen. Suffizienz ist aus wissenschaftlicher Sicht eine der drei zentralen Nachhaltigkeitsstrategien (neben Effizienz und Konsistenz; vgl. Sachs 1993), wird allerdings meist wenig behandelt. Ein Verständnis starker Nachhaltigkeit, nach dem natürliche Ressourcen als nicht substituierbar angesehen und die Wirtschaft daher als in das Soziale und die Umwelt eingebettet konzeptionalisiert wird (vgl. Ott, Döring 2008), findet sich nur vereinzelt. Auch die Problematisierung von wirtschaftlichem Wachstum als notwendiger Voraussetzung ökonomischer Stabilität einerseits und als Treiber ökologischer Schäden und Krisen andererseits (vgl. Jackson 2009; Hickel, Kallis 2020) wird nicht thematisiert. In diesen Perspektiven argumentieren Wissenschaftler*innen, dass eine gelingende Transformation der Wirtschaft, welche mit den Klimazielen von Paris und den planetaren Grenzen kompatibel ist, ohne einen Wandel des Produktions- und Konsumverhaltens im Sinne der Suffizienz, ohne einen Wandel des Nachhaltigkeitsverständnisses in Richtung starke Nachhaltigkeit und ohne eine Relativierung vorhandener Wachstumszwänge und -imperative unwahrscheinlich wäre (u.a. Sachs 1993; Ott, Döring 2008; Jackson 2009; Raworth 2017; Kallis et al. 2018; Hickel, Kallis 2020). Daraus wird gefolgert, dass eine politische Auseinandersetzung notwendig ist, wie Wertschöpfung, Beschäftigung und Wohlstand auch im Angesicht einer drohenden stagnierenden oder schrumpfenden Wirtschaft sichergestellt werden können (vgl. Jackson 2009; Kallis et al. 2018).

Besondere Herausforderungen im Umgang mit konkreten Geschichten, Narrativen und Diskursen können insbesondere bei heterogenen Akteurskonstellationen wie sozialpartnerschaftlichen Projekten auftreten. Die

Verwendung konkreter Geschichten im Sinne des Storytellings benötigt in der Erzählung konkretes Handeln von Held*innen und Gegner*innen. Vor diesem Hintergrund ist es schwierig, konkrete Geschichten kooperativ zu gestalten, ohne reale Interessensgegensätze und Konkurrenzen zu thematisieren. Diese Herausforderung kann gelöst werden, indem der Klimawandel personifiziert und als abstrakter Gegner bemüht wird, der dann in einer gemeinsamen, kooperativen Kraftanstrengung überwunden werden muss. Diese kann ein

Ansatzpunkt für ein kooperatives Transformationsnarrativ sein. Ein bedeutendes Beispiel für kooperative Narrative im wirtschaftlichen Kontext in Deutschland ist das Narrativ der sozialen Marktwirtschaft, in welcher sich die Sozialpartner unter einem gemeinsamen Grundkonsens zusammenfinden. Partikuläre Interessensunterschiede und unterschiedliche Positionen können weiterhin artikuliert werden, ohne dadurch den Grundkonsens der so-

zialen Marktwirtschaft zu sprengen. Im Angesicht der Herausforderungen der Dekarbonisierung der Wirtschaft ist eine Weiterentwicklung hin zu einer sozial-ökologischen Marktwirtschaft naheliegend, welche den kooperativen Grundkonsens ökologisch erweitert. Im Kontext kooperativer Narrative besteht jedoch die Gefahr, dass reale Interessen, Konflikte und Akteurskonstellationen verdeckt werden. Zudem gehen hier unter Umständen die positiven Aspekte des Storytellings wie die Bereitstellung von Handlungswissen und Motivation verloren, da von tatsächlichen Gegebenheiten abstrahiert wird (vgl. Rivera, Nanz 2018). Auf der inhaltlichen Ebene stellt sich die Frage, an welchen Narrativen und Diskursen konkrete Akteure eigentlich teilnehmen möchte. Verschiedene Stakeholder haben unter Umständen unterschiedliche Vorstellungen darüber, an welchen gesellschaftlichen Narrativen sie sich beteiligen können, wollen und sollten. Insbesondere bei der Nutzung von Geschichten und Narrativen ohne Offenlegung von Konkurrenzen und Interessenskonflikten können Risiken für das Gelingen der Transformationsbemühungen entstehen. Narrative, welche trotz des enormen Umfangs der gegenwärtigen Herausforderungen übermäßig optimistische Perspektive auf die bereits erreichten Transformationsfortschritte einnehmen, können gesellschaftliche Praktiken stabilisieren, welche die Transformation eigentlich unterlaufen (u.a. Blühdorn 2011; Freytag et al. 2014; Blythe et al. 2018; Blühdorn et al. 2019; Blühdorn, Danemann 2019; Mössner 2019). Gleichzeitig bergen übermäßig kritische und radikale Narrative das Risiko, auf Ablehnung und Ignoranz zu stoßen (vgl. Moser, Dillinger 2012). Verwendete konkrete Geschichten und Narrative müssen daher einen guten Kompromiss finden: Sie dürfen nicht zu negativ und alarmistisch sein,

Die bisher umfangreichste, wenn auch nicht vollständige Zusammenstellung rekonstruierter Narrative findet sich bei [Di Giulio, Defila \(2022\)](#). Hier werden zehn für die Transformation der Wirtschaft relevante Narrative mit kurzen Steckbriefen vorgestellt.



um motivieren und zum Handeln anregen zu können; gleichzeitig dürfen sie aber auch nicht den Umfang der tatsächlich notwendigen Transformation relativieren oder die bisherigen Bemühungen als übermäßig erfolgreich darstellen.

Ausblick

Aus der Literatur zu Transformationsnarrativen sowie aus der im September 2022 veröffentlichten Studie zur Transformation der Niedersächsischen Wirtschaft (vgl. Mohnen et al. 2022) lassen sich konkrete Narrativfragmente ableiten, welche Akteure unmittelbar in ihre Arbeit aufnehmen könnten:

1. **Dekade der Umsetzung:** Die technischen Mittel und das Know-How für die Transformation sind in vielen Bereichen vorhanden (z.B. Erneuerbare Energien, Prozesswärme, Effizienzmaßnahmen, Kreislaufwirtschaft etc.). Die vorhandenen Möglichkeiten können und müssen jetzt großflächig umgesetzt werden (vgl. Mohnen et al. 2022).
2. **Aktuelle Krisen als Beschleuniger:** Die aktuellen Krisen führen trotz großer Herausforderungen häufig nicht zu einer Verlangsamung, sondern zu einer Beschleunigung der Transformationsdynamik. Unternehmen in Niedersachsen weiten ihre Investitionen aus und bringen so die Dekarbonisierung voran. (vgl. ebd.)
3. **Wohlstand sichern:** Die Transformation der Wirtschaft gefährdet nicht per se den Wohlstand und den sozialen Frieden, sondern birgt große Potenziale. Dies zeigt sich in der anhaltend großen Nachfrage nach qualifizierten Arbeitskräften. (vgl. ebd.)
4. **Emergenz einer neuen Wirtschaft:** Aus der notwendigen Transformation kann eine neue Art des Wirtschaftens erwachsen, welche Wohlstand auf einem intakten Planeten ermöglicht. Dies wird erreicht durch den gezielten und reflektierten Einsatz von Technologie, durch soziale Innovationen und die menschliche Fähigkeit, eingeschlagene Pfade zu ändern. (vgl. Künkel, Ragnarsdottir 2022)
5. **Transformation in Kooperation:** Verschiedene Akteure (Politik, Unternehmen, Gewerkschaften, Arbeitnehmer*innen, Kammern etc.) finden sich zusammen, um gemeinsam die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen, die Transformation der Wirtschaft zu gestalten und dadurch den Klimawandel zu begrenzen. (vgl. Rivera, Nanz 2018; Linnér, Wibeck 2018)
6. **Suffizienz in und durch die Wirtschaft:** Es zeichnet sich ab, dass neben Effizienz und Konsistenz (Kreislaufwirtschaft) zur Erreichung von Nachhaltigkeits- und Klimazielen auch Änderungen und Reduktionen im Konsumverhalten notwendig

sind. Unternehmen können durch die Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen suffizientes Konsumverhalten unterstützen und ermöglichen (bspw. durch langlebige und reparierbare Produkte, Sharing-Angebote, Fokus auf Bedürfnisbefriedigung, Ersatz von materiellen Produkten durch Dienstleistungen etc.). (vgl. Sachs 1993; D'Amato 2021; Di Giulio, Defila 2022)

Um ein gemeinsames, kooperatives Transformationsnarrativ zu entwickeln, empfiehlt sich ein strukturierter Prozess innerhalb betroffener Organisationen. Nach der inhaltlichen Bestimmung eines geeigneten Transformationsnarrativs scheint zudem eine Auseinandersetzung mit geeigneten Formen und Kanälen (bspw. Text, Bild, Video, Interaktionsmöglichkeiten; konventionelle Medien, Website, social media etc.) für die Kommunikation notwendig. Durch die Digitalisierung verändert sich auch das Kommunikationsverhalten potenzieller Zielgruppen. Visualisierungen von Inhalten und Geschichten durch Bilder und Videos nehmen an Bedeutung zu. Tendenziell wird Kommunikation belohnt, welche an die Niedrigschwelligkeit und Interaktionsfreudigkeit sozialer Medien anschlussfähig ist. Gleichzeitig können durch den Wandel der Kommunikation auch negative Effekte entstehen, beispielsweise die Abkapselung sozialer Gruppen in Filterblasen (vgl. Moser 2016; Anderson 2021; Sippel et al. 2022).

Eine Zusammenfassung mit praktischen Tipps zur Gestaltung von Kommunikation im Kontext von Klimawandel und Dekarbonisierung findet sich bei [Sippel et al. \(2022\)](#).

Für die Umsetzung der angesprochenen Empfehlungen sollte sichergestellt werden, dass genügend Mittel zur Verfügung stehen, um entsprechende Maßnahmen zur Gestaltung der Kommunikation sowie zur inhaltlichen Auseinandersetzung mit Narrativen dauerhaft zu realisieren.

Literatur

Anderson, Alison (2021): Sustainability in Environmental Communication Research: Emerging Trends and Future Challenges. In: Weder, Franzisca; Krainer, Larissa; Karmasin, Matthias (Hrsg.): The Sustainability Communication Reader. A Reflexive Compendium. Wiesbaden: VS Springer. S. 31-50.

Blühdorn, Ingolfur (2011): The Politics of Unsustainability: COP15, Post-Ecologism, and the Ecological Paradox. In: Organization & Environment 24 (1), S. 34–53. DOI: 10.1177/1086026611402008.

Blühdorn, Ingolfur; Butzlaff, Felix; Deflorian, Michael; Hausknost, Daniel (2019): Postwachstumsgesellschaft



- und Transformationsnarrativ. Soziologische Überlegungen zum Nachhaltigkeitswandel. In: Fred Luks (Hg.): Chancen und Grenzen der Nachhaltigkeitstransformation. Ökonomische und soziologische Perspektiven. Wiesbaden: Springer Gabler (Springer eBook Collection).
- Blühdorn, Ingolfur; Dannemann, Hauke (2019): Der post-ökologische Verteidigungskonsens. Nachhaltigkeitsforschung im Verdacht der Komplizenschaft. In: Carolin Bohn, Doris Fuchs, Antonius Kerkhoff und Christian Müller (Hg.): Gegenwart und Zukunft sozial-ökologischer Transformation: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 113-134.
- Blythe, Jessica; Silver, Jennifer; Evans, Louisa; Armitage, Derek; Bennett, Nathan J.; Moore, Michele-Lee et al. (2018): The Dark Side of Transformation: Latent Risks in Contemporary Sustainability Discourse. In: Antipode 50 (5), S. 1206–1223. DOI: 10.1111/anti.12405.
- D’Amato, D. (2021): Sustainability Narratives as Transformative Solution Pathways: Zooming in on the Circular Economy. In: Circ.Econ.Sust. 1 (1), S. 231–242. DOI: 10.1007/s43615-021-00008-1.
- Di Giulio, Antonietta; Defila, Rico (2022): Die Bedeutung von Narrativen für Umwelt und Nachhaltigkeit. Basel: Universität Basel.
- Foucault, Michel (1991): Die Ordnung des Diskurses. Fischer Verlag.
- Frank, Alette K. (2017): What is the story with sustainability? A narrative analysis of diverse and contested understandings. In: J Environ Stud Sci 7 (2), S. 310–323. DOI: 10.1007/s13412-016-0388-3.
- Freytag, Tim; Gössling, Stefan; Mössner, Samuel (2014): Living the green city: Freiburg's Solarsiedlung between narratives and practices of sustainable urban development. In: Local Environment 19 (6), S. 644–659. DOI: 10.1080/13549839.2013.868872.
- Gearty, M. (2008): Achieving Carbon Reduction. Learning from Stories of Vision, Chance and Determination. In: The Journal of Corporate Citizenship 30, S. 81–94.
- Guske, Anna-Lena; Jacob, Klaus; Hirschnitz-Garbers, Martin; Peuckert, Jan; Schridde, Stefan; Stinner, Sven et al. (2019): Stories that Change Our World? Narratives of the Sustainable Economy. In: Sustainability 11 (21), S. 6163. DOI: 10.3390/su11216163.
- Hickel, Jason; Kallis, Giorgos (2020): Is green growth possible? In: New political economy. DOI: 10.1080/13563467.2019.1598964.
- Hüer, Marian (2020): Narrative für Nachhaltigkeit: Geschichten über Gelingendes erzählen. Osnabrück: Hochschule Osnabrück.
- Jackson, Tim (2009): Prosperity without growth. Economics for a finite planet. London: Earthscan (EBSchweitzer).
- Keller, Reiner; Pofel, Angelika (2011): Umweltdiskurse und Methoden der Diskursforschung. In: Matthias Gross (Hg.): Handbuch Umweltsoziologie. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Springer, S. 199–220.
- Kallis, Giorgos; Kostakis, Vasilis; Lange, Steffen; Muraca, Barbara; Paulson, Susan; Schmelzer, Matthias (2018): Research On Degrowth. In: Annu. Rev. Environ. Resour. 43 (1), S. 291–316. DOI: 10.1146/annurev-environ-102017-025941.
- Künkel, Petra; Ragnarsdottir, Kristin Vala (2022): Introduction and Conceptual Framing. Transformation Literacy as a Future-Making Skill. In: Petra Künkel und Kristin Vala Ragnarsdottir (Hg.): Transformation Literacy. Pathways to Regenerative Civilizations. 1st ed. 2022. Cham: Springer International Publishing; Imprint Springer (Springer eBook Collection), S. 1–16.
- Linnér, Björn-Ola; Wibeck, Victoria (2019): Sustainability Transformations: Cambridge University Press.
- Luederitz, Christopher; Abson, David J.; Audet, René; Lang, Daniel J. (2017): Many pathways toward sustainability: not conflict but co-learning between transition narratives. In: Sustain Sci 12 (3), S. 393–407. DOI: 10.1007/s11625-016-0414-0.
- Mohnen, Lea; Thomsen, Prof. Dr. Stephan L.; Weiß, Daniel; Ingwersen, Kai; Gulden, Vivien-Sophie (2022): Transformationsstudie zur Dekarbonisierung der niedersächsischen Wirtschaft – Eine explorative Untersuchung zu Wissensstand und Handlungsmöglichkeiten der Transformation in Niedersachsen. Hannover: Niedersachsen Allianz für Nachhaltigkeit.
- Moser, Susanne C.; Dilling, Lisa (2012): Communicating Climate Change. Closing the Science-Action Gap: Oxford University Press.
- Moser, Susanne C. (2016): Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century: what more is there to say? In: Wires Climate Change 7 (3), S. 345-369.
- Mouffe, Chantal (2010): Über das Politische. Wider die kosmopolitische Illusion. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 1039).
- Mössner, Samuel (2019): Heterogene Geographien der Nicht-Nachhaltigkeit. In: Carolin Bohn, Doris Fuchs, Antonius Kerkhoff und Christian Müller (Hg.): Gegenwart und Zukunft sozial-ökologischer Transformation: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, S. 135–143.
- Neverla, Irene; Schäfer, Mike S. (2012): Das Medienklima. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.



Raworth, Kate (2017): Doughnut economics. Seven ways to think like a 21st century economist. White River Junction, Vermont: Chelsea Green Publishing.

Ott, Konrad; Döring, Ralf (2008): Theorie und Praxis starker Nachhaltigkeit. 2. erweiterte Auflage. Marburg: Metropolis.

Riedy, Chris (2020): Discourse coalitions for sustainability transformations: common ground and conflict beyond neoliberalism. In: Current Opinion in Environmental Sustainability 45, S. 100–112. DOI: 10.1016/j.cosust.2020.09.014.

Roos, Ulrich (Hg.) (2020): Nachhaltigkeit, Postwachstum, Transformation. Eine Rekonstruktion wesentlicher Arenen und Narrative des globalen Nachhaltigkeits- und Transformationsdiskurses. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Rivera, Manuel; Nanz, Patrizia (2018): Erzählend handeln, Handeln erzählen. Fragen an Narrative nachhaltiger Entwicklung. In: Brigitte Bertelmann und Klaus Heidel (Hg.): Leben im Anthropozän. Christliche Perspektiven für eine Kultur der Nachhaltigkeit. München: oekom, S. 137–148.

Sachs, Wolfgang (1993): Die vier E's. Merkposten für einen maß-vollen Wirtschaftsstil. In: Politische Ökologie 11 (33), S. 69–72.

Sippel, Maike; Shaw, Chris; Marshall, George (2022): Ten Key Principles: How to Communicate Climate Change for Effective Public Engagement. Climate Outreach Working Paper. Oxford: Climate Outreach.

Veland, S.; Scoville-Simonds, M.; Gram-Hanssen, I.; Schorre, A. K.; El Khoury, A.; Nordbø, M. J. et al. (2018): Narrative matters for sustainability: the transformative role of storytelling in realizing 1.5°C futures. In: Current Opinion in Environmental Sustainability 31, S. 41–47. DOI: 10.1016/j.cosust.2017.12.005.