

## **cooppa** – kooperative Presseagentur für Nachhaltigkeitskommunikation

cooppa wurde 2017 gegründet und ist eine Genossenschaft von Nachhaltigkeitsexpert:innen, Journalist:innen und Organisationen (Genossenschaften, NGOs, Initiativen der Zivilgesellschaft, Unternehmen u.a.), die ihre Inhalte und Aktivitäten besser und über die eigenen Kreise hinaus kommunizieren möchten. cooppa unterstützt diese Organisationen mit Prozessen für die gesellschaftliche Transformation sowie journalistisch aufbereiteten Geschichten über ihre Inhalte und Aktivitäten und organisiert die Verbreitung innerhalb des Netzwerkes und darüber hinaus.

Warum hat sich cooppa entschlossen, ein Bündnispartner von AbFaNG, dem Aktionsbündnis für Frieden, aktive Neutralität und Gewaltfreiheit, zu werden? – Was kann cooppa, das „Zentralorgan für nachhaltige Berichterstattung“ zur Stärkung dieser Bündnisorganisation beitragen?

cooppa, die genossenschaftlich organisierte Medien- und Kommunikationsplattform, hat es sich zur Aufgabe gemacht – ganz im Sinne der Vereinten Nationen, also der Gemeinschaft eines großen Teils der Weltbevölkerung, zukünftige Generationen vor der Geißel des Krieges zu bewahren, indem sie das von der UNESCO entwickelte Konzept für eine „Kultur des Friedens“ und die AGENDA 2030 der Vereinten Nationen ernst nimmt.

cooppa Redaktionen orientieren sich in ihrer Arbeit an den 17 SDGs, dem Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs). Die cooppa Nachhaltigkeitskommunikation soll die Umsetzung der SDGs beschleunigen.

Eine enge Zusammenarbeit mit dem Austrian Chapter des Club of Rome und mit Scientists4Future gewährleistet ein gewisses Vertrauensverhältnis. *Fritz Hinterberger* und *Martin Hoffmann* sind Ökonomen, die sich seit vielen Jahren mit dem Thema eines zerstörerischen Wirtschaftswachstums auseinandersetzen und sich mit Herz, Seele und Hirn diversen Lösungsansätzen für eine sichere Zukunftspolitik verschrieben haben.

Die Tätigkeit der cooppa Genossenschaft liegt inhaltlich im Kern gemeinwohlorientierten und gemeinsinnigen Wirtschaftens. Die Gründer sind seit Jahrzehnten in diesem Bereich tätig und im Bereich der Nachhaltigkeit hervorragend vernetzt. Die Zielgruppen der wirtschaftlichen Tätigkeit sind JournalistInnen (print, audio-visuell), Organisationen wie Genossenschaften, NGOs, Initiativen der Zivilgesellschaft sowie Unternehmen der Privatwirtschaft.