



7 gode råd til PR og kommunikation om bæredygtighed og grønne valg

1

Du kan ikke opfinde den gode historie om bæredygtighed – den skal være der. Derfor skal bæredygtighed forankres i strategien og ind i virksomhedsledelsen, før det virker.

2

Jo mere konkret, du kan blive i historiefortællingen, jo bedre. Vi skal et spadestik dybere for at vække nysgerrigheden hos læsere. Brug data og konkret viden, der underbygger historien.

3

Ærlighed og ydmyghed skal forrest i din kommunikationsstrategi. Ærlighed om, at du måske ikke lige ved, hvordan du løser hele virksomhedens udfordring i forhold til bæredygtighed, men at du er i gang. Ydmyghed skal forstås på den måde, at tiden er forbi, hvor brands bare kunne stille sig frem og sige: 'vi er verdensmestre i det her'. Ingen er perfekte, og det behøver du heller ikke at være.

4

Vi skal acceptere, at målstregen flytter sig hele tiden. CEO'en for den amerikanske virksomhed Patagonia, der sælger outdoor-tøj, siger det meget godt: "Patagonia will never make a totally sustainable non damaging product. Any attempt to achieve sustainability on this planet with 7 billion of us on it is doomed to fail. But rather than shut the doors, bury our cars and become hermits, we can work towards sustainability recognizing that it's an ever receding summit".

5

Teatre kan gøre os mere handlingsorienterede som publikum ved at gøre os klogere og i stand til at træffe det rigtige, bæredygtige valg.

6

Du må ikke se verdensmålene som en bæredygtigheds-buffet. De hænger sammen. Det er det, der gør det sindssygt svært, men også får det hele til at give mening.

7

Forbrugerne er nysgerrige og vil gerne vide mere om bæredygtighed – det kan du bruge i din markedsføring. Gør dem klogere, inspirér med konkrete cases, og vigtigst af alt: Gør bæredygtighed forståelig.