

Miljøkommunikation - fra information til værdiskabelse

Arne Remmen
Institut for Samfundsudvikling og Planlægning
Aalborg Universitet



Miljøkommunikation utan ISO 14063



Principper for kommunikation

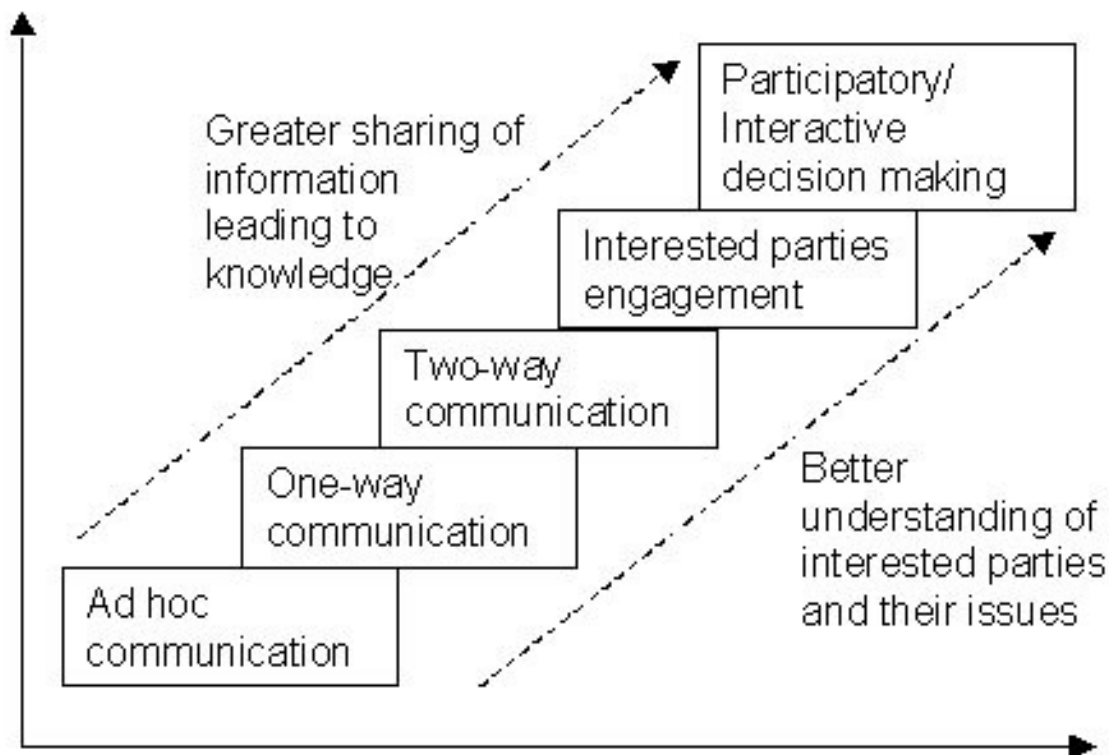
Gennemsigtig	- Transparent
Tilpasset	- Appropriate
Troværdig	- Credible
Lydhør	- Responsive
Klarhed	- Clear

De 5 centrale principper ifølge ISO 14063

Graden af interaktion – ISO 14063

Fra information over kommunikation til dialog/samarbejde

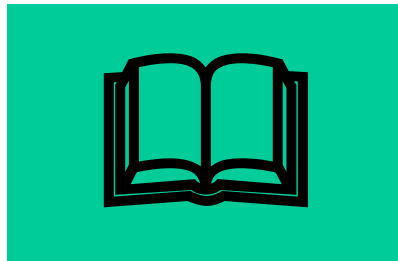
High information exchange



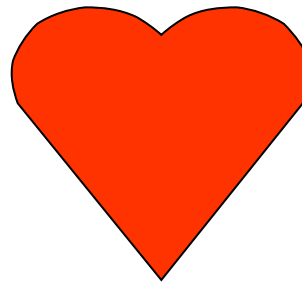
High interested parties involvement

Forskellige typer af argumenter

Krav/regler



Følelser, etik og moral



Nytteværdi



Eksempel: miljøredegørelse

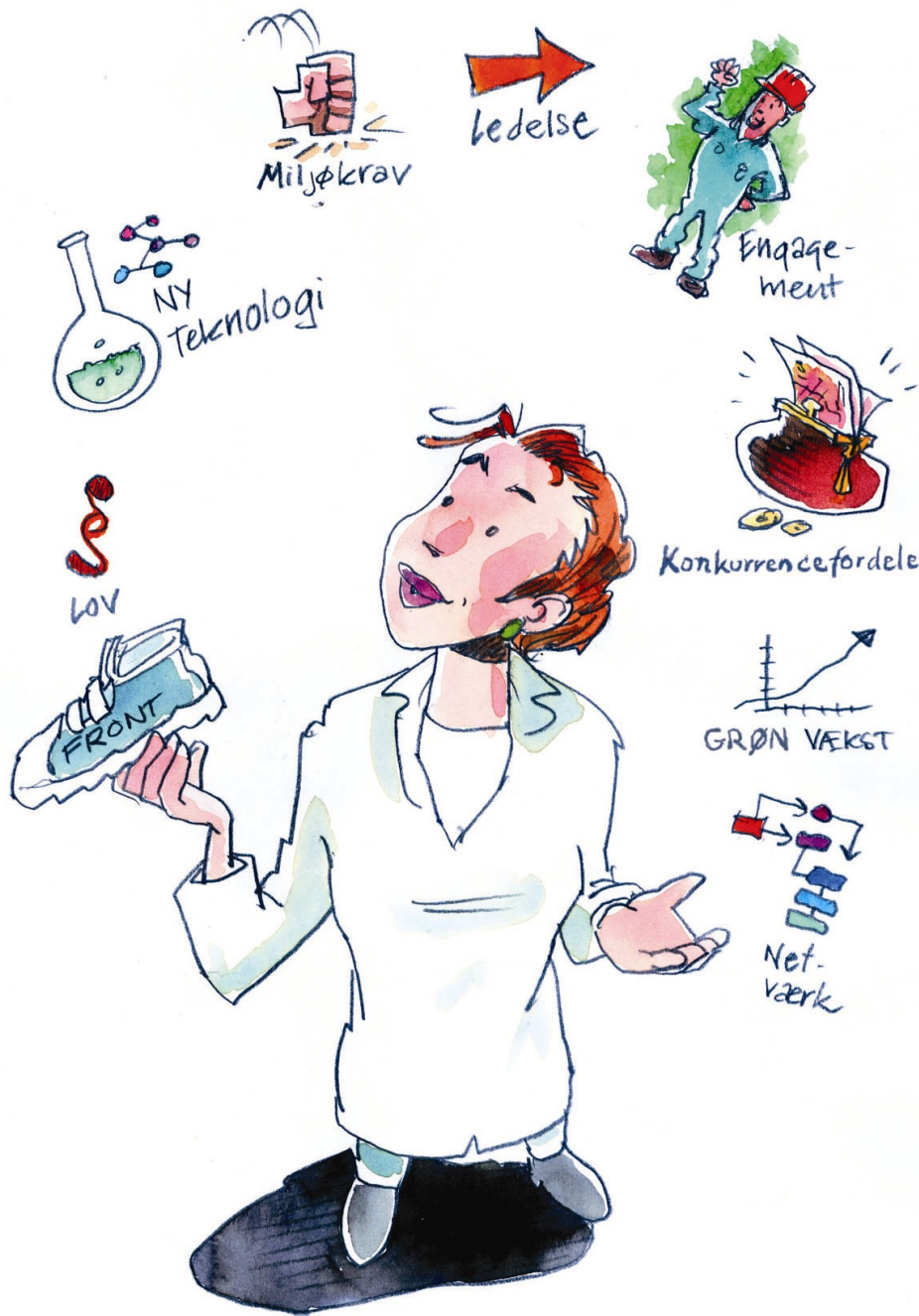


	Pligt	Dyd	Nytte
Mål	-Overholde virksomhedens miljøpolitik	-Ansvarlighed overfor effekter på mennesker og miljø -Medarbejdertrivsel	- Enkelt miljøtilsyn - Reduceret ressourceforbrug
Midler/ Proces	-Synliggøre miljøpolitik og miljømål -	-Reducere miljø arbejdsmiljøpåvirkninger -Medarbejder deltagelse	-Miljøomkostnings-styring -Imødekomme forventninger fra f.eks. myndigheder
Handling/ Resultat	-Udvide ansvarlighed	- Bedre miljø og sundhed	-Spare penge og ressourcer

Pointer

- 1) Information udgør grundlaget (redegørelse)
 - En-vejs
- 2) Kommunikation skaber engagementet (processen)
 - Deltagelse – to-vejs kommunikation
- 3) Dialog og samarbejde gør forskellen (forretningsplan)
 - Værdiskabelse gennem partnerskaber
- 4) Pligter, dyder og nytte

GOD FORNØJELSE og god arbejdslyst



9 udfordringer i miljøkommunikation

	Dokumentation	Intern kommunikation	Dialog i netværk
Renere teknologi	Fabrikkens miljøforhold	Intern projektorganisering	Projektsamarbejde med eksterne parter
Miljøledelse	Løbende miljøforbedringer	Ledelsen og produktionen	Erfaringsudveksling i vidensnetværket
POMS	Produkternes miljøbelastning	Alle afdelinger i virksomheden	Koordinering i produktkæden

Bæredygtigheds forretningsplaner

Udvælgelse af centrale stakeholders

- Medarbejdere
- Leverandører og kunder (produktkæden)
- Naboer, lokalsamfund og kommune
- Andre ??

Udvælg fælles problemstillinger og forbedringspotentialer sammen med de centrale stakeholders

Se kommunikation og dialog som en løbende proces

- Genbrug materialet i forskellige sammenhænge
- De ”gode historier” frem for opremsning af data
- Fokus på Need-to-know og ikke Nice-to-know (til bilag eller på web-side)

Enkle spørgsmål til kommunikation

HVORFOR – hvad vil virksomheden opnå ?

HVEM – hvem er de vigtige stakeholders ?

HVAD – hvilke emner er på dagsordenen ?

HVORDAN

- Kanaler/medier
- Form
- Masser af hjælpeværktøjer hertil