

GODE RÅD

til kommunikation om bæredygtighed og social ansvarlighed



Kommunikér kun påstande, I har belæg og dokumentation for. Det er fx en påstand, hvis I skriver "Vi er grønne" eller "Vi er bæredygtige" uden at kunne dokumentere det.

Bæredygtighed og social ansvarlighed er blevet parametre, ingen virksomheder kan komme uden om. Flere og flere offentlige institutioner, private virksomheder samt forbrugere foretrækker at købe produkter og services fra virksomheder, der påtager sig et samfundsansvar. Samtidig efterspørger især de større virksomheder leverandører, der kan hjælpe dem med at opfylde deres klimamål.

Det er derfor vigtigt, at din virksomhed kommunikerer åbent og ærligt om jeres arbejde med bæredygtighed og social ansvarlighed, herunder de positive såvel som negative påvirkninger på miljøet, klimaet og samfundet. Ligeledes er det vigtigt, at I kommunikerer om det arbejde, I gør for at forbedre det.

Derved har kunder, nye medarbejdere og andre vigtige interessenter mulighed for at danne sig et billede af jeres virksomhed som bæredygtig og samfundsansvarlig. Dette kan give jer en konkurrencefordel, der kan være med til at tiltrække både nye kunder og nye medarbejdere.

Vi har samlet nogle gode råd om, hvordan I kan kommunikere om bæredygtighed og social ansvarlig på jeres hjemmeside, sociale medier, kundefakturaer og firmabiler.

Inden I går i gang med at kommunikere, bør I overveje nedenstående:

- Hvem vil I kommunikere til?
- Hvad skal kommunikeres?
- Hvorfor vil I kommunikere?
- Hvilke kanaler vil I kommunikere igennem?

Er I ikke gået i gang med arbejdet med bæredygtighed eller samfundsansvar, så afvent med at kommunikere til I har reelle handlinger og tiltag, I kan fortælle om.