

TOMMELFINGERREGLER FOR GOD KOMMUNIKATION OM BÆREDYGTIGHED

Opfølgning på
Danske Destinationers
Masterclass 27. april 2022



3 TOMMELFINGERREGLER
præsenteret af Morten Jastrup,
Managing Partner i Nordic Sustainability



TOMMELFINGERREGEL 1: KOMMUNIKER SANDFÆRDIGT OG UDTØMMENDE

- Fortæl sandheden
- Gå efter at inkludere den større historie
- Kommuniker jeres bæredygtighedsambitioner og hvad I gør, ikke kun jeres resultater eller hvad I er – det er ok at kommunikere, at I er på en rejse mod bæredygtighed, så længe hvert trin, I beskriver, er troværdigt.
- Hold proportionerne – undgå at bruge en ubetydelig bæredygtighedsfordel til at kalde et produkt, en oplevelse eller en tjeneste bæredygtig, hvis alt andet er lige så uholdbart som før.
- Vis det fulde billede – hvis I vil fortælle, at I har sparet 300-ton CO₂, skylder du også at fortælle hvor meget I udleder i alt.



TOMMELFINGERREGEL 2: **KOMMUNIKER I KLART SPROG UDEN FORSØG PÅ VILDLEDNING**

- **Brug enkelt og ligefremt sprog** - undgå abstrakte eller vildledende udtryk som "grøn" eller "miljøvenlig". De er åbne for fortolkning og kan føre til falske indtryk af bæredygtighed.
- **Kommunikér specifikt og målbart om bæredygtighed** – og søg altid at bakke det op med data, cases eller andet.
- **Vær fair** - benchmark mod det mest lignende produkt, ikke kun branchens gennemsnit.
- **Undgå vildledende billeder** - fredfyldte landskaber og dugdråber på blade er smukke, men har meget lidt med de fleste virksomheders produkter at gøre.



TOMMELFINGERREGEL 3: **STØT JER TIL ETABLEREDE MÅDER AT DOKUMENTERE JERES PÅSTANDE PÅ**

- **Kommunikér kun bæredygtighedsfordele**, I kan understøtte med data, og medtag dokumentation i markedsføring eller henvis som minimum til dem online.
- **Søg tredjepartsvurderinger af dit produkts bæredygtighed** – standarder og certificeringer opbygger tillid.
- **Undgå at falde i fælden med at definere "hvad bæredygtighed er for jer"** og tro, at alle andre er enige – kunne I gøre det samme omkring finansiel performance?
- **Dobbelttjek alle påstande om positive effekter** – og hav dokumentation klar.

ANDRE RÅD TIL GOD
KOMMUNIKATION OM
BÆREDYGTIGHED

10 RÅD TIL KLIMAKOMMUNIKATION
ASTRID HAUG BUREAU
<https://astridhaug.dk/greenwashing/>

EKSEMPLER PÅ GOD KLIMAKOMMUNIKATION
ASTRID HAUG BUREAU
[https://astridhaug.dk/eksempler-paa-god-
klimakommunikation/](https://astridhaug.dk/eksempler-paa-god-klimakommunikation/)

FORBRUGEROMBUDSMANDENS **KVIKGUIDE**
TIL VIRKSOMHEDER OM
MILJØMARKEDSFØRING:
[https://www.forbrugerombudsmanden.dk/
media/56731/kvikguide-om-
miljoemarkedsfoering.pdf](https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/56731/kvikguide-om-miljoemarkedsfoering.pdf)

15 pointer fra Forbrugerombudsmanden og Dansk
Erhverv: Undgå "bæredygtig"
ASTRID HAUG BUREAU
[https://astridhaug.dk/15-pointer-fra-
forbrugerombudsmanden-og-dansk-erhverv-
undgaa-baeredygtig/](https://astridhaug.dk/15-pointer-fra-forbrugerombudsmanden-og-dansk-erhverv-undgaa-baeredygtig/)