

HVAD KOMMER EFTER

GREENWASH?

Om nytænkning af kommunikation i virksomheder og organisationer

Konference
11. februar 2011
Crowne Plaza
Copenhagen Towers

Overdrivelser, halve sandheder og deciderede løgne sammenfattes under begrebet 'greenwash'. Produkter der redder verden, forhindrer isbjerge i at smelte og er forsynet med diverse udokumenterede anprisninger, har hærgnet kommunikationen længe. Der er behov for at skabe en ny balance mellem forretningen og kommunikationen, så virksomheder og organisationer fremstår troværdigt.



Anne Skjerring
Danwatch



Henrik Øe
Forbrugerombudsmand



Carsten Bøgg
Grafisk Arbejdsgiverforening



Lindsey Parnell
InterfaceFLOR



Jonas Engberg
IKEA



René la Cour Sell
Danmarks Naturfredningsforening



Kristian Jørgensen
Nepenthes



Ramon Arratia
InterfaceFLOR



Connie Hedegård
EU-kommissionen



Per Melstrup
Mandag Morgen



Mads Flarup Christensen
Greenpeace



Tania Ellis
Forfatter

HVAD KOMMER EFTER GREENWASH?

Konference
11. februar 2011
Crowne Plaza
Copenhagen Towers

Om nytænkning af kommunikation i virksomheder og organisationer

Deltagere:

Ansvarlige for kommunikation, marketing og bæredygtighed i private virksomheder og offentlige organisationer plus eksterne rådgivere.

Formål:

- Udvikle alternativer til greenwash.
- Starte en konstruktiv diskussion om, hvordan virksomheder og organisationer nytænker deres kommunikation, så den både er interessant og i overensstemmelse med virksomhedens strategi.
- Etablere debatfora der kan fungere i branchespor eller andre grupperinger efter konferencen.

Tid og sted:

11. februar 2011 kl. 9-17
Hotel Crowne Plaza Copenhagen Towers
Ørestads Boulevard 114-118, 2300 København S

Tilmelding:

Tilmelding til konferencen sker til Susanne Hacke, PR-Partner, på email: sh@prpartner.dk inden 7. februar 2011. Du modtager derefter en faktura med opkrævning af deltagergebyr på 995 kr. plus moms..

Arrangører:

Grafisk Arbejdsgiverforening, Dansk Standard, Crowne Plaza Copenhagen Towers, InterfaceFLOR og PR-Partner.

Adskillige virksomheder og organisationer er kommet meget langt med at praktisere miljørigtige og bæredygtige forretningsgange. Det gælder både nye virksomheder, der født på et bæredygtigt grundlag, og etablerede virksomheder, der senere har valgt at omdefinere deres produkter og services.

Men virksomhedernes og organisationernes kommunikation har ikke i alle tilfælde formået at følge forretningen og finde en form, som bliver accepteret af virksomhedens interessenter. De forretningsmæssigt mest bæredygtige virksomheder vælger ofte at holde en lav kommunikationsprofil. De mener, at det er vanskeligt at differentiere sig fra de virksomheder, som kommunikerer meget højlydt og vedholdende uden at have det forretningsmæssige på plads.

Spørgsmålet er, om det udelukkende kan overlades til myndighederne at definere begrænsninger, så virksomhederne og organisationerne bliver presset ind i en defensiv rolle eller måske endda fristes til at gå undercover og vælge forskellige sofistikerede kommunikationsmåder for at omgå de officielle regler for god kommunikationsskik. Eller om virksomheder og organisationer selv kan finde nye veje – eventuelt i samarbejde med andre.

Konferencen er et startskud til at danne netværksgrupper i branchespor eller andre interessefællesskaber. Konferencen er for dem der tager bæredygtighed og kommunikation seriøst og derfor tør gå nye veje.

HVAD KOMMER EFTER GREENWASH?

Konference
11. februar 2011
Crowne Plaza
Copenhagen Towers

Program

Moderator åbner konferencen

- Tania Ellis

Velkommen

- Lindsey Parnell, InterfaceFLOR, CEO

Det er virksomhedens ansvar at undgå greenwash

- Henrik Øe, Forbrugerombudsmand

Klima og kommunikation i et europæisk perspektiv

- Connie Hedegaard, EU-kommissær

PAUSE

Greenwash i praksis - sådan vaskes der

- Kristian Jørgensen, formand for Nepenthes

Vores opfattelse af greenwash

- af ?? (kontakt ll@prpartner.dk)

Troværdighed og greenwash i den interne kommunikation

- Jonas Engberg, IKEA, Sustainability Manager

FROKOST

Det store certifikat – DS 26001

- René la Cour Sell, Danmarks Naturfredningsforening, direktør

Transparens og fakta i virksomhedskommunikationen

- Carsten Bøg, Grafisk Arbejdsgiverforening, miljøchef
- Ramon Arratia, InterfaceFLOR, Sustainability Director

Vi har brug for et nyt sprog

- Per Meilstrup, Mandag Morgen, miljødirektør

Tør du invitere en vagthund indenfor?

- Mads Flarup Christensen, Greenpeace, nordisk generalsekretær
- Anne Skjerning, Danwatch, daglig leder

PAUSE

Fremtidens kommunikation uden greenwash

- Hvordan gør vi?
- Dialog mellem alle deltagere
- Moderator styrer dialogen

Opsummering af dagen

HVAD KOMMER EFTER GREENWASH?

Arrangører

Dansk Standard

Dansk Standard er Danmarks officielle standardiseringsorganisation. Målet med vores ydelser er at styrke erhvervslivets og samfundets konkurrenceevne og bæredygtighed. Vi har været dansk omdrejningspunkt for udarbejdelsen af ISO 26000 – den nye internationale vejledning om Social Responsibility - og har været penefører på DS 26001 og DS 26004 – de to nye danske CSR standarder.



Grafisk Arbejdsgiverforening

Grafisk Arbejdsgiverforening (GA) er landets største branche- og arbejdsgiverforening inden for det grafiske område. Målet er at styrke virksomhedernes konkurrenceevne og vilkår. GA rådgiver og informerer de ca. 504 virksomhederne om jura, overenskomster, miljø og brancheforhold. Al rådgivning fra GA er ekspertbaseret og bygger på et indgående kendskab til branchen.



Crowne Plaza Copenhagen Towers

Skabelsen af Crowne Plaza Copenhagen Towers er drevet af et oprigtigt ønske om at vælge bæredygtige løsninger for miljø og mennesker og samtidig levere en sublim oplevelse til vores gæster. Vi tror på, at det grønne aspekt vil komme til at spille en stadig større rolle i gæsternes valg af hotel. Vores mål vil altid være at udlede mindre CO2 end vores konkurrenter, men samtidig at give vores gæster en bedre oplevelse og et bedre produkt.



InterfaceFLOR



InterfaceFLOR

InterfaceFLOR fremstiller og markedsfører branchens største og mest alsidige udvalg af modulære tæppefliser. Vores produkter kombinerer funktionalitet med design uden at gå på kompromis med kvalitet og bæredygtighed. Mission Zero er vores løfte om ikke at sætte negative miljøspor i 2020. Det er en udfordring, men vi er godt på vej. www.interfaceflor.dk

PR-Partner

PR-Partner samarbejder med virksomheder, der ønsker at skabe balance mellem det strategiske CSR-arbejde og virksomhedskommunikationen. www.prpartner.dk

TILMELDING:

Tilmelding til konferencen sker til Susanne Hacke, PR-Partner, på email: sh@prpartner.dk inden 7. februar 2011.

Du modtager derefter en faktura med opkrævning af deltagergebyr på 995 kr. plus moms..

Konference
11. februar 2011
Crowne Plaza
Copenhagen Towers