

Grön kommunikation – Möjlighet eller nödvändighet?

Att miljöinriktade satsningar och lönsamhet går hand i hand är den nya tidens filosofi. Men om vinst är vårt enda argument spelar vi på fel planhalva. Värderingar och engagemang är också viktiga. Liber lanserar nu *Grön kommunikation*, boken som utmanar det sätt som vi agerar och kommunicerar på i dag. Boken lanseras på fredag på Bok & Bibliotek i Göteborg, och är redan nominerad till Årets marknadsföringsbok av Sveriges Marknadsförbund.

Miljö är ett viktigt och aktuellt tema. Vi konsument köper allt fler miljöanpassade varor, som ekologisk, närproducerad mat, eller miljöbilar. Politiskt måste världens ledare ta itu med klimatfrågan, inte minst när det globala klimatavtalet ska förhandlas fram i Köpenhamn i december. Till följd av detta finns det många företag som både vill och behöver ta ett ansvar i miljöfrågan.

– Att lära sig kommunicera rätt både för att skapa dialog, och för att bygga varumärke är viktigt. Kommunikation är en central motor i processen mot en hållbar framtid, säger författaren Victoria Olausson.

I den här boken spelar framgångsrika sociala entreprenörer en nyckelroll. Författaren visar med sina exempel tydligt hur passion och engagemang bokstavligen skapat en marknad där det inte fanns någon tidigare. Boken riktar sig primärt till dem som kommunicerar i miljöfrågor – eller är nyfikna på att göra det, men också till dem som har en ledningsfunktion.

– Efter att ha läst boken är du stärkt och inspirerad i att kommunicera grönt. Du har sett mängder med exempel på vad andra har gjort och du har fått råd och tankeredskap för hur du själv kan gå till väga. Du har också förhoppningsvis funderat över ditt eget engagemang i miljöfrågan; hur du ska förhålla dig till det, och hur du kan väcka det hos andra, säger Victoria Olausson.



Om författaren: Victoria Olausson driver konsultföretaget SenseMakers som arbetar med strategisk och kreativ kommunikation för en hållbar utveckling. Hon är en flitigt anlitad föreläsare och skriver regelbundet artiklar i ämnet.
Kontakt: victoria@sensemakers.se, 0707-387618

Fakta om boken:

Titel: Grön kommunikation – Hur du bygger värde för varumärket och världen
ISBN: 978-91-47-08959-8
Rek. internetpris: 225 kronor

Information:

Förläggare: Lars Abramson, lars.abramson@liber.se, 040-25 86 24.
För recensionsexemplar eller högupplöst bild kontakta Nina Kerfstedt, nina.kerfstedt@liber.se, 08-690 92 34.

