

CONNIE HEDEGAARD VIL OMSTILLE DET DANSKE SAMFUND

I kampen for klimaet er der en kæmpe kommunikationsopgave i at flytte holdninger og handlinger hos både befolkningen og virksomhederne i Danmark og i udlandet



Af Lisbeth
Eckhardt-Hansen

Det er nødvendigt at omstille til energieffektive løsninger og bæredygtig vækst. Det melder Connie Hedegaard klart ud som minister for det yngste og nyeste ministerium i Danmark. Hun brænder for sagen og giver bolden op til dialog om, hvordan vi finder nye veje til bæredygtig vækst. Vi skal tænke og handle energibevidst, så vi kan inspirere resten af verden og nå i mål med en klimaaftale, når verden mødes til klimakonference i København i 2009.

Bæredygtig vækst

Der skal fuld fart på vidensspredningen, mener ministeren, som selv går forrest i kommunikationen og bærer sine budskaber frem i pressen, i virksomhedernes direktionslokaler, hos brancheorganisationer og foreninger.

- Folk skal forstå, at der er et problem. Det næste er at forstå, at det er rigtigt dyrt at vente med at løse problemet. Jo længere vi venter, jo større bliver omkostningen miljømæssigt, sikkerhedspolitisk og økonomisk.

- Kloden har behov for, at vi finder energieffektive løsninger. Klimafor-

andringerne presser den dagsorden frem. Men klimaet er ikke den eneste driver. Befolkningsstiltvæksten i Indien, luftforurening og vejtrækningsproblemer i Beijing, oliepriserens himmelflugt, de stejle efterspørgselskurver efter energi og en lang række andre komplekse forhold er alt sammen med til at presse på for mere begavede løsninger.

- Bæredygtig energi skal også til for at brodføde verdens voksende befolkning. Presset på klodens ressourcer vokser. I dag er vi 6,4 mia. mennesker på kloden. Ved dette århundredes midte bliver vi 9 mia. Vi skal altså have fundet de intelligente løsninger, der kan give alle del i verdens goder, siger Connie Hedegaard.

Alle skal involveres

Connie Hedegaard vil bruge klimakonferencen som en anledning til at rydde op og få orden i eget hus, inden gæsterne står der. Det er en enestående mulighed for at vise danske løsninger frem for verden, og frem for alt er det en god og relevant anledning til at komme i gang med at løse opgaven selv.

- Skal vi have løst en så kompleks opgave, så skal vi have alle med. I vores moderne samfund er det forskere, der finder facts, embedsmænd kommer med bud på tekniske løsninger, ildsjæle og NGO'erne, der får problemerne på dagsordenen, og politikere, som træffer beslutning på et oplyst grundlag, siger hun.

Befolkningen skal tage ansvar

Det er ministerens ambition at gøre klimaet til en bred dagsorden. Befolkningen i et demokrati skal involveres, da det er forudsætningen for at mobilisere andre kræfter. Ministeren peger på 1 ton mindre-kampagnen, som har til formål at få danskerne til at tage ansvar for fremtiden og nedsætte CO₂-udslippet. Det er en stor og vigtig kommunikationsopgave at skabe forståelse for, at det er nødvendigt at ændre adfærd.

- Det handler om generationskontrakten. Vi har fået givet noget i arv, som vi skal passe på og give videre til dem, der kommer efter os. Her mener jeg, at vi har brug for at gøre op med et par årtier, hvor vi har været meget fokuseret på forbrug, forbrug, forbrug. Jeg tror, at klimadagsordenen kan bane vej for et større paradigmeskifte, hvor mennesker bliver lidt mere bevidste om deres ansvar: Hallo – måske er der også hensyn at tage til de generationer, der kommer efter os, og til dem, der bor andre steder end os. Måske kan vi ikke bare tænke egoistisk og forbrugorienteret.

- Det er jo uretfærdigt, at de, der mærker klimaforandringerne mest, er afrikanerne og sydøstasياتerne, mens sådan nogle som os og amerikanerne ikke bliver lige så hårdt ramt, selv om vi har bidraget til problemet med mest CO₂ udslip, siger Connie Hedegaard.

Ministeren vil have forbrugere til





at købe energimærkede produkter, opdrage deres børn til at slukke for computer og musikanlæg i stedet for at lade det stå standby og i det hele taget handle energibevidst i både stort og småt.

- Hvis ikke vi kan vise, at det er muligt at få befolkningen til at træffe nogle fornuftige valg, hvem kan så? Vi er trods alt et af verdens rigeste, mest veluddannede og mest energiforbrugende samfund, siger Connie Hedegaard.

Indsatsen er begyndt at virke

Næsten halvdelen af danskerne kender i dag 1 ton mindre-kampagnen. Midtvejsevalueringen viser, at 80 procent af danskerne er helt eller delvist enig i, at alle har et personligt ansvar. Men Connie Hedegaard er ikke helt tilfreds:

- Folk er blevet mere optaget af sagen. Men viden og holdninger skal også omsættes i mere handling, understreger hun.

Erhvervet skal i omdrejninger

I Klima- og energiministeriet har man også satset på at involvere virksomhederne blandt andet med et erhvervsklimapanel, som er etableret i samarbejde med Wonderful Copenhagen og en række førende virksomheder. Her drøfter man brandingdimensionen af værtskabet for FN's klimakonference samt titusinder af gæsters besøg fra hele verden.

- Erhvervsklimapanelet bruger vi til at finde gode måder at udnytte det udstillingsvindue, vi får til resten af verden, så vi kan vise danske løsninger frem. Men jeg lægger vægt på, at det også bliver brugt til at skabe løsninger, der rækker ud over 2009.

- Det rykker nu. Frontløbervirksomhederne er i fuld gang. Novo, Grundfos, Danfoss er i gang, og remsen er længere. Men der er for mange, som endnu ikke har tænkt klimahensynet konsekvent ind i deres strategier. Danske virksomheder skal tage sig sammen og rykke hele vejen med rundt. Ministeriet har fået hjælp af Danmarks Miljøundersøgelser og Århus Universitet til at udvikle redskaber, som kan gøre det

mere enkelt for små og mellemstore virksomheder at komme i gang. Der er fx et klimakompas og en CO₂-beregner på vej. Og ministeren har personligt rejst rundt til organisationer og virksomheder for at tale klimaet på direktionernes dagsorden. Klimaet står også som centralt krav i Regeringens redegørelse for virksomhedernes samfundsansvar – rapporten om Corporate Social Responsibility.

Connie Hedegaard er tilfreds med at være katalysator for nye partnerskaber mellem virksomheder, myndigheder og forskere inden for forskellige brancher.

- I stedet for gammeldags konkurrence mellem virksomhederne, skal vi vænne os til at pulje kræfterne, så vi i fællesskab kan finde frem til, hvad Danmark skal byde på i forhold til resten af verden, siger Connie Hedegaard.

Dialog med græsrodsorganisationer

Samspillet med græsrodsorganisationerne eller NGO'erne fylder også på ministerens dagsorden.

- Vi sørger for, at vi har en meget transparent proces, så NGO'erne ved, hvor vi er henne i forhandlingerne, og så vi ved, hvad de er optaget af nationalt og internationalt. Vi skal have en god dialog med NGO'erne. De har stort kendskab til den internationale debat, og det er glimrende, at NGO'er i Indien presser deres regering, før vi indgår en klimaaftale, ligesom det er glimrende at tage en snak med industriorganisationerne om, hvad de kan

bidrage med. NGO'erne præger samtidig den danske offentlighed, og de vil selvfølgelig puste os i nakken. Fint nok. Jeg hører ikke til dem, der siger 'smagsdommere, nej tak'. Jeg synes tværtimod, det er vigtigt at bruge NGO'ernes input og få dem ind i beslutningsprocessen, siger Connie Hedegaard.

Pressen

Pressebriefinger og kontakt med journalister er en vigtig opgave. Journalister fra blandt andet Berlingske Tidende, JyllandsPosten og Ritzaau er opdateret med faktuel viden om, hvad klimatopmødet går ud på. Hvad skal der forhandles om? Hvor er knasterne i forhandlingerne? Hvad er det politiske perspektiv osv. Mediearbejdet giver bonus.

-Jeg oplever, at pressen er kommet op i omdrejninger. Der er mange flere hits i 2007, end der var i 2005. Men jeg synes, vi i Danmark har brugt uforholdsmæssigt mange kræfter på at diskutere, om der overhovedet er klimaproblemer. Der var nogle år, hvor Lomborg-skepsis prægede pressedækningen. I dag er der flere, der sætter fokus på, hvad der vil ske, hvis vi ikke får standset klimaforandringerne. Klimaforandringen bliver taget alvorlig i takt med, at der er flere og flere naturkatastrofer i verden, og at FN's klimapanel melder problemet tydeligt ud, siger Connie Hedegaard.

Hun appellerer til, at pressen holder fast i fagligheden, når de dækker en kompleks sag som klimaforandringerne.

- Der er desværre en tendens i pressen til at gøre alt lige faktisk. Det er det ikke. Det kammer over, hvis vi hver gang skal finde et modsynspunkt til FN's klimapanel. Klimaforandringerne er et hamrende komplekst emne. Hvis pressen skal dække det her fornuftigt, så kræver det en ret stor faglighed - ellers kan det resultere i nonsens-artikler.

Det kan have ret svære konsekvenser, fordi man så bilder folk ind, at verden hænger mere forsimplet sammen, end den gør, siger Connie Hedegaard.

Klimapolitik

Ministeren tror ikke, at klimadagsordenen er en flygtig trend:

- Jeg tror, klimadagsordenen bliver ved med at optage os, indtil vi har fundet veje til at mindske CO₂-udslippet, siger Connie Hedegaard.

På spørgsmålet om vi har et ministerium for klima og energi, når FN-konferencen er vel overstået, og hele verden refererer til København i stedet for Kyoto, når talen falder på klimaet, svarer hun med et smil:

- Ingen kan vide, om der er brug for et særligt klimaministerium på langt sigt. Men jeg kan garantere, at vi har en klimapolitik, som der skal arbejdes videre med efter konferencen, siger Connie Hedegaard. ■



Læs på www.kommunikationsforening.dk
DKFs gå-hjem-møde
"Klima på dagsordenen" i april.

Kickstart af en ny industriel revolution er nødvendig

'Det her er måske verdens største kommunikationsopgave'. Sådan lød det fra Erik Rasmussen, da han beskrev den udfordring, der ligger i at prøve at få verden til at forstå og at ændre adfærd på klimaområdet. Erik Rasmussen har været med til at starte Copenhagen Climate Council, der er et globalt netværk af virksomheder og forskere, og som er støttet af blandt andet Mandag Morgen. Erik Rasmussen mener, at 'kloden er i en undtagelsessituation', og at der er brug for en femte revolution på det industrielle område. - Den femte industrielle revolution skal skabe bæredygtighed ud af de første fire, og den skal drives af innovation og nye løsninger. Bliver revolutionen total, kan den også være med til at lukke kløften mellem rig og fattig, fortæller Erik Rasmussen. Som et led i denne revolution har Copenhagen Climate Council etableret et netværk af internationale forskere og virksomheder, der sammen skal udvikle en aktivitetsplan hen imod større bæredygtighed og

en positiv klimaforandring. Virksomhederne skal fungere som kickstartere af den femte revolution og selv være 'løftere' af initiativerne. Der er ikke tid til at vente på, at forskningen alene kommer med nye løsninger - der må innovation og nye partnerskaber til, mener Erik Rasmussen. For at kunne starte en revolution må man udnytte et optimalt tidspunkt, og det er nu, mener Rasmussen og refererer til den debat, Al Gores bog fx har været med til at skabe. Erik Rasmussen tror på de positive muligheds magt. - Kan man 'bevise', at et liv kan være attraktivt i et bæredygtigt samfund, kan der opstå en ny livsstil, siger han, og fortæller, at Copenhagen Climate Council også har planer om at udgive film, bøger osv., der kan vise, at et bæredygtigt liv og samfund kan være fantastisk. Læs mere om Copenhagen Climate Council www.copenhagenclimatecouncil.com.