



IPRA: Kommunikationsrichtlinien zum Klimawandel

UNTER HINWEIS auf die Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN und insbesondere auf Ziel 13, „dringend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen zu ergreifen“;

UNTER HINWEIS darauf, dass PR-Fachleute durch ihre Kommunikationsfähigkeiten über besondere Möglichkeiten der positiven Einflussnahme verfügen;

UNTER HINWEIS darauf, dass PR-Fachleute als Bindeglied zwischen Organisationen und deren Interessengruppen eine zentrale Rolle bei der Bekämpfung des Klimawandels spielen.

In der Kommunikation zum Klimawandel werden PR-Fachleute Folgendes umsetzen:

1. Artikel zwei des IPRA-Kodex: *Sie handeln ehrlich und integer*, indem sie
 - Ehrlichkeit in der Kommunikation rund um den Klimawandel sicherstellen
 - wissenschaftliche Erkenntnisse so übersetzen, dass sie von der Öffentlichkeit verstanden werden können
2. Artikel drei des IPRA-Kodex: *Sie schaffen die moralischen Voraussetzungen für Dialog* durch
 - die Förderung einer internen Kultur, in der sich Beschäftigte nicht scheuen, Bedenken zu äußern
 - Partnerschaften mit externen Fürsprechenden positiver Maßnahmen für den Klimaschutz
 - Förderung der Bildung zum Thema Klima im beruflichen und öffentlichen Kontext
3. Artikel vier des IPRA-Kodex: *Sie handeln offen und transparent* durch
 - die Berichterstattung über tatsächliche Emissionen und deren geplante Reduzierung durch die eigene Organisation
4. Artikel fünf des IPRA-Kodex: *Sie vermeiden berufliche Konflikte*, indem sie
 - sorgfältig darüber entscheiden, welche Arbeit auf welche Weise übernommen und geleistet wird
 - sicherstellen, dass die Arbeit im Einklang mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der UN steht
 - Kund/innen sowie Entscheidungstragende hinsichtlich gesellschaftlicher Erwartungen beraten
5. Artikel sieben des IPRA-Kodex: *Sie gewährleisten Wahrheit und Genauigkeit* durch
 - den Hinweis auf wissenschaftlich fundierte Quellen, die im Einklang mit dem Zwischenstaatlichen Ausschuss für Klimaänderungen (IPCC, „Weltklimarat“) stehen

- das Ermutigen von Kund/innen, auf Quellen zu verweisen, die deren eigenem Standpunkt widersprechen
 - Kritik an falscher oder ungenauer Kommunikation in der Öffentlichkeit
6. Artikel acht des IPRA-Kodex: *Sie verhindern die Verbreitung irreführender Informationen*, indem sie
- Greenwashing in der Kommunikation durch Verweis auf wissenschaftlich fundierte Daten verhindern
7. Artikel zehn des IPRA-Kodex: *Sie nutzen keine Organisationen, die ihre Interessen nicht offenlegen*, indem
- sie keine Institutionen nutzen oder unterstützen, die von Organisationen finanziert werden, die in erheblichem Maße zu Emissionen beitragen oder den Klimawandel leugnen.