



# Kampanjguide

Så här deltar du i kampanjen

# Innehåll

- 03 Några ord från vår marknads- och kommunikationschef
- 04 Siffror från Nordisk konsumentundersökning (Ipsos 2022)
- 05 Den första kampanjen gav effekt
- 07 Kampanjkoncept
- 08 En ny tagline
- 09 Kampanjkit
- 10 Så får du mest nytta av materialet
- 11 Copytexter
- 12 Kampanjlogotyper
- 13 Grafiska riktlinjer
- 14 Exempel på hur en annons kan se ut
- 15 Fler inspirationstexter
- 17 Inspireras av andra
- 18 Inspireras av andra – exempel från Norden
- 20 Kontaktinformation



# Några ord från vår marknads- och kommunikationschef

Sommaren 2023 lanserade Svanen sitt första nordiska kampanjkoncept någonsin. Med en gemensam nordisk röst och ett sammanhållet uttryck kommunicerar vi samma sak, på samma sätt.

Kampanjkonceptets syfte är att berätta vad Svanenmärkningen är och hur vi skiljer oss från andra märkningar. Svanen, som Nordens officiella miljömärkning, vill berätta hur tuffa krav vi ställer, att vi ställer krav utifrån livscykelperspektiv och helhetssyn. Att vi gör det med engagemang, hängivenhet och expertis och att vi aldrig tummar på kraven.

Konceptet visar bredden av utbudet av Svanenmärkta produkter. Allt ifrån tvättmedel till målarfärg, ljus och hotell. Det berättar vilket oerhört arbete ni som licensinnehavare har genomfört för att klara våra krav och att Svanen är svår att få men lätt att välja för alla som vill göra bra val för klimat, miljö och hälsa.

Vi hoppas att ni som licensinnehavare vill vara med och sprida kampanjkonceptets budskap genom att berätta om era Svanenmärkta varor och tjänster. Hur svårt det var att få en Svanenmärkning, men att ni klarat varenda krav och att ni därmed gjort det enklare för konsumenterna att göra bättre val för miljön.

Ta del av denna guide och använd materialet i er kommunikation.

Ju fler vi är som kommunicerar samma budskap, desto starkare blir påverkan att välja Svanenmärkt.

Svanen – Svår att få. Lätt att välja.



**Christian Quarles van Ufford**  
Marknads- och kommunikationschef  
Miljömärkning Sverige



# Svanen är ett välkänt varumärke som nordiska konsumenter känner igen och litar på



95%

av de nordiska konsumenterna känner igen Svanen.

67%

av de som känner igen Svanen litar på märkningen.

60%

av de nordiska konsumenterna tittar efter Svanen när de ska välja bland produkter.

58%

av de nordiska konsumenterna är måna om vad de som personer kan göra för att skydda miljön.

Nordisk konsumentundersökning på uppdrag av Nordisk Miljömärkning (IPSOS 2022)





# Den första kampanjen gav effekt



70%

har förstått budskapet att Svanen gör det lättare att välja varor eller tjänster som är bättre för miljön.

48%

har fått större förståelse för hur viktig Svanen är

48%

säger att de kommer titta oftare efter Svanen i framtiden

63%

har förstått budskapet att Svanen finns på många olika typer av varor eller tjänster som

1 av 3

har agerat efter att ha sett kampanjen, t ex genom att titta efter Svanen i butik

Kampanjmätning utförd av Annalect, juni 2023



# Kampanjkoncept

Konceptbeskrivning och tagline

# Svanens alla krav

Med det här kampanjkonceptet vill vi lyfta fram hur svårt det är att uppnå en Svanenmärkning. Hur noggranna vi är och vad som skiljer oss från andra märkningar.

Samtidigt vill vi visa upp det breda utbud av Svanenmärkta varor och tjänster som finns.

I kampanjen berättar vi om Svanen genom vittnesmål från varor och tjänster som har försökt få en Svanenlicens. Inte genom de som har lyckats och klarat kraven, utan genom de som inte klarade det.

Du har lagt ner mycket arbete på att uppfylla alla Svanens krav. Det är värt att lyfta fram den insatsen för en publik som blir allt mer intresserad av att göra bra val för klimat, miljö och hälsa.





An aerial photograph of a dense forest, likely a coniferous forest, with a dirt road running horizontally through the center. The trees are in various shades of green, and some dead, grey trees are visible on the left side. The overall scene is dark and textured.

**Tagline**

**Svår att få.  
Lätt att välja.**

Positionerar Svanen som det strängare miljömärket och berättar att vi gör det lättare för konsumenterna i deras vardagliga köpbeslut.



# Kampanjkit

Logo och texter att använda i eget material

# Så får du mest nytta av materialet

## Var stolta över er Svanenmärkning!

Använd copytexter och kampanjlogotypen! Texterna är gjorda för att passa alla typer av varor och tjänster. Vill du lyfta er specifika Svanenmärkta vara eller tjänst och de krav ni kämpat så hårt för att uppnå, ta hjälp av de texter som finns på kriteriesidan för er vara eller tjänst.

[Här hittar du alla Svanens krav.](#)

## Använd Svanens nya tagline: Svår att få. Lätt att välja.

Använd Svanens nya tagline "Svår att få. Lätt att välja" (som också finns som kampanjlogotyp). Den positionerar Svanen som den strängare miljömärkningen, vilket sätter ljuset på det hårda arbete ni gjort för att nå upp till Svanens krav.

## Berätta er historia

Använd kampanjperioden för att ta tillfället i akt att berätta historien om er produkt och Svanenmärkningen. Genom att kommunicera och berätta om era Svanenmärkta produkter gör du det lättare för konsumenterna att göra bra val för miljö, klimat och hälsa.

Använd enheterna i detta kampanjkit och gör ert eget material. De kan användas i annonser, i egna kanaler, ja i princip överallt!

Och dela gärna våra videor och SoMe-inlägg i era kanaler.





# Copytexter

Vi har tagit fram copytexter i tre olika längder. Det är fritt fram att använda delar av texterna, eller i sin helhet, när ni kommunicerar era Svanenmärkta varor/tjänster.

## Mini

Vi valde Svanen för att det är en av världens tuffaste miljömärkningar.

Vi gjorde det för dig. Och för miljön.

Vi är stolta över att vi klarade det!

## Midi

Vi valde Svanen för att det är en av världens tuffaste miljömärkningar.

Vi gjorde det för dig. Och för miljön.

Att bara ta hänsyn till en enda miljöaspekt är knepigt nog. Men Svanen ställer krav på alla relevanta delar, från resurseffektivitet och kemikalier till klimat och biologisk mångfald – under produktens hela liv.

Vi är stolta över att vi klarade det!

## Maxi

Vi valde Svanen för att det är en av världens tuffaste miljömärkningar.

Vi gjorde det för dig. Och för miljön.

Att bara ta hänsyn till en enda miljöaspekt är knepigt nog. Men Svanen ställer krav på alla relevanta delar, från resurseffektivitet och kemikalier, till klimat och biologisk mångfald.

Och för att göra det ännu svårare: Har du hört talas om "livscykelperspektiv"? Det har vi. Det innebär att ta hänsyn till hela produktens liv, från råvaror, produktion och användning till återanvändning, återvinning och avfall.

Vi är stolta över att vi klarade det!



# Kampanjlogotyper

Så här ser de olika kampanjlogotyperna ut – använd dem gärna när ni kommunicerar era Svanenmärkta varor och tjänster.

Svart övertext,  
vit text under



Svår att få.  
Lätt att välja.

Svart övertext,  
vit text högerställd



Svår att få.  
Lätt att välja.

Svart övertext,  
svart text under



Svår att få.  
Lätt att välja.

Svart övertext,  
svart text högerställd



Svår att få.  
Lätt att välja.

Grön övertext,  
vit text under



Svår att få.  
Lätt att välja.

Grön övertext,  
vit text högerställd



Svår att få.  
Lätt att välja.

Grön övertext,  
svart text under



Svår att få.  
Lätt att välja.

Grön övertext,  
svart text högerställd



Svår att få.  
Lätt att välja.

Dessa finns tillgängliga som animerade versioner på [svanen.se](http://svanen.se)



Svår att få.  
Lätt att välja.



Svår att få.  
Lätt att välja.



# Grafiska riktlinjer

Använd endast kampanjlogotypen i samband med varor eller tjänster som är Svanenmärkta.

Det ska tydligt framgå vilka varor eller tjänster som är Svanenmärkta och vem som är avsändaren av kommunikationen.

Placeringen av kampanjlogotypen beror på om alla varor/tjänster i marknadsföringsmaterialet är Svanenmärkta eller bara några av dem.

Om inte alla varor/tjänster i marknadsföringsmaterialet är Svanenmärkta ska det tydligt framgå vilka produkter som är märkta och vilka som inte är det.

Se till så att företagets egen logotyp och kampanjlogotypen balanserar varandra storleksmässigt.

Kampanjlogotypen kan användas i alla typer av marknadsföringsmaterial.



Svår att få.  
Lätt att välja.

# Exempel på hur en annons kan se ut



Complete Colour

Vi valde Svanen för att det är en av världens tuffaste miljömärkningar.

Vi gjorde det för dig.  
Och för miljön.



Svår att få.  
Lätt att välja.

## Yes, vi klarade det!

Vi valde Svanen för att det är en av världens tuffaste miljömärkningar.

Vi gjorde det för dig.  
Och för miljön.

Att bara ta hänsyn till en enda miljöaspekt är knepigt nog. Men Svanen ställer krav på alla relevanta delar, från resurs-effektivitet och kemikalier till klimat och biologisk mångfald.

Och för att göra det ännu svårare: Har du hört talas om "livscyelperspektiv"? Det har vi.

Det innebär att ta hänsyn till hela produktens liv, från råvaror, produktion och användning till återanvändning, återvinning och avfall.

Vi är stolta över att vi klarade det.



Svår att få.  
Lätt att välja.



# Fler inspirationstexter

Det här är några exempel på texter som du kan använda både i tryck och på digitala ytor. Använd dem som inspiration för att få igång din kreativitet! Om du kör fast är det bara att höra av dig. Vi hjälper dig vidare.

## Exempel 1

Vi väljer Svanen.

Inte för att det är lätt, utan för att det är svårt.

Svårt för oss att klara alla tuffa krav.

Men lätt för dig när du vill göra ett mer miljömedvetet val.

Svanen – Svår att få. Lätt att välja.

## Exempel 2

Vi valde Svanen – och de godkände oss!

Många/dussintals/alla våra produkter har klarat Svanens tuffa krav.

Vi har gjort det hårda arbetet för att driva oss själva framåt – och för att göra det enklare för dig att göra bättre val för miljön.

Svanen – Svår att få. Lätt att välja.

## Exempel 3

Det är inte lätt att bli Svanenmärkt. Men vi är inte ute efter lätt. Vi strävar efter bättre – bättre för miljön, bättre för dig.

Det är därför Svanen och dess tuffa miljökrav är så viktiga för oss.

Läs mer om vad Svanen betyder för oss/Lär känna Svanen/Kolla in våra miljömärkta produkter/tjänster: [länk](#)

Svanen – Svår att få. Lätt att välja.



# Ytterligare inspiration – exempel



Complete Colour

Det är inte lätt att bli Svanenmärkt. Men vi är inte ute efter lätt. Vi strävar efter bättre – bättre för miljön, bättre för dig. Det är därför Svanen och dess tuffa miljökrav är så viktiga för oss.

Svanen.  
Svår att få. Lätt att välja.



Vi väljer Svanen. Inte för att det är lätt, utan för att det är svårt. Svårt för oss att klara alla tuffa krav.

Men lätt för dig när du vill göra ett mer miljömedvetet val.

Svanen.  
Svår att få.  
Lätt att välja.

**CB**  
Cooper Building

**NORDIC SWAN ECOLABEL**  
Hard to get.  
Easy to choose.



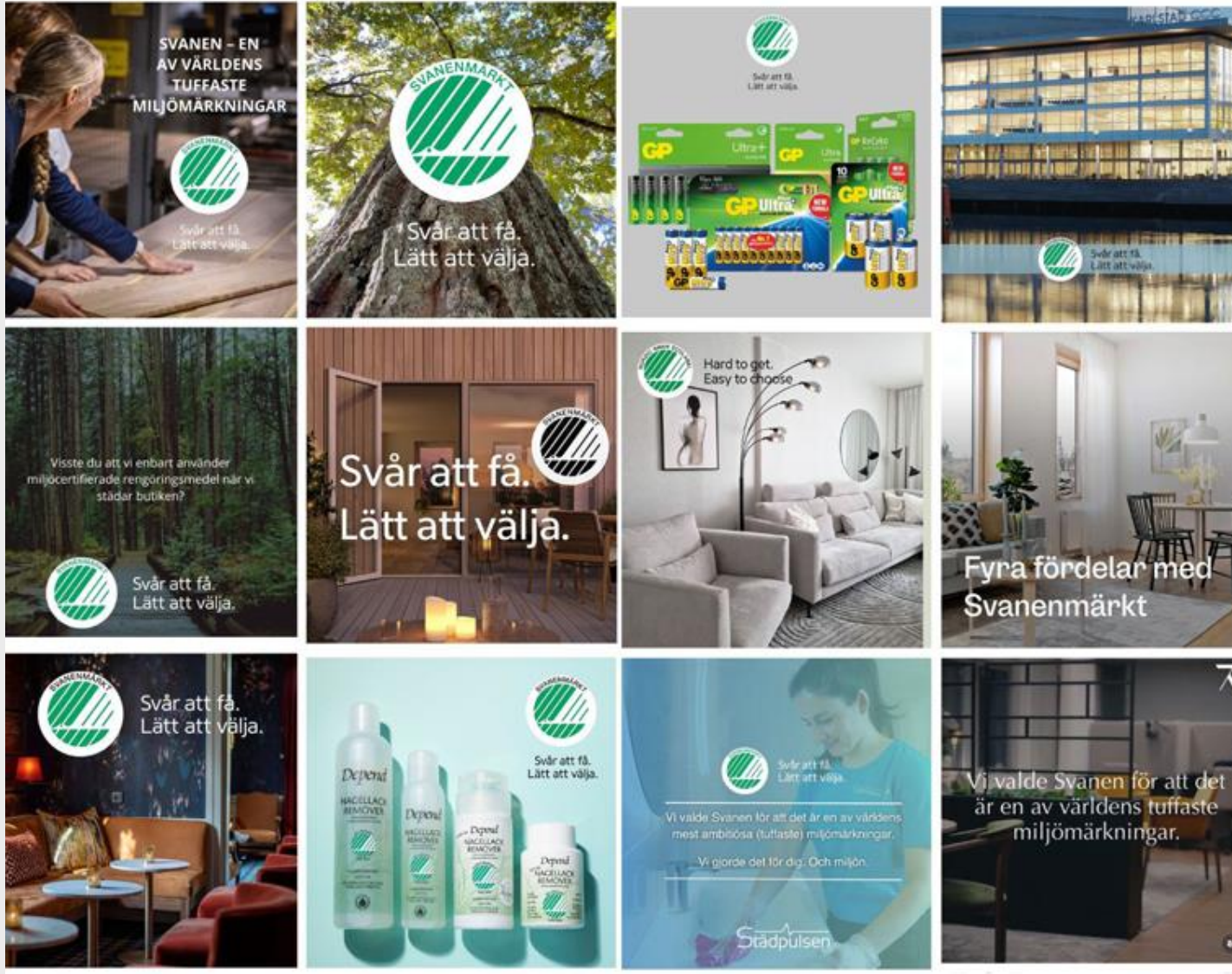
Future furnitures

Vi valde Svanen – och de godkände oss! Våra stolar har klarat Svanens tuffa krav. Vi har gjort det hårda arbetet för att driva oss själva framåt – och för att göra det enklare för dig att göra bättre val för miljön.

Svanen.  
Svår att få. Lätt att välja.







# Inspireras av andra

Här är några exempel på hur kampanjkitet kan användas.

Majoriteten av exemplen är från sociala medier men det går självklart bra att kommunicera i de kanaler som passar er bäst – i annonser, på hemsidan, på butikshyllan, på förpackningar, i informationsmaterial eller via återförsäljare.



# Inspireras av andra – Norden

Exempel från Norden på hur licensinnehavare har gjort



Land: Norge  
Producent: Kährs Norge



Land: Danmark  
Producent: Stadsing



Land: Sverige  
Producent: Depend Cosmetic



Land: Finland  
Producent: Gasum Oy





# #svanenmärkt

Kom ihåg att använda hashtaggen och tagga våra konton i era inlägg på sociala medier! Många inlägg samtidigt med samma budskap – att välja varor och tjänster som är Svanenmärkta – kommer att få stort genomslag.

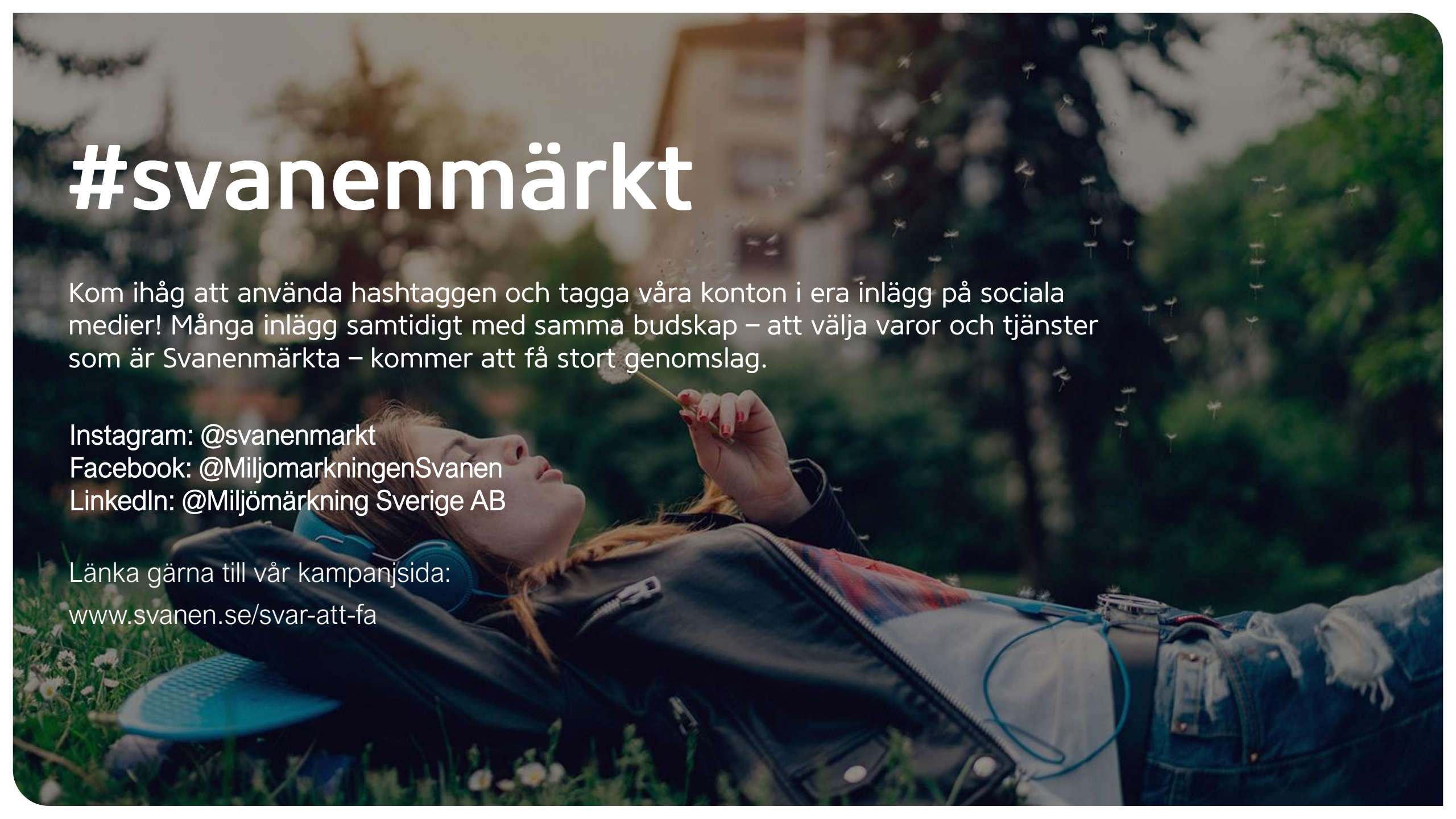
Instagram: @svanenmarkt

Facebook: @MiljomarkningenSvanen

LinkedIn: @Miljömärkning Sverige AB

Länka gärna till vår kampanjsida:

[www.svanen.se/svar-att-fa](http://www.svanen.se/svar-att-fa)







## Kontakta oss

**Linnéa Hallgren**

Projektledare

[linnea.hallgren@svanen.se](mailto:linnea.hallgren@svanen.se)

**Fredrik Winqvist**

Grafisk formgivare

[fredrik.winqvist@svanen.se](mailto:fredrik.winqvist@svanen.se)