



Kampanjeguide

Slik deltar dere i kampanjen

Innholdsfortegnelse

Introduksjon

03 Svanemerkets nye nordiske kampanje

Kampanjeidéen

04 Merkevaren deres i sentrum

05 Statistikk fra Nordic Consumer Survey (Ipsos 2022)

07 En ny payoff

Kampanjeguide

09 Slik gjør dere det

10 Tekster som setter merkevaren deres i sentrum

11 Kampanjelogoer

12 Grafiske retningslinjer

13 Eksempel på annonser

14 Inspirasjon til poster på sosiale medier

16 Intern aktivering

20 Kontaktinformasjon



Svanemerkets nye nordiske kampanje

Sommeren 2023 lanserer Svanemerket sin aller første nordiske forbrukerkampanje. Med en felles nordisk stemme er vi tilstede i alle de fem nordiske landene på samme tid.

Kampanjen retter søkelyset mot hvor vanskelig det er for virksomheter å få Svanemerket, men hvor enkelt det er for brukerne å gjøre gode miljøvalg.

Formålet med kampanjen er å fortelle hva Svanemerket er, hvordan vi jobber og hvordan vi skiller oss fra andre merker.

Vi ønsker, som det offisielle miljømerket i hele Norden, å fortelle hvor strenge kravene våre er, at kravene er helhetlige og basert på et livssyklusperspektiv. At vi arbeider med engasjement og entusiasme, og at vi aldri firer på kravene.

Kampanjen viser det brede utvalget av svanemerkede produkter, alt fra vaskemidler til maling, klær og investeringsfond.

Vi håper at dere, som lisensinnehavere, ønsker å bli med og spre kampanjens budskap ved å kommunisere om de svanemerkede varene eller tjenestene deres.

Les gjennom denne guiden og bruk elementene når du kommuniserer. Jo flere av oss som kommuniserer det samme budskapet, jo større blir effekten.



Anne-Grethe Henriksen
Markeds- og kommunikasjonssjef
Miljømerking Norge





Merkevaren deres i sentrum

Svanemerket er et velkjent merke nordiske forbrukere har tillit til



95%

av nordiske forbrukere kjenner Svanemerket

67%

av dem som kjenner Svanemerket stoler på det

60%

av nordiske forbrukere ser etter Svanemerket når de skal velge mellom produkter

58%

av nordiske forbrukere er opptatt av hva de selv kan gjøre for å ta vare på miljøet

Nordic Consumer Survey på oppdrag av Nordisk Miljømerking (IPSOS 2022)



Vi vil feire dere: Merkevarene som klarte det

Dette er den første nordiske reklamekampanjen vi noensinne har hatt. Et felles fremstøt fra alle de nordiske landene for å spre budskapet om Svanemerket på akkurat den samme måten.

I denne kampanjen vil vi fortelle Svanemerkets historie gjennom stemmene til varer og tjenester som har forsøkt å få lisens på Svanemerket. Ikke gjennom dem som har fått det til, men via stemmene til alle dem som ikke klarte det.

Men som dere alle vet – **dere klarte det jo.** Og hensikten med dette kampanje-kittet er å rette søkelyset mot akkurat det.

Ved å plassere deres eget brand sammen med Svanemerket, et merke som blir gjenkjent av 95 prosent av den nordiske befolkningen, og som 60 prosent ser etter når de handler, vil dere få både troverdighet og anerkjennelse. Bruk denne muligheten til å styrke deres egen merkevare.



An aerial photograph of a dense forest, likely a coniferous forest, with a dirt road running horizontally through the center. The trees are mostly green, with some bare, grey branches visible in the upper left quadrant. The lighting is soft, suggesting an overcast day or late afternoon.

Ny payoff:

**Vanskelig å få.
Enkelt å velge.**

Posisjonerer Svanemerket som det strengeste miljømerket og forteller at vi gjør det enklere for forbrukere å ta gode hverdagsvalg.

Kampanjeguide

Tekster og kampanjelogo som gjør
det enkelt å delta i kampanjen

Slik gjør dere det

Aller først – vær stolt over Svanemerket!

Kommunisér om det dere har fått til og alle de strenge kravene dere måtte oppfylle.

Fortell historien om den varen eller tjenesten dere har svanemerket.

Enten om hvordan dere har vært sertifisert lenge, eller at dette er nytt for dere. Hvordan dere inspirerer eller utfordrer hverandre.

Fortell historien om hvordan forbrukerne kan stole på at deres produkt er et godt miljøvalg fordi det er merket med Svanemerket.

Merkingen gjør det enklere for alle forbrukere som ønsker å ta gode valg for miljø, klima og helse.

I denne guiden finner du materiell som gjør det enkelt å bli med på kampanjen – men dere kan selvsagt også velge å fortelle historien deres på en helt annen måte.

Bruk materialet i denne guiden. Dere kan bruke det i annonser eller i deres egne kanaler – overalt! Lag deres eget materiell ved hjelp av elementene.

Dere må gjerne dele videoene våre eller postene vi legger ut i sosiale medier i deres egne kanaler.



Tekst som setter merkevaren deres i sentrum

Vi har utarbeidet tekster i tre ulike lengder dere gjerne må bruke når dere kommuniserer om de svanemerkede produktene.

Mini

Vi valgte Svanemerket fordi det er et av verdens strengeste og mest ambisiøse miljømerker.

Vi gjorde det for din skyld.

Og for miljøets.

Vi er stolte over å ha fått det til.

Midi

Vi valgte Svanemerket fordi det er et av verdens strengeste og mest ambisiøse miljømerker.

Vi gjorde det for din skyld.

Og for miljøets.

Å se på bare en side av miljøbelastningen er vanskelig nok, men Svanemerket vurderer alt som er relevant, fra ressurser til klima og naturmangfold – gjennom hele produktets liv.

Vi er stolte over å ha fått det til.

Maxi

Vi valgte Svanemerket fordi det er et av verdens strengeste og mest ambisiøse miljømerker.

Vi gjorde det for din skyld.

Og for miljøets.

Å se på bare en side av miljøbelastningen er vanskelig nok, men Svanemerket vurderer alt som er relevant, fra ressurser til klima og naturmangfold – gjennom hele produktets liv.

For å gjøre ting enda vanskeligere: Har du hørt begrepet “livssyklusperspektiv”? Vel, det har vi. Det betyr å ta alle fasene i et produkts liv med i betraktningen. Fra råmaterialer, produksjon og bruk, til gjenbruk, resirkulering og avfall.

Vi er stolte over å ha fått det til.



Kampanjelogoer

De ulike kampanjelogoene er samlet her – bruk dem gjerne når du kommuniserer om varer og tjenester som er svanemerket.

Ulike versjoner

Svart topp tekst,
hvit tekst under



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Svart topp tekst,
hvit høyrestilt tekst



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Svart topp tekst,
svart tekst under



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Svart topp tekst,
høyrestilt svart tekst



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Grønn topp tekst,
hvit tekst under



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Grønn topp tekst,
hvit høyrestilt tekst



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Grønn topp tekst,
svart tekst under



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Grønn topp tekst,
høyrestilt svart tekst



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Også tilgjengelig som
animasjon på
www.svanemerket.no



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Grafiske retningslinjer

Bruk bare kampanjelogoen i relasjon til varer og tjenester som er svanemerket.

Det må være tydelig hvilke varer og tjenester som er svanemerket, og hvem avsenderen av budskapet er.

Plasseringen til kampanjelogoen avhenger av om alle produktene i markedsføringsmateriellet er svanemerket eller bare noen av dem

Hvis ikke alle varene eller tjenestene i materiellet er svanemerket, må det være tydelig hva som er sertifisert og hva som ikke er det.

Finn balansen mellom synligheten til kampanjelogoen og deres egen logo og visuelle identitet.

Kampanjelogoen kan bli brukt i alle typer markedsføringsmateriell.



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Eksempel på annonser dere kan lage



Complete Colour

Vi valgte Svanemerket fordi det er et av verdens strengeste og mest ambisiøse miljømerker.

Vi gjorde det for din skyld.

Og for miljøets.



Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Ja, vi klarte det!

Vi valgte Svanemerket fordi det er et av verdens strengeste og mest ambisiøse miljømerker. Vi gjorde det for din skyld. Og for miljøets.



Å vurdere bare en side av miljøbelastningen er krevende nok, men Svanemerket vurderer alt som er relevant, fra ressurser til klima og naturmangfold – gjennom hele produktets liv.



For å gjøre ting enda vanskeligere: Har du hørt begrepet "livssyklusperspektiv"? Vel, det har vi. Det betyr å ta med alle fasene i et produkts liv med i betraktningen. Fra råmaterialer produksjon og bruk, til gjenbruk, resirkulering og avfall.



Vi er stolte over å ha fått det til.

Vanskelig å få.
Enkelt å velge.

Inspirasjon til poster i sosiale medier

Her er det inspirerende poste-tekst dere kan bruke i sosiale medier, tilrettelagt for å gjøre deres merkevare til helten. Dere må gjerne bruke disse tekstene når dere kommuniserer om varer og tjenester som er svanemerket i sosiale medier – eller andre steder.

Eksempel 1

Vi valgte Svanemerket, og de valgte oss! Mange/dusinvis/alle våre produkter har oppfylt Svanemerkets strenge miljøkrav.

Vi har gjort den harde jobben med å utfordre oss selv på miljø – slik at det blir enklere for deg å ta gode miljøvalg.

Eksempel 2

Vi valgte Svanemerket – ikke fordi det er enkelt, men fordi det er vanskelig.

Vi kommer oss kanskje ikke til månen, men vi jobber hver eneste dag for å gjøre det enklere for deg å ta gode og bevisste miljøvalg.

Svanemerket – Vanskelig å få. Enkelt å velge.

Eksempel 3

Det er ikke lett å være grønn. Men vi er ikke ute etter det som er enkelt, vi er ute etter det som er bra – bra for miljøet og bra for deg.

Derfor er Svanemerket og de strenge miljøkravene så viktige for oss.

Les mer om hva Svanemerket betyr for oss/Bli bedre kjent med Svanemerket her/Sjekk våre svanemerkede produkter her: [lenke](#)



#svanemerket

Husk å bruke hashtaggen og tag oss i postene deres på sosiale medier! Mange poster samtidig, med det samme budskapet – å velge varer og tjenester med Svanemerket – vil gi stort gjennomslag.

Instagram: #svanemerket

Facebook: #svanemerket

LinkedIn: #svanemerket

Lenk gjerne opp til vår kampanjeside:

www.svanemerket.no/vanskelig-a-fa-enkelt-a-velge/



Intern aktivering

Intern aktivering

Vær stolte over Svanemerket og det dere har fått til! Del dette med kollegene deres. Kampanjen gir dere mulighet til å få opp den interne bevisstheten om og interessen for det dere gjør med tanke på miljø og bærekraft.

Introduser alle (nye) arbeidstakere til Svanemerket med for eksempel opplæringsmateriell, plakater, kampanjevideoer e.l.

Se gjennom innkjøpene deres og prioriter leverandører som tilbyr svanemerkede varer eller tjenester. Eksempler: Trykkerier, vaskerier, arbeidsklær, kontorrekvisita, møbler o.s.v.





Kontaktinformasjon

Anne-Grethe Henriksen

Markeds- og
kommunikasjonssjef
agh@svanemerket.no

Christine Opland

Markedsrådgiver

co@svanemerket.no