



# Kampanjeguide

Slik deltar dere i kampanjen

# Innhold

## Introduksjon

03 Svanemerkets nordiske kampanje

## Kampanjeidéen

04 Kampanjekonsept

05 Statistikk fra Nordic Consumer Survey (Ipsos 2022)

07 En egen payoff

## Kampanjeguide

09 Få mest mulig ut av kampanjen

10 Kampanjetekster

11 Kampanjelogoer

12 Grafiske retningslinjer

13 Eksempel på annonser

14 Inspirasjon til poster på sosiale medier

20 Kontakt oss



# Bli med på Svanemerkets nordiske kampanjesuksess

I 2023 lanserte Svanemerket sin første, nordiske forbrukerkampanje noensinne. Det ble så vellykket at vi setter i gang en ny runde i første kvartal 2024. Bli med!

Med kampanjen ønsker vi å få frem hvor krevende det er å oppfylle alle de ulike kravene Svanemerket stiller, hvor grundige vi er, og hva som skiller oss fra andre merkeordninger. Samtidig vil vi synliggjøre den store bredden av varer og tjenester som kan svanemerkes.

Svanemerket er vanskelig å få, men enkelt å velge for alle som vil gjøre gode valg for klima, helse og miljø.

Dere har lagt ned mye arbeid i å oppfylle alle kravene til Svanemerket. Den innsatsen er det verdt å løfte frem for et publikum som er stadig mer opptatt av å gjøre gode miljøvalg. Derfor håper vi dere vil bli med på denne runden av kampanjen og nyte godt av de gode resultatene.

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



**Anne-Grethe Henriksen**  
Markeds- og kommunikasjonssjef  
Miljømerking Norge



# Svært gode resultater



72%

av de forbrukerne som har sett kampanjen, har forstått den

44%

har fått større forståelse for hvor viktig Svanemerket er

40%

er mer positive til Svanemerket

30%

har fått mer tillit til Svanemerket etter å ha sett kampanjen

1 av 2

vil se oftere etter Svanemerket i fremtiden

Norsk post-test utført av Analect, 2023





Kampanjekonsept

# 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)



# Svanemerkets mange krav

Med denne kampanjen ønsker vi å løfte frem hvor vanskelig det er å oppnå Svanemerket, hvor grundige vi er og hva som skiller oss fra andre merkeordninger. Samtidig vil vi vise mer av det store utvalget av produkter og tjenester vi dekker.

I kampanjen forteller vi om Svanemerket 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.

Dere har lagt ned mye arbeid i å oppfylle alle kravene til Svanemerket. Den innsatsen er det verdt å løfte frem for et publikum som er stadig mer opptatt av å gjøre gode miljøvalg.



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.

**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.



# Kampanjepakke

Logo og tekster til bruk i eget materiell

# Få mest mulig ut av kampanjen

## **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.

## **Vis forbrukerne at det er enkelt.**

Ved å kommunisere om de svanemerkede produktene gjør dere det enklere for forbrukerne å ta gode valg for klima, helse og miljø.

Bruk materialet i guiden i egne kanaler. Lag eget materiell ved hjelp av elementene.

Del gjerne videoene våre eller postene vi legger ut i sosiale medier i egne kanaler.



# Kampanjetekster

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](http://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 markedsføringsmaterieill.



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

Dette er noen eksempler på tekster dere kan bruke både på print og digitale flater. Bruk dem som inspirasjon for å få kreativiteten i gang! Står dere fast, er det bare å ta kontakt. Vi hjelper dere videre.

## Eksempel 1

Vi valgte Svanemerket. 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](#)



# Slik kan det gjøres

Nordiske eksempler på uttak av kampanjen.



Land: Norge  
Produsent: Kährs Norge



Land: Danmark  
Produsent: Stadsing



Land: Sverige  
Produsent: Depend Cosmetic



Land: Finland  
Produsent: Gasum Oy





# #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/](http://www.svanemerket.no/vanskelig-a-fa-enkelt-a-velge/)



## Kontakt oss

**Anne-Grethe Henriksen**

Markeds- og  
kommunikasjonssjef  
[agh@svanemerket.no](mailto:agh@svanemerket.no)

**Christine Opland**

Markedsrådgiver

[co@svanemerket.no](mailto:co@svanemerket.no)