

Avfall Sveriges kommunikationshandbok

2025–2026

➔ Kortversion



Inledning och syfte

Under 2024 och 2025 har Avfall Sverige uppdaterat organisationens värdegrund och varumärke. Syftet är att förtydliga våra värderingar och förstärka vår identitet i kommunikationen, samt att bättre kunna både följa och leda vägen i en omvärld som förändras i snabb takt.

Avfall Sverige vill vara en synlig aktör och tydligare visa att vi är en viktig del i den cirkulära ekonomin och klimatomställningen. Vi vill också visa att våra medlemmar, Sveriges kommuner, är centrala möjliggörare för denna omställning. Kommunikation är ett strategiskt verktyg som hjälper oss att nå våra verksamhetsmål och stärka vår position som medlemsorganisation och samhällsaktör. Genom medveten kommunikation bidrar vi till att bygga förtroende, sprida kunskap och stärka vår röst i avfalls- och hållbarhetsfrågor.

Denna sammanfattning bygger på Avfall Sveriges kommunikationshandbok, som samlar vår varumärkes- och kommunikationsstrategi och kommunikationsplan.

Kommunikationen bidrar till att förverkliga vår vision: **En framtid utan avfall.**

Avfall Sverige, Augusti 2025

Avfall Sveriges varumärkesstrategi

Vår varumärkesplattform är grunden för hur vi beskriver och förmedlar vilka vi är, vad vi står för och vart vi vill. Den är viktig för en enhetlig och trovärdig kommunikation.

Vem vi är

Kommunernas branschorganisation inom avfallshantering.

Vår vision – En framtid utan avfall

Avfall Sveriges vision illustrerar den resa hela samhället behöver göra tillsammans och etablerar vår organisation som ledaren som tar befäl över denna resa.

Vår mission

Avfall Sverige påverkar, utvecklar och samverkar för en framtid där avfall förebyggs, återvinns och ses som en resurs.

Vår mission beskriver syftet med Avfall Sverige och anledningen till att vi finns och behövs.

Våra kärnvärden

Hållbar innovation

För en hållbar framtid högre upp i avfallshierarkin.

Samverkan

För en bransch som mobiliserar och påverkar tillsammans.

Samhällsansvar

För en avfallshantering för hela Sverige.

Våra kärnvärden sammanfattar våra grundläggande värderingar – vår värdegrund: Vi verkar för en hållbar och innovativ avfallshantering där vi samverkar med andra utifrån vårt samhällsansvar.

Vår positionsförflyttning

Avfall Sverige strävar efter en varumärkesförflyttning.

Från att primärt ha uppfattats som kommunernas service-tjänst inom avfall, som belyser avfallsfrågor och delar faktabaserad statistik, vill vi i högre grad förknippas med hållbarhet och cirkularitet, innovation för framtiden samt digitala och tekniska framsteg inom avfallshantering.

Vår önskade position är möjliggöraren som driver, leder och inspirerar hela samhället att ställa om till en hållbar framtid utan avfall.

Vår Boilerplate – hur vi kortfattat presenterar Avfall Sverige

Avfall Sverige är kommunernas branschorganisation inom avfallshantering. Det är våra medlemmar som ser till att avfall tas om hand och återvinns i alla landets kommuner. Vi verkar för en hållbar och innovativ avfallshantering där vi samverkar med andra utifrån vårt samhällsansvar. Vår vision är en framtid utan avfall. Därför påverkar, utvecklar och samverkar vi för en framtid där avfall förebyggs, återvinns och ses som en resurs. Tillsammans med våra medlemmar driver vi omställningen mot ett hållbart samhälle.

Avfall Sveriges kommunikationsstrategi

Så kommunicerar vi

En kommunikationsstrategi är avgörande för att vi ska nå ut effektivt med våra budskap till rätt målgrupper, bygga förtroende och säkerställa en konsekvent och kraftfull kommunikation.

Vår kommunikationsstrategi grundas i en nulägesanalys från 2024–2025. Vi verkar i en tid av ökat fokus på hållbarhet och cirkulär ekonomi, drivet av politiska beslut och förändrade konsumtionsmönster. Teknologiska framsteg, såsom digitalisering och AI, skapar nya möjligheter för effektiv resursanvändning och avfallshantering.

Det övergripande syftet med Avfall Sveriges kommunikation är att underlätta och bidra till vår mission. Vår kommunikation ska stärka vårt varumärke samt inspirera och öka kunskapen om hur svensk avfallshantering kan bidra för att nå miljö- och klimatmål.

Målet är att öka kunskapen om svensk avfallshantering och om Avfall Sverige som organisation. Detta ska leda till bättre underbyggda beslut bland målgrupperna och en förståelse för nyttan med svensk avfallshantering, behovet av alla steg i avfallshierarkin samt kommunernas roll och ansvar.

Vi ska förmedla aktuella fakta och kunskap, samt Avfall Sveriges policy och ståndpunkter i aktuella frågor till de instanser och nyckelpersoner som fattar beslut i Sverige och inom EU.

För att möjliggöra vår positionsförflyttning ska kommunikationen de kommande åren i högre grad:

- driva och sätta agendan, snarare än att agera på trender,
- inspirera och dela innovativa exempel på medlemmarnas lösningar och idéer för en mer hållbar och cirkulär ekonomi och avfallshantering,
- kännas framtidsorienterad,
- bidra till att medlemmar kan bedriva bästa möjliga avfallshantering.

Avfall Sverige kommunicerar med externa målgrupper såsom nationella och internationella samhällsintressenter: svenska och europeiska politiker, myndigheter, svensk bransch- och samhällsmedia, näringslivet samt bransch- och civilsamhällesorganisationer.

Vårt syfte är att driva frågor som är viktiga för vår interna målgrupp, medlemmarna. Medlemmarna har ansvaret att kommunicera med lokala/regionala samhällsintressenter och allmänheten.

Fokusområden

Vår proaktiva kommunikation fokuserar på avfallsrelaterade policy- och teknikfrågor och placerar avfallsfrågorna i ett större sammanhang för att visa avfallshanteringens nytta och roll i miljö- och hållbarhetssammanhang, som en viktig del i den övergripande miljö- och klimatpolitiken. Vi förmedlar:

- den senaste utvecklingen inom avfallshantering, i Sverige och internationellt,
- avfallspolitiska beslut och trender, i Sverige och inom EU,
- fakta och kunskaper inom svensk avfallshantering,
- Avfall Sveriges policy och ståndpunkter i aktuella frågor.

Fokus är på frågor som är viktiga för medlemmarna, har en politisk dynamik, är framtidsytande (med en tydlig ståndpunkt vi vill driva), stärker medlemmarnas roll och engagerar målgrupperna.

Våra tre huvudbudskap:

- 1** Avfall Sverige arbetar för att förebygga att avfall uppstår, att mer återanvänds och att det avfall som uppstår återvinns och tas om hand på bästa sätt.
- 2** Avfall Sverige stöttar och ger råd till våra medlemmar i det dagliga arbetet med att hantera avfall och klättra uppåt i avfallshierarkin i Sverige. Samtidigt driver vi på och påverkar beslutsfattare i frågor som är viktiga för hela branschen. Att vi gör både och är vår främsta styrka.
- 3** Tillsammans med våra medlemmar och hela samhället möjliggör vi vår vision:

En framtid utan avfall.

Vi belyser vad vi gör, varför det är viktigt och vad som särskiljer oss:

- **Vad gör vi?** Vi hjälper samhället att klättra uppåt i avfallshierarkin, bidrar till hållbara innovationer, påverkar sakfrågor och samverkar med medlemmarna, och tar vårt samhällsansvar i den gröna omställningen.
- **Varför är det viktigt?** En avfallshantering högre upp i avfallshierarkin är avgörande för att nå klimat- och miljömål. Den kommunala avfallsbranschen bidrar till ett hållbart och cirkulärt samhälle. Modern avfallshantering krävs för god beredskap och försörjningstrygghet.

- **Vad särskiljer oss?** Vi representerar hela Sverige, och det är kommunerna som får det att hända. En avfallshantering byggd på samhällsansvar säkerställer god service i hela landet. Vi är de enda som ger en nationell bild med hjälp av statistik och fakta.

Kanaler

All kommunikation från Avfall Sverige ska ge ett entydigt budskap och anpassas efter mottagare och kanal och vara i enlighet med våra kärnvärden, vision och prioriterade. Våra medlemmar kan med fördel använda samma information i sina kanaler, lokalanpassa om relevant, och på så sätt stötta vår gemensamma kommunikation.

Våra prioriterade kanaler för extern kommunikation är:

- Avfallsverige.se,
- Avfall och Miljö (vår egen tidning),
- Nyhetsbrevet,
- LinkedIn,

- förtjänad bransch- och samhällsmedia (när andra sprider våra budskap),
- samarbetspartners kanaler (t.ex. nyhetsbrev, poddar, kund- och medlemstidningar).

Riktlinjer för användning av artificiell intelligens (AI)

Avfall Sverige har en policy för AI-användning för att säkerställa en etisk och trovärdig användning av AI-genererat material i vår kommunikation. AI-verktyg används för att effektivisera och visualisera idéer men ska aldrig ersätta mänskligt omdöme. Faktagranskning är obligatorisk för AI-genererade texter, och materialet ska följa etiska riktlinjer, inklusive att undvika vilseledande information och diskriminering. AI-bilder används endast för generiska illustrationer och inte för att ersätta bilder av verkliga människor.

Allt AI-material granskas före publicering för att upprätthålla vår trovärdighet.

Kommunikationsplan 2025–2026

En kommunikationsplan fungerar som ett styrdokument som säkerställer att rätt budskap når rätt målgrupper på rätt sätt och i rätt tid. Avfall Sveriges kommunikationsplan ska stärka vår roll och stötta medlemmarnas arbete för en hållbar och klimatneutral avfallshantering.

För 2025–2026 har Avfall Sverige sex särskilt prioriterade frågor, men också beredskap att anpassa kommunikationen till nya utmaningar under året.

1. Kommunernas roll och ansvar inom avfallshanteringen

Främja helhetsperspektiv och lyfta kommunernas ansvar.
Målgrupper: Politiker, myndigheter, EU.

2. Avfallshanteringens roll i det cirkulära samhället

Tydliggöra kommunernas roll i avfallshanteringen och för att nå ett cirkulärt samhälle, inte minst förebyggande och återanvändning, driva på för skarpare krav och åtgärder tidigare i värdekedjan, dvs produktionsledet.

Målgrupper: Politiker, myndigheter, producenter, ideell sektor.

3. Ökad materialåtervinning och samlat insamlingsansvar

Stödja implementering av kommunernas nya ansvar, driva på för fler producentansvar och ett EU-harmoniserat system för avfallssortering, arbeta för likvärdiga regler för kommunalt- och verksamhetsavfall.

Målgrupper: Politiker, producenter, fastighetsägare.
Via medlemmarna och fastighetsägaren når vi även allmänheten.

4. Fossilfri avfallshantering och minskat plastavfall

Minska plastavfall och fossila utsläpp, stödja CCUS och koldioxidneutral energiåtervinning till 2045. Bidra till klimatneutralitet och hållbar konsumtion.

Målgrupper: Politiker, producenter, internationella aktörer.

5. Förebygga avfall

Öka kunskapen om hållbar konsumtion genom att laga, låna och återanvända och driva på för införandet av ett nationellt mål för förebyggande.

Målgrupper: Allmänheten (via medlemmarna), politiker, ideell second hand

6. Hållbara EU-regler för produktion och avfallshantering

Påverka lagstiftning för rättvisa villkor och stärka resurseffektiviteten inom EU.

Målgrupper: EU-kommissionen, svenska EU-parlamentariker.

7. Globalt arbete för klimat och avfallshantering

Bidra till minskade metanutsläpp och hållbar avfallshantering i andra länder.

Målgrupper: Internationella aktörer, Sida, beslutsfattare.

Övrigt:

- **Biogas.** Bevaka och stärka biogasens och biogödselns roll i det cirkulära systemet.

Avfall Sverige är sedan 1947 kommunernas branschorganisation inom avfallshantering

Det är Avfall Sveriges medlemmar som ser till att avfall tas om hand och återvinns i alla landets kommuner. Vi verkar för en hållbar och innovativ avfallshantering där vi samverkar med andra utifrån vårt samhällsansvar. Vår vision är en framtid utan avfall. Därför påverkar, utvecklar och samverkar vi för en framtid där avfall förebyggs, återvinns och ses som en resurs.

