

# SVERIGES ANNONSÖRERS HÅLLBARHETSAGENDA

Sveriges Annonörer är en oberoende intresseorganisation som har funnits sedan 1924. Vi företräder Sveriges marknadsförares gemensamma intressen. Du kan läsa mer om vårt arbete [här](#).

Sveriges Annonörer är idag ett nätverk med drygt 5 000 marknadsförare representerade i drygt 400 medlemsföretag i 26 branscher. Vi sitter på IOFFICE kontorshotell på Kungsgatan 60 i Stockholm och har 10 anställda och 2 konsulter.

# Våra intressenter

Vilka är Sveriges Annonssörers viktigaste intressenter när det kommer till vårt hållbarhetsarbete?

- **Medlemmarna och därtill våra ägare**
  - Våra medlemmar är vår absolut viktigaste intressent. Förutom dagliga samtal med medlemmar om deras verksamhet och hur vi genom medlemskapet kan hjälpa dem så skickar vi kontinuerligt ut enkäter för att få en helhetsbild av vad som är viktigt för dem så vi vet hur vi ska prioritera vårt arbete och därmed leverera större medlemsnytta.
- **Medarbetare**
  - Våra medarbetare är kärnan i verksamheten och är tillsammans med våra medlemmar vår viktigaste intressent. För att kunna hålla en hög leveransnivå mot våra medlemmar är det viktigt att våra anställda mår bra, har stort engagemang och får relevant kompetensutveckling. Hållbarhetsarbete är även en stark faktor när det kommer till Employer branding. Vi vill genom vårt hållbarhetsarbete visa att våra anställda arbetsmiljö liksom vår verksamhets miljöpåverkan är viktig. På det här sättet behåller vi befintlig personal men attraherar också syftesdriven personal som känner ett större engagemang för verksamheten.
- **Samhället och myndigheter, andra branschorganisationer**
  - Då vi är en remissinstans och har nära samarbete med Konsumentverket, Konsumentenheten hos Finansdepartementet och flertalet andra organisationer är det viktigt att vi har deras förtroende i de frågor vi bedriver och agerar på ett korrekt och föredömligt sätt.
- **Konsulter och partners**
  - Vi samarbetar med flertalet underkonsulter inom de olika frågor vi bedriver. För dem är det viktigt att vi är en organisation med gott renommé som framstår som kompetenta och ansvarstagande inför framtiden.

# Vår hållbarhetsstrategi

Vi är en liten organisation men vi vet att alla kan bidra när det kommer till en hållbar utveckling. Det yttersta ansvaret för vårt hållbarhetsarbete ligger hos styrelsen som ålagt VD ansvar för styrning och uppföljande av målen. Målen och aktiviteterna har arbetats igenom med både ledningsgrupp och övriga medarbetare. Ansvariga, utifrån deras yrkesroll, för respektive mål har utsetts och därefter följs dessa upp regelbundet och nya aktivitetsplaner sätts.

Vi har kompletterat våra policys så att vi gör rätt val.

Vi anpassar vår verksamhet så att den är inkluderande och jämställd.

Vi har sett till att ha etiska riktlinjer så att vi kan sköta våra affärer korrekt.

# Vår påverkan på de globala målen

Vi har internt gått igenom de globala målen och gjort en dubbel väsentlighetsanalys och identifierat de områden där vi kan skapa mest effekt.

För att förstå hur vi kan påverka klimatarbetet så är det viktigt att förstå var i värdekedjan man befinner sig och på vilket sätt vår verksamhet påverkar hållbarhetsfrågor. Som intresseorganisation finns en stor möjlighet att påverka och stötta medlemmarna och det är där vårt fokus ska ligga. Men även som en liten organisation finns konkreta hållbarhetsarbeten att göra internt. För oss är hållbarhetsfrågan viktig och den måste genomsyra hela vår organisation. Vi vill visa vad vi tror på och vill upprätthålla våra värderingar och därmed visa respekt för människor, vår omvärld och naturens resurser.

# Vår påverkan på de globala målen

Vi har mellan 2023 och 2024 minskat våra koldioxidutsläpp från 147,20 till 126,40 tCO<sub>2</sub>e\*. En minskning med 14,1%.

## 1. Vår miljöpåverkan:

Våra event. Av det arbete vi själva bedriver så är våra event det område med störst klimatpåverkan. Allt från medlemsträffar till 100-wattsgalan. Åtgärder: Infört checklista för att kravställa våra event utifrån ett hållbarhetsperspektiv.  
Mål 2026: Minska klimatavtryck när det gäller trycksaker.

Våra tjänsteresor är begränsade. I de fall vi resor inom landet sker de uteslutande med tåg. Resor lokalt sker med kollektivtrafik. Resor utomlands kan ske med flyg. Vi har även möjligheten att arbeta hemifrån 2 dagar/vecka vilket minskar klimatavtrycket på resor till och från arbetet.  
Mål 2026: I de fall vi behöver flyga ska klimatkompensation ske.

När vi köper ny IT-utrustning ska den ha någon form av miljömärkning. Tekniska produkter byts först ut efter att de kontrollerats om de inte går att åtgärda för en rimlig kostnad. Uttjänta produkter återvinns eller säljs.  
Mål 2026: För att minska elförbrukningen ska datorer stängas av efter varje arbetspass.

\*tCO<sub>2</sub>e står för ton koldioxidekvivalenter, en måttenhet för växthusgasutsläpp.

# Vår påverkan på de globala målen

## 2. Vårt sociala ansvar

a. Vårt syfte som organisation är att aktivt driva frågan om ansvarsfull marknadsföring. Vår utgångspunkt är att marknadsförarna vill och kan hantera sin yttrandefrihet genom att utforma marknadsföringen på ett ansvarsfullt sätt. Ett medlemskap i Sveriges Annonörer är inte villkorslöst. Vi kräver av våra medlemmar att de i sin marknadsföring praktiserar god affäretik, beaktar gällande rätt och etiska regler, agerar ansvarsfullt och mår om konsumenters rättigheter. Genom att vi utbildar våra medlemmar att bli bättre reklamköpare och agera ansvarsfullt i sin marknadsföring får slutkonsumenten bättre annonser. Läs mer om vårt policyprogram [här](#).

b. CommToAct. Genom vårt branchinitiativ CommToAct som vi driver tillsammans med IAB, KOMM!, Sveriges Kommunikatörer, Sveriges Mediabyråer och Swedma är målet att hjälpa Sveriges marknadsförare och kommunikatörer att påskynda omställningen till ett hållbart samhälle för människor och miljö.

Mål 2026: Att utbilda, inspirera och vägleda minst 200 personer i branschen så att flera kan vara med och bidra till klimatomställningen.

c. Hos oss går trivsel och engagemang hand i hand. För oss är det viktigt med välmående medarbetare. Alla ska känna sig trygga, respekterade och ha balans mellan krav och resurser. Självklart har vi kollektivavtal (Unionen). Vi vill ha en aktiv medarbetardialog och genomför kontinuerligt 1:1 möten, personalmöten, utvecklingssamtal och medarbetarenkäter. Kompetensutveckling spelar också en central roll då vi är en utbildande organisation med högt förtroende från våra medlemmar och omvärlden. 2025 har vi påbörjat ett utbildningsprojekt där varje medarbetare lägger 2 timmar varannan vecka dedikerat åt kompetensutveckling. Fokus i år är att stärka vår kompetens inom AI.

Mål 2026:

# Vår påverkan på de globala målen

## 3. Vår ekonomiska hållbarhet

a. Vi eftersträvar ett ansvarsfullt företagande. För oss är det viktigt med etiskt korrekta relationer mot både medlemmar, konsulter och leverantörer. Inget ska kunna skada vårt varumärke.

Mål 2026: Säkerställa avtalsenliga anställningsförhållanden med eventleverantörer.

b. För att kunna fortsätta driva de frågor vi driver är det viktigt med en stabil medlemsbas. Vi arbetar ständigt med att aktivera våra medlemmar i sitt medlemskap så att det ska känna att de får valuta för sin investering. På så sätt minskar vi också risken för churn. Aktivitetsgrad 2024 var 85 %.

Mål 2026: vi sikar vi 88 %.

c. Sveriges Annonörer har funnits sedan 1924 och är en stabil organisation och arbetsgivare. Vi arbetar ständigt med att parera kostnader utifrån våra intäkter för att kunna leverera positivt resultat. De senaste tre åren har haft planerade minusresultat som ett resultat av en transformation av affärsmodellen.

Mål 2026: Att leverera EBITDA enligt beslutad budget.

# SVERIGES ANNONSÖRERS HÅLLBARHETSAGENDA

[sverigesannonsorer.se](https://sverigesannonsorer.se)

kontakt: [info@sverigesannonsorer.se](mailto:info@sverigesannonsorer.se)