

Vägledning till kommunen  
Så skapar du en  
framgångsrik  
kampanj under  
Skräpplockardagarna  
- barnens största kampanj  
mot nedskräpning



SKRÄP  
PLOCKAR  
DAGARNA

# Om Skräpplockardagarna



## Skräpplockardagarna- barnens största aktion mot nedskräpning

*79 procent av Sveriges befolkning upplever att nedskräpning är ett stort problem, enligt en Novus-undersökning som gjordes 2019. Med hundratusentals deltagare varje år är kampanjen Skräpplockardagarna en viktig del i det nationella strategiska och förebyggande arbetet för att minska nedskräpningen.*

Varje vår ger sig skolor och förskolor ut för att lära sig om skräp och göra sin närmiljö fin. Även ungdomsföreningar brukar delta. Dessutom engagerar sig nästan alla Sveriges kommuner - genom att stötta deltagare i sin kommun eller ordna egna aktiviteter.

En kommun deltar i Skräpplockardagarna genom att:

- Sprida information till kommunens alla skolor och förskolor.
- Ta hand om det skräp som deltagare plockar, alternativt informerar om hur deltagarna bäst gör sig av med det.
- Ha en kontaktperson för kampanjen som deltagare och Håll Sverige Rent kan vända sig till.
- Ha en kommunikatör som ansvarar för kommunikation kring Skräpplockardagarna i kommunen både internt i kommunen, med marknadsföring i kommunen och mot skolor (gärna även mot ungdomsföreningar, dock inget krav).
- Gärna ordna digitala aktiviteter i kommunen (detta är dock inget krav).

### Nytt inför 2021

I samband med att deltagaranmälan öppnar kommer kommunen få en egen sida att administrera och löpande kunna se vilka skolor och förskolor i kommunen som anmäler sig till kampanjen samt deras kontaktpersoner. Nytt för i år är även att skolor och förskolor får information om hur man Corona-anpassar en skräpplockning.

### FEM ARGUMENT TILL SKRÄPPLOCKNING

- 1. Nedskräpning är ett synligt problem som engagerar många människor i deras vardag, och en fråga där alla kan vara med och göra skillnad.**
- 2. Att plocka skräp är ett konkret sätt att påverka sin närmiljö till det bättre och skapa en stolthet över platsen man bor på.**
- 3. Genom att plocka skräp ser man skräpet på ett nytt sätt och visar också för andra att skräp inte hör hemma någon annanstans än i papperskorgen.**
- 4. Många skräpplockare vittnar om att deras aktivitet väcker nyfikenhet och glada tillrop från förbipasserande.**
- 5. Vi reflekterar om vi ser någon plocka upp skräp vi själva skulle kunnat kasta.**



Kampanjloggan kan placeras på valfritt ställe och i valfri storlek i ert material. Kampanjens avsändare är kommunen tillsammans med Håll Sverige Rent. Placera logotyperna längst ned i en vit bård som på bilden ovan.



Den gamla kampanjlogotypen ska inte längre användas efter kampanjens namnbyte 2020.

# 1. Förankra och sätt mål



## I avfallsplanen

Från Naturvårdsverket kom i maj 2017 nya föreskrifter om innehållet i kommunernas avfallsplaner. (NFS 2017:2 - Naturvårdsverkets föreskrifter om kommunala avfallsplaner om förebyggande och hantering av avfall) En nyhet i föreskrifterna är att avfallsplanen ska innehålla mål och åtgärder för att minska nedskräpningen. Dessa kan formuleras på en mängd olika sätt, men klart är att Skräpplockardagarna kan vara med – och det både som mål och åtgärd.

Kommunen kan exempelvis ha som mål att engagera 15 % av befolkningen, eller ett visst antal vuxna och barn. Eller ha som mål att engagera deltagare från alla skolor, förskolor och verksamheter inom kommunen.

Själva genomförandet av kampanjen är givetvis en effektiv åtgärd för att minska nedskräpningen både på kort och lång sikt – dels städar man, vilket gör att det blir mindre skräpigt och chansen ökar att platsen hålls städad, och dels skapar man önskvärda attityder och beteenden på lång sikt hos deltagarna.

**?** Hur kan ni sätta relevanta mål för er kommun? Hur har deltagandet sett ut tidigare? Finns det fler förskolor och skolor ni kan engagera? Fler barn på de skolor som redan är med? Äldre årskurser? Finns det föreningar som arbetar med barn och unga som vill vara med?

## Politisk förankring

För att få resurser att genomföra kampanjen på ett bra sätt krävs ofta förankring på ledningsnivå och politisk nivå i kommunen. Ofta finns ett stort engagemang för frågan om nedskräpning och andra miljöfrågor hos politiker. Här kan också avfallsplanen vara ett bra sätt att formalisera deltagandet. Genom att antagande av ny eller reviderad avfallsplan kräver ett politiskt beslut så är det en klar styrka att ha med Skräpplockardagarna som ett mål och en åtgärd i planen.

**?** Finns det politiker som tidigare har engagerat sig i frågor kring nedskräpning? Har ni haft kontakt med dessa? Är kampanjen förankrad på ledningsnivå i kommunen?

## Se kampanjen som en del av en helhet

Flera kommuner pekar på värdet av att göra kampanjen till en del av en helhet och ett större sammanhang. Dels handlar det om att hitta synergieffekter mellan olika aktiviteter och satsningar, dels om att tydliggöra att kampanjen är ett av flera verktyg i ett målinriktat arbete med att minska nedskräpning. Vissa kommuner arbetar med att åskådliggöra aktiviteter som är relaterade till nedskräpning i ett årshjul. Detta är väldigt bra att kunna visa upp för politiker och förvaltningschefer.

**?** Vilka övriga aktiviteter har ni planerat för? Kan ni åskådliggöra era nedskräpningsrelaterade aktiviteter i ett årshjul?

## 2. Organisera och samverka



*Borås Stad har mobila team som finns tillgängliga på olika platser vid olika tillfällen. Det skapar fina möten och möjligheter till samtal mellan människor.*

### Skapa en projektgrupp

Flera av de kommuner som lyckas bra med kampanjen betonar vikten av att skapa en projektgrupp och av att samverka.

Skapa gärna en projektgrupp som kan arbeta målinriktat med den kommande vårens kampanj. Utse en projektledare som ansvarar för att driva och samordna arbetet mellan förvaltningar och enheter. Spåna kring vilka förvaltningar eller enheter som med fördel skulle kunna vara med i arbetet med kampanjen. Sammanalla dessa i god tid. I projektgruppen kan ni sedan resonera kring vilka som kan göra vad. Kanske kan resurser hittas för att driva kampanjen på olika enheter eller förvaltningar – både ifråga om medel och kompetens. Sätt upp mål, en mötesstruktur och deadlines. Sedan kan projektledaren skapa en projektplan där ansvarsområden är tydligt definierade och där processer och aktiviteter är tidsatta.

**?** Vem ska vara projektledare hos er? Är det personen som anmäler kommunen till kampanjen? Behöver ni projektanställa en person? Vem ska vara med i projektgruppen? Finns det utrymme att tänka nytt? Inkludera nya personer?

### Budget

En förutsättning för att lyckas med kampanjen är att man har resurser tillgängliga i form av pengar och tid. Dessa resurser måste vara anpassade till de mål man har satt upp för att dessa ska vara rimliga att nå. Beroende på ambitionen med kampanjen kan deltagandet utföras med knappa resurser, men självklart blir såväl utförande som resultat bättre när man satsar mer. Har ni lyckats väl med samverkan mellan olika förvaltningar/enheter inom kommunen kanske det är möjligt att få resurser från flera håll?

**?** Vilka resurser har avsatts till kampanjen tidigare år? Har de varit tillräckliga? Vilka resurser skulle ni vilja ha? Skulle ökade resurser leda till ett ökat deltagande eller i övrigt bättre resultat av kampanjen?



Gör det lätt för deltagarna att vara med

Vi är väl medvetna om att kommuner kan ha olika förutsättningar. Men vi vet också att det är av största vikt att underlätta för deltagarna vare sig det handlar om att förmedla kommunikationsmaterial till deltagare eller att hämta skräpet. När ni spånar i projektgruppen kring vem som kan göra vad får ni också en bra överblick över vilka resurser det finns i kommunen och över hur olika delar kan organiseras. Vi vet att deltagarna uppskattar om skräpet hämtas av kommunen eller är enkelt att bli av med.

**?** Vilka kommunikationsinsatser är rimliga att få till? Måktar ni med att hämta skräpet? Kan ni erbjuda extra hämtningar eller extra öppet på ÅVC?

Omvärldsbevaka

Många kommuner är skickliga på att omvärldsbevaka och koppla ihop Skräpplockardagarna med redan planerade aktiviteter och event. Det tror vi är ett riktigt framgångsrecept. Det kan vara återkommande kulturella, sociala eller sportiga sammanhang som festivaler, värfester, konserter, motionslopp eller liknande. I stället för att ha enskilda skräpplockaraktiviteter så adderas ett fokus på nedskräpning på olika innovativa sätt i sammanhang där människor redan är aktiverade. Det kan vara aktiviteter i form av digitala tävlingar som vem som plockar mest på två minuter, vem som pricka sopkorgen med skräp eller liknande.

**?** Vilka event eller aktiviteter kan ni haka på och hur gör ni det i så fall? Vilka aktörer kan ni samarbeta med?

### 3. Nå ut och kommunicera



“Vår kommun är väldigt engagerad i detta. Det underlättar. Alla pedagoger vet att vi arbetar med detta varje år.”

*Citat från deltagare,  
från enkäten till skola/förskola.*

Innan ni kommunicerar kring kampanjen – gör en plan! Fundera på vilka ni vill nå och var de bäst nås. Vad i kampanjen är viktigast för olika deltagare? För en förskola eller skola är det intressant att lära eleverna mer om nedskräpning, återvinning och konsumtion med start i en konkret aktivitet. För en scoutförening kanske naturen ska stå i centrum. Finns det något extra ni kan erbjuda till olika grupper av deltagare?

Fundera också på hur kampanjen kan anpassas efter olika målgrupper.

Använd kommunikationsmaterial från Håll Sverige Rent

Alla kommuner som deltar i Skräpplockardagarna får en kampanjlogotyp för Skräpplockardagarna. Vi tar också fram bilder, affischer, mallar för annonsmaterial för lokaltidningar, rörligt för sociala medier och texter som är fritt fram att använda. Skicka gärna även vårt barnanpassade digitala material till skolor och förskolor i kommunen – det är ett enkelt sätt att hjälpa anmälan lite på traven!

Bjuda in deltagare

Det finns många sätt att bjuda in deltagare till Skräpplockardagarna. Fundera på vad som funkar bäst för er. Finns det evenemangskalendrar eller lokala grupper på Facebook där ni kan tipsa om aktiviteten? Finns det nätverk i kommunen för föreningar eller företag som kan sprida information? Kan ni använda gaturummet? Flera kommuner som lyckats bra i kampanjen framhåller också vikten av personlig kontakt. Om möjligheten finns – ring gärna runt till skolor och förskolor och påminn dem om att anmäla sig.

Informera om vad som gäller

Deltagare i Skräpplockardagarna har ofta stor entusiasm och vilja. Ta vara på det genom att vara tydlig med vad ni på kommunen hjälper till med och utse en kontaktperson som kan svara på eventuella frågor. Gå gärna ut med samma information flera gånger och tänk på när information är mest relevant för deltagarna. I dagens ständiga flöde av budskap kan det vara lätt att missa saker, speciellt om det är något som ligger långt fram i tiden.



## Fem vanliga frågor från skräpplockare

### När ska vi plocka skräp?

Eftersom våren kommer vid olika tidpunkter i norr och söder är det svårt att bestämma en gemensam skräpplockarvecka för hela landet. Men vi uppmantrar er i kommunen att samla aktiviteterna under en kampanjvecka.

### När och hur får vi material till skräpplockningen?

Att få material från Håll Sverige Rent till skräpplockningen är uppskattat av barnen - det signalerar att man är del av ett större sammanhang. Därför är det bra att vara extra tydlig kring vad som gäller för att få material (och vilka som kan få materialet - endast skolor, förskolor, barn- och ungdomsföreningar). Det som gäller i år är att deltagarna beställer material vid anmälan och sedan skickas det ut från Håll Sverige Rent inom 10 dagar.

### Vad gör vi med skräpet vi plockat?

Underlätta gärna för skräpplockarna att bli av med skräpet som plockats, exempelvis genom extra sophämtningar. Verksamheter som med ett

pedagogiskt syfte vill lägga förpackningar och tidningar (och endast dessa) på avsedd plats i FTI:s behållare kan göra det.

Vem kan jag prata med om jag har frågor? Uppge gärna tydligt vem i kommunen som kan svara på frågor om Skräpplockardagarna, det uppskattas!

Varför ska barn städa efter vuxna? Skräpplockning är i första hand en pedagogisk aktivitet. Poängen är inte att barnen städar för stunden, utan att de lär sig att inte skräpa ner och börjar reflektera kring skräpet. Goda vanor som etableras som barn följer med även senare i livet. Skräpplockning är en konkret aktivitet där barnen är med och bidrar till något positivt. Innan aktiviteten är det bra att prata med barnen om vilket skräp som de får plocka och vad de bör undvika. Det är också bra att utrusta barnen med handskar och eventuellt också plockverktyg.



## 4. Engagera och fira



### Skapa dialog med deltagarna

Vi tror att relationer är A och O. På er kampanjhemsida eller i era sociala kanaler kan ni uppmanra era deltagare att tycka till och berätta om sina önskemål och behov. Finns det goda idéer? Frivilliga krafter? Initiativ? Samla ihop svaren i en snygg presentation. Det blir ett bra underlag att visa kommunpolitiker för att lyfta fram hur viktig frågan är för kommuninvånarna.

Enstaka kommuner har kommit långt med att utveckla olika former av mötesplatser mellan kommunens invånare och de som arbetar med renhållning eller kampanjen.



Var och hur skapar ni förutsättningar för dialog?

Trots en allt mer tilltagande nyttoinriktad och individorienterad trend i samhället verkar det personliga engagemanget för samhällsfrågor inte ha minskat – det är fortsatt högt och stabilt. Men det betyder inte att sättet som vi engagerar oss på är detsamma som tidigare.

Engagemanget rör sig mot att bli allt mer passivt. Vi kan till exempel enkelt engagera oss genom att handla rättvisemärkta produkter eller bidra med en slant via sms.

Sociala medier gör det också lätt för oss att passivt engagera oss snabbt och enkelt i en massa frågor. Engagemang kan visas genom färgade profilbilder, hashtags, twitterinlägg, statusuppdateringar och bilder.

En annan engagemangstrend som forskarna pekar på är ett ökande behov av att skapa mindre subgrupper med andra som vi uppfattar liknar oss själva. Då vi engagerar oss fysiskt gör vi det helst i korta projektliknande sammanhang snarare än i långa engagemang över tid.

Lojaliteten är nästintill försvunnen – vi skiftar lätt fokus för vårt engagemang idag. Därför spelar det stor roll hur vi utformar kampanjer och aktiviteter som syftar till att engagera många människor.



Bild: Borås Stad

#### Några tips:

- Bjud in till enkla och tidsbegränsade aktiviteter som folk kan haka på utan särskild anmälan
- Nu under Coronatider kan det vara bra att tänka mycket digitalt
- Skapa subgrupper i digitala kanaler där engagerade kan hitta varandra och känna samhörighet
- Engagera eldsjälar och ge dem förutsättningar för att driva och genomföra aktiviteter i sitt område
- Erbjud passiva engagemangsformer – gör upprop på sociala medier som invånarna kan gilla och dela

#### Lyft fram det lokala engagemanget

Det finns ingenting som berör på samma sätt som det som ligger oss nära. Och det är just styrkan med Skräpplockardagarna – det är lokalt, mänskligt och vardagsnära. Kontakta lokaltidningen med tips om att göra reportage om deltagare i kommunen. Finns det någon som gör något extra? Kanske kan ni lyfta fram att ni har fler deltagare än förra året?

Vi ser också att flera kommuner är duktiga på att identifiera lokala resurser. Det kan både handla om profiler eller kändisar som finns i kommunen som kan agera ambassadörer för frågan eller om företag som vill sponsra ett event, tävlingspriser eller en aktivitet.

**?** Vilka profiler eller häftiga företag har ni i kommunen? Gör en bearbetningslista i projektgruppen under planeringsfasen.

#### Alla älskar bekräftelse

Skräpplockaraktiviteter är tacksamma – de ger för de allra flesta deltagare en meningsfull känsla av att bidra i ett viktigt sammanhang. Men vi vet också att alla människor älskar att få veta att de har gjort någonting bra. Det är därför viktigt att ge feedback till de som är med och plockar skräp. Det kan handla om något så enkelt som ett tackbrev som skickas till deltagarna efter skräpplockaraktiviteterna.

Vanligtvis brukar vi föreslå att ni också ordnar något för barnen som tack för att de varit med i Skräpplockardagarna som ni kan göra tillsammans. På grund av Covid-19 är exempelvis en gemensam korvgrillning inte ett alternativ i år men kanske ni kan skriva en hälsning och hylla barnen i kommunens kommunikationskanaler, uppvakta press och berätta vilka skolor i kommunen som varit med eller för den delen skicka fika till skolorna som barnen kan äta med sin klass i klassrummet. De som plockat skräp får en bekräftelse på att de gjort något viktigt och bra och det kan samtidigt vara ett tillfälle för kommunen att få media att i en väldigt positiv kontext få tal del av ert engagemang i kommunen

**?** Vad kan ni erbjuda eller åstadkomma för skolor/förskolor? Hur vill ni berätta för kommunens deltagare att de gör något viktigt? Finns det lokala företag som vill sponsra något kul?



## Tips till kommunikationsplan

### Innan Skräpplockardagarna

Berätta om varför ni engagerar er i kampanjen och hur man deltar. Gärna också med inspiration i form av pedagogiskt material eller tips på hur man ordnar en egen aktivitet.

- Annons i lokaltidningen.
- Nyhet på hemsidan
- Affischer på stan.
- Inbjudan till skolor, förskolor, föreningar och nätverk i kommunen.
- Inlägg i sociala medier.

### När det närmar sig

Påminnelse om vad som gäller och en "sista chansen" för dem som inte anmält sig. Om ni vill styra era skräpplockare mot en viss kampanjvecka så påminn dem om att om att beställa sitt material av oss i god tid så att de hinner få det innan ER kampanj äger rum.

- Inlägg i sociala medier.
- Utskick med praktiska detaljer till anmälda.

### I samband med skräpplockning

Visa upp engagemanget!

- Tips till lokaltidningen om reportage.
- Lyft fram deltagare i inlägg i sociala medier.
- Dokumentera er egen aktivitet i ord och bild. Det räcker ofta långt med att bara ta bilder med mobilkamera. Tänk på GDPR så ni kan använda materialet

### Efter aktiviteten

Tacka och ge tillbaka!

- Sammanfatta antalet deltagare, särskilda insatser och annat som ni vill lyfta fram. Presentera resultatet i pressmeddelande, på sociala medier och till politiker.
- Tacka deltagarna genom diplom, utskick, inlägg i sociala medier, eller inbjudningar till särskilda evenemang i kommunen.

# 6. Viktiga datum

- **1 februari 2021** - Anmälan för kommuner öppnar. Det finns inget direkt sista datum för när en kommun kan anmäla sig men vår starka rekommendation är att kommunen ska vara anmäld innan den 1 mars eftersom anmälan för deltagare öppnar då.
- **1 februari 2021** - Denna vägledning till kommunen från oss samt Skräpplockardagarnas logotyp ligger uppe på hemsidan
- **1 mars 2021** - Kommunikationsmaterial från oss till er ligger uppe på vår hemsida för er att sprida internt men även till skolor och ungdomsföreningar, marknadsföring för kommunkanaler mm.
- **1 mars 2021** - Anmälan för deltagare öppnar
- **15 maj** - Tävlingen för skola och förskola stänger
- **31 maj 2021** - Anmälan för deltagare stänger

Observera! Den nyaste informationen och eventuella ändringar ligger alltid uppe på vår hemsida under [www.hsr.se/kommun/skrapplockardagarna](http://www.hsr.se/kommun/skrapplockardagarna).

Anmälda kontaktpersoner hos kommunen får också löpande information om kampanjen via nyhetsbrev från oss.

Skräpet finns överallt omkring oss – i natur, städer och hav. Håll Sverige Rent vill att vi ska bli fler som inte skräpar ner. Nedskräpningen kan bara minska om vi gör det tillsammans. Vill du vara med? Läs mer på [hallsverigerent.se](https://hallsverigerent.se).

Håll Sverige Rent är en ideell obunden stiftelse. Arbetet finansieras av bidrag och projektmedel från företag och myndigheter samt genom insamling till 90-konto. Håll Sverige Rent är medlem i FRII och Svensk Insamlingskontroll.

