

Pressmeddelande

30.03.2026

Vattenfall lanserar ny tagline: "There's a way"

Vattenfall lanserar en ny tagline, "There's a way", som en del av nästa fas i vår långsiktiga varumärkesutveckling. "There's a way" speglar en attityd och en inställning som vi delar med många och är en förutsättning för att nå fossilfrihet. Utrullningen av den nya taglinen sker på alla Vattenfalls marknader och förstärker vår position som ett europeiskt energibolag med en tydlig och konsekvent röst.

Efter nästan ett decennium av kommunikation kring ett fossilfritt liv, förstärker Vattenfall nu sitt fokus på ambition till att omfatta attityd och handling. Något vi arbetar med varje dag och ska med hjälp av taglinen kommunicera utåt. Konceptet "There's a way" speglar Vattenfalls beslutsamhet om att framsteg är möjliga även när utmaningarna är komplexa – och att lösningar hittas genom samarbete, innovation och uthållighet.

– "There's a way" är inte bara en tagline, det är en långsiktig kreativ plattform för hur Vattenfall kommer att kommunicera och agera som varumärke. Istället för att fokusera på rädsla och oro, vill vi förmedla känslan av att när utmaningar verkar svåra eller komplicerade, så är de inte omöjliga att övervinna, säger Monica Holmvik Persdotter, varumärkeschef på Vattenfall.

Lanseringen sker i en tid präglad av geopolitisk osäkerhet, volatil energimarknad och ökade krav på företag att visa trovärdighet och långsiktigt engagemang. Just attityden är en förutsättning för att vi ska kunna nå våra mål men också för att förverkliga det klimatengagemang som finns och skapa förändring.

– Vi ser det som vår uppgift att hjälpa människor att känna tilltro till att det finns en väg mot ett fossilfritt sätt att transportera, producera och leva. När klimatengagemanget känns ensamt eller meningslöst, och konsumenter tror att andra inte bryr sig, vill vi vara rösten som säger: Det finns en lösning att hitta - There's a way, säger Monica Holmvik Persdotter.

I en kommande kampanj ger vi exempel på hur Vattenfall har tillämpat "There's a way"-mentaliteten i vår verksamhet – från fossilfri el som möjliggör cementproduktion med nära noll koldioxidutsläpp i Sverige, till att bygga den första vindkraftsparken utan subventioner i Nederländerna.

Att möjliggöra den fossilfrihet som driver samhället framåt, som ett lönsamt energibolag, är fortsatt grundläggande för vilka vi är och vad vi gör varje dag.

– Vi förändrar inte vilka vi är eller vad vi står för. Med "There's a way" skärper vi hur vi uttrycker det. Taglinen speglar ett tankesätt som alltid har varit en del av Vattenfall med fokus på lösningar, säger Monica Holmvik Persdotter.

Kampanjen markerar starten på en flerårig utrullning där narrativet kring "There's a way" kommer att utvecklas över tid och över kanaler och marknader. Det säkerställer ett konsekvent byggande av varumärket och skapar utrymme för kraftfullt berättande över tid.

För ytterligare information kontakta:

Vattenfalls pressavdelning, 08-739 50 10, press@vattenfall.com

