

Guide til aktive støtter af Sommerluk.dk-kampagnen 2014

Initiativtagere: HOFOR A/S og Energitjenesten

Kontaktpersoner:

Projektleder Jimmi Eiberg Jensen, HOFOR A/S, mail: jiej@hofor.dk telefon: 27 95 46 82

eller

Kresten Kjær, EnergiTjenesten, mail: kks@energitjenesten.dk telefon: 36 98 61 10 – 23 24 03 44

Om kampagnen Sommerluk.dk

Mange betaler alt for meget for deres varme, fordi radiatorerne kører på fuldt tryk sommeren igennem. Men det er faktisk nemt at gøre noget ved: Luk for anlæggets sommerventil om sommeren og send det på en velfortjent lang sommerferie. Det er budskabet i sommerluk.dk-kampagnen. Derfor har vi sat os som mål at gøre danskerne opmærksomme på datoen 15. maj som dagen, hvor de skal huske at sommerlukke for fjernvarmen.

Man kan spare op til 5 procent på sin varmeregning ved at sommerlukke korrekt. I kroner og ører kan det betyde fra 500 kr. – 1300 kr. om året – eller måske endda mere, alt efter hvor dyr din varme er.

Derfor er budskabet: Sommerluk for fjernvarmen. Det tager kun et par minutter – men sparer dig masser af penge på varmeregningen.

Så let er det at være en del af og støtte op om kampagnen

Vi synes ikke, at det skal være besværligt, dyrt eller administrativt tungt at være en del af Sommerluk.dk-kampagnen. Derfor bestræber vi at gøre det så let som muligt for din virksomhed eller organisation at være med. Vi tror på, at gensidig tillid bringer kampagnen længst, og derfor stiller vi ganske få krav til jer, hvis I vil være med til at støtte op om kampagnen. Faktisk er det eneste krav vi stiller, at I er med til at sprede budskabet om kampagnen. Hvordan og hvad I gør, er op til jer, men for at gøre det så let så muligt stiller vi en række materialer/redskaber til rådighed.

Vi beder jer overlade til os hos HOFOR og Energitjenesten at kontakte de store danske landsdækkende og regionale medieredaktioner for at få det gode budskab bredt ud. Det skal vi nok stå for. Har I derimod en god kontakt på en lokalavis, så må I gerne den 15. maj tage fat i vedkommende og spørge, om ikke han eller hun vil hjælpe med at få budskabet ud lokalt – se mere nedenfor.

Læs herunder, hvor let det er og vælg selv, hvordan I aktivt vil støtte op om Sommerluk.dk kampagnen

Vi har gjort det let!

Vi udarbejder kampagnemateriale som stilles til rådighed for alle, som vil støtte aktivt op. Det gør det let og meget lidt omkostningstungt for dig at støtte op. Vi har stort fokus på at gøre materialet skarpt og lettilgængeligt. Det eneste krav er, at I skal være med til skabe opmærksomhed om kampagnen - hvordan I gør det, er op til jer.

Oversigt over kampagne materiale der stilles der rådighed udarbejdet af initiativgruppen

- Standard-pressemeddelelser med fri redigeringsret (så længe kampagnen nævnes)
- QR-kode med henvisning til www.sommerluk.dk
- Kampagneklistermærker
- Bannere i flere udformninger til brug på hjemmeside
- Hjemmeside med logo-profilering
- Facebook-side, hvor vi meget gerne deler jeres gode historier og initiativer
- Løbende orientering om medie- og presseomtale
- Kampagnofilm, der frit kan linkes til og som vises på DR OBS og TV2 regionerne
- Billeder til brug for artikler, hjemmeside etc.

Materialet sendes ud således i en samlet pakke, sammen med overordnet tidsplan.

Ja, vi vil gerne være med og støtte op – hvad kræver det?

- Beslut at I ønsker at støtte op
- Kontakt en af de ovenstående kontaktpersoner og send os jeres logo (til brug på Sommerluk.dk-hjemmesiden) i TIFF- eller JPG-format
- Kom på vores mailingliste og modtag materialer og information
- Spred budskabet om kampagnen på den måde, som passer jer bedst

Hvad kan I eksempelvis gøre op til og omkring Sommerluk.dk-kampagnen?

For at kampagnen bliver en fælles succes, er det vigtigste, at der sættes fokus på problemstillingen. Vi har derfor herunder samlet forslag til hvad der kan gøres:

Op til den 15. maj

- Send pressemeddelelse ud til lokalmedier om at I aktivt støtter kampagnen. Brug eventuelt standardpressemeddelelsen fra Sommerluk.dk og ret den så den passer til jer og jeres lokalområde.
- Spred budskabet om kampagnen via jeres hjemmeside og Facebook-side, i nyhedsbreve, etc. Tag eventuelt udgangspunkt i historierne og nyheder vi bringer
- Sæt banner med link til www.sommerluk.dk på jeres hjemmeside. Der vil blive linket direkte til bannere med kode på hjemmesiden
- Inviterer jeres samarbejdspartnere til at støtte op og være en del af kampagnen
- Find lokale personligheder i jeres område, som vil støtte op om kampagnen - så hjælper vi gerne med at lave en historie
- Tag billeder med referencer til sommer, sommerluk.dk, etc. Brug eventuelt kampagnens klistermærker og upload billederne til Facebook og Instagram (#sommerlukket)

Lige før og på kampagnedagen den 15. maj 2014

- Send pressemeddelelse ud til lokale medier - gerne et par dage i forvejen. Tag eventuelt udgangspunkt i standardpressemeddelelsen, som er udarbejdet af initiativgruppen.
- Sæt kampagnen på forsiden af jeres egen hjemmeside. Sæt desuden kampagnen på forsiden af jeres Facebook-

profil med kampagnelink og opfordring til at dele det.

- Bring historien om kampagnen i jeres nyhedsbrev
- Skriv om kampagnen, og at I støtter på jeres Facebook, Twitter, etc.
- Tilbyd jeres lokale medier at stille op til interview samt at vise, hvordan man sommerlukker

Umiddelbart efter d. 15. maj 2014 kampagedagen

- Bring eventuelt en opfølgende historie om kampagedagen i nyhedsbrev eller medlemsblad. Sæt her fokus på de historier, som I har skabt

Sommerluk.dk sætter fokus på energibesparelser hele året:

Som noget nyt vil vi i år med udgangspunkt i Sommerluk.dk sætte yderligere fokus på energibesparelser. Derfor har vi indtil videre valgt at vi frem mod fyringssæsonen start den 15. september 2014, vil sætte også vil sætte fokus på følgende emner:

- Varmt Brugsvand
- Teknisk isolering
- Hvordan opnår man den optimale udnyttelse af fjernvarmen i forbindelse fyringssæsonens start (Tænd Langsomt)

Som aktive støtter af Sommerluk.dk, vil i også modtage materialer, som I kan bruge til at informere om disse emner.

Kampagnens platforme og medier

Hjemmeside: www.sommerluk.dk (relanceres i uge 12)

Sommerluk.dk er kampagnens omdrejningspunkt. Det er her folk kan finde relevant indhold og detaljerede forklaringer på, hvordan man sommerlukker. Det er også på hjemmesiden, at I, som del af kampagnen, tydeligt fremgår som aktive støtter af sommerluk.dk med jeres logo.

Hjemmesiden er knyttet til både kampagnens Facebook-side og Instagram-profil, hvilket betyder, at indhold fra disse sociale medier løbende vises på hjemmesiden. Mere aktivitet på de sociale medier skaber en mere levende hjemmeside.

Facebook-side: www.facebook.com/sommerluk.dk

Instagram profil: Sommerlukket

Sommerluk.dk's Instagram-profil bruges primært til at håndtere billeder, som vises på hjemmeside og Facebook. Derudover vil vi opfordre folk til at tage relevante billeder med #Sommerlukket på Instagram.

