

Opinionsbilda genom att engagera

Att bilda opinion är att visa eget engagemang och få andra att engagera sig i en fråga. Lunds Energi tog genom opinionsbildande aktiviteter ställning mot de nya elområdena och de prishöjningar det innebär för deras kunder i Sydsverige.

Grunden för att arbeta med opinionsbildning är att ta ställning och våga utmana. Kanske drabbas du och din bransch på ett orättvist sätt av en reglering, kanske ser ni stora förbättringar som skulle kunna ske om något gjordes annorlunda? Eller så är ni ett föredöme inom ett område och är inte rädda att utmana andra att bli lika bra? Genom att belysa ett problem och presentera en lösning visar ni som företag att ni tar aktiv del i ert samhälle och tar ansvar – oavsett om ni även vinner på det ekonomiskt.

Allmänintresse viktigt

Syftet med opinionsbildning är att engagera andra – opinionen – att driva dina frågor. Ju större allmänintresse det finns av frågan, desto större är chansen att du får gehör för din åsikt och skapar opinion. Ett stort allmänintresse ökar också chansen till medialt genomslag vilket ökar intresset för frågan ytterligare. Genom att belysa ett problem och hur det drabbar olika grupper och individer väcker du deras engagemang i frågan.

Engagera andra

Ett vanligt sätt att belysa problemet och presentera en lösning är genom debattartiklar och insändare i medierna. Debattartiklar kan med fördel skrivas tillsammans med någon annan aktör som ger argumenten och sakfrågan större trovärdighet. Det kan vara en forskare, politiker, intresseorganisation eller, varför inte, en konkurrent. Ett annat sätt att engagera en allmänhet och visa att det finns ett stort engagemang i frågan är en namninsamling. Genom att du kan visa att många stödjer din ståndpunkt ökar chanserna för sympati och även för ytterligare ökad uppmärksamhet. Namninsamlingen kan i sig vara en nyhet som det rapporteras om och som sprider budskapet ytterligare.

Sociala medier effektivt

Ett alternativ till den traditionella namninsamlingen är den modernare formen – en Facebookgrupp. Sociala medier kan ge ett enormt genomslag om ämnet engagerar och budskapet är rätt genom att användarna på ett enkelt sätt sprider budskapet vidare. Men opinionsbildning kan också handla om att gå ut på gatorna och sprida budskapet. Som när Lunds Energi protesterade mot indelningen i elområdena.

” Genom att belysa ett problem och hur det drabbar olika grupper och individer väcker du deras engagemang i frågan”



Verktyg för att arbeta med opinionsbildning:

- Debattartiklar
- Allianser med andra aktörer
- Sociala medier – grupper och spridning
- Kampanjsajt
- Gerillaaktiviteter
- Annonsering
- Lobbying
- Direktutskick



Tänk om elområdena gällde mer än el

Det råder obalans mellan tillgång och efterfrågan på el i Sverige. Som ett led i att skapa balans kommer Sverige den 1 november att delas upp i fyra elområden. Alla elkunder och elbolag påverkas av elområdena men skillnaderna i pris kommer att bli störst för oss som bor och verkar i södra Sverige, elområde 4. Vi kommer att få högre elpriser än resten av Sverige. Tänk om detta gällde även andra typer av varor.

Vi på Lunds Energi förstår om du tycker elområdena är orättvisa. Vi tycker likadant. Vi anser att det är nödvändigt att skapa en balans mellan tillgång och efterfrågan, men det är inte rättvist att bara vi i södra Sverige betalar för att detta ska bli verklighet.

Välkommen till Märtenstorget i Lund den 22 september från kl. 8 till 14 och till Hamntorget i Lomma den 24 september från kl. 9 till 16 så berättar vi mer om de nya elområdena. För att hjälpa dig att hantera effekterna av elområdena har vi tagit fram avtal och produkter anpassade för oss här i södra Sverige. Vi ger dig tips och råd på vad du kan göra för att sänka dina elkostnader. Dessutom bjuder vi våra första besökare på en energideaktiv.

Vi ses på Märtenstorget i Lund den 22 september och på Hamntorget i Lomma den 24 september!



www.lundsenergi.se

Opinion kring de nya elområdena

Den 1 november i år delades Sverige in i fyra elområden för att skapa balans mellan tillgång och efterfrågan i norr och söder. Elområdena innebär högre elpriser för oss i södra Sverige vilket drabbar såväl kunderna som de energibolag som verkar här. För att skapa debatt bland elkunderna kring elområdena och för att markera Lunds Energis inställning i frågan skapade Navigator en kampanj på temat ”Tänk om elområdena gällde mer än el!”. Genom annonsering, direktutskick och aktiviteter på torgen gjordes folk uppmärksamma på det orättvisa i att vi i södra Sverige får betala för att skapa balans på elmarknaden.