

Korsør sætter fjernvarme på dagsordenen

Biblioteket er kun et af de steder, Korsør Fjernvarme bruger til at føre oplysningskampagne.



KAMPAGNE

Af journalist Lone Völcker,
Dansk Fjernvarme

Går man på biblioteket i Korsør, kan man ud over bøger også få viden om fjernvarme med hjem. Og måske et par flasker vin, hvis man er heldig.

Forklaringen er at Korsør Fjernvarme blandt meget andet har valgt at bruge kommunens bibliotek til at gøre opmærksom på fjernvarme. En lille udstilling fortæller med oplysningskampagnens materialer, at fjernvarme er, når god energi er inde i varmen.

- Vi har hængt de fire plakater op i en lille udstilling på biblioteket, og så har vi lavet en tipskupen, hvor man ved at svare rigtigt på 13 spørgsmål om fjernvarme kan vinde et par flasker vin eller biografbilletter, hvis det er børn, der vinder, siger maskinmester Axel Olsen fra Korsør Fjernvarme.

Han fortæller, at der er en god interesse for udstillingen og konkurrencen, hvor fem vindere hver uge får en pose med gevinsten og souvenirs. Efter et par måneder på Korsør Bibliotek rykker udstillingen videre til Slagelse, som Korsør nu deler kommune med.

En del af bybilledet

Men det er ikke kun på biblioteket, borgerne i Korsør møder kampagnens sorte og orange farver. I svømmehallen har Korsør Fjernvarme købt reklameplads de næste to år.

- Det koster 1.500 kr. om året at få sin annonce til at indgå i et powerpoint-show på en tv-skærm, så det er da billigt, siger Axel Olsen, der kan berette om mange flere tiltag.



Korsør Fjernvarme har lavet en udstilling på byens bibliotek, hvor man ved at svare rigtigt på 13 spørgsmål om fjernvarme kan vinde to flasker vin eller et par biografbilletter. Foto: Korsør Fjernvarme.

- Vi har gjort en masse andre ting. Vi har skrevet om kampagnen på hjemmesiden, vi har annoncer i lokalavisen, og vi har hængt bannere op i byen og selvfølgelig ved vores egen indgang. Og så har lokalavisen skrevet om kampagnen og bragt fotos fra udstillingen på biblioteket.

Så bor man i Korsør, er det overvejende sandsynligt, at man, et eller andet sted i bybilledet, allerede har stiftet bekendtskab med kampagnens budskab.

Vigtigt at folk kender os

For Axel Olsen er der ikke noget odiøst i at eksponere oplysningskampagnen så kraftigt.

- Vi bakker fuldt ud op om det her. Når vi har sagt ja til, at kampagnen

skal gennemføres, går vi også ind i det og gør en indsats, siger Axel Olsen.

Han tror, det enkelte værks tradition for at annoncere og generelt tænke i markedsføring har stor betydning for, hvor hurtigt man kommer med i kampagnen.

- Vi er vant til at bruge penge på at markedsføre os og har gjort det i mange år. Vi synes, det er vigtigt, at folk kender os, og vi deltager i messer og bruger penge på reklamegaver fra FIF, som vi giver forbrugerne. Det, tror vi, har en værdi på længere sigt, og derfor gør vi nok også de her ting i forhold til kampagnen uden at tænke så meget over det, siger Axel Olsen.

lv@danskfjernvarme.dk