

Undersøgelse: Oplysningskampagnen er en succes

Dansk Fjernvarmes undersøgelse af medlemmernes holdning til oplysningskampagnen viser, at der er opbakning til kampagnen. Halvdelen ønsker dog ikke at deltage aktivt.



OPLYSNINGSKAMPAGNEN

Af Stine Røpke, Dreyer & Kvetny

Den 2-årige oplysningskampagne om de mange økonomiske og miljømæssige fordele ved fjernvarme er nu næsten nået halvvejs.

For at lodde stemningen omkring kampagnen blandt medlemmerne, har Dansk Fjernvarme gennemført en omfattende medlemsundersøgelse af de mange forskellige kampagneelementer. I det følgende præsenteres et udpluk af undersøgelsens vigtigste resultater.

Bred opbakning til kampagnen

Undersøgelsen viser, at der er bred opbakning til oplysningskampagnen blandt medlemmerne:

- 81,1 % af medlemmerne støtter beslutningen om en oplysningskampagne om fjernvarmen.
- 77,8 % mener, det er vigtigt, at deres værk oplyser lokalt om fjernvarme.
- 88,2 % vurderer, at det er en vigtig opgave for Dansk Fjernvarme at udbrede kendskabet til fjernvarme herhjemme.

Størstedelen af medlemmerne er altså generelt positivt indstillede over for kampagnen og støtter op om udbredelsen af fjernvarmens gode budskaber. Dette er i sig selv et yderst positivt signal fra medlemmerne.

Det kniber dog med medlemmernes vilje til selv at spille en aktiv rolle i kampagnen. Kun 45,2% af de adspurgte medlemmer ønsker selv at bidrage aktivt til arbejdet med oplysningskampagnen. Viljen til selv at gøre en indsats for at udbrede kendskabet til

fjernvarme stemmer altså langt fra overens med den ellers positive indstilling til kampagnen.

- Det er afgørende for både oplysningskampagnens og fjernvarmens succes, at alle medlemmer gør en aktiv indsats for at bidrage til udbredelsen af de mange gode budskaber, understreger Dansk Fjernvarmes direktør, Jørgen G. Jørgensen, og fortsætter:

- Det lokale arbejde med at udbrede kendskabet til fjernvarmen er meget vigtigt for at nå ud til både forbrugere og politikere. Blot en lille indsats fra hvert enkelt medlem kan rykke meget ved folks bevidsthed omkring fjernvarme

Materialer er vel modtaget

Oplysningskampagnen består blandt andet af en lang række kampagne-materialer. Disse har vist sig at være meget populære blandt medlemmerne, og medlemsundersøgelsen viser blandt andet at:

- 69,8 % af samtlige adspurgte medlemmer har besøgt kampagnesitet www.fjernvarme.dk
- 69,3 % er bekendte med det interne kampagnesite <http://download.fjernvarme.dk>
- 67,3 % har stiftet bekendtskab med kampagnemanualen til intern brug
- 72,1 % har set kampagnebrochuren
- Kun 7,4 % husker ikke at have set oplysningskampagnens materialer

Undersøgelsen viser dermed, at oplysningskampagnen er nået godt ud til medlemmerne, som også har taget vel imod den. Mange medlemmer har et rigtig godt kendskab til

både kampagnens website og til de forskellige elementer til internt brug. Oplysningskampagnen har dermed haft det bedst mulige udgangspunkt til at blive en succes rundt om i landet.

De mange kampagnematerialer er altså populære blandt de adspurgte medlemmer, som i langt de fleste tilfælde vurderer kvaliteten af disse til at ligge på 5 eller derover på en skala fra 1 til 10, hvor 10 er den bedste bedømmelse og 1 den dårligste.

Her kommer et udpluk af de mest populære kampagnematerialer:

- 73,1 % af samtlige adspurgte medlemmer vurderer kampagnebrochuren til at ligge på 5 eller derover på en skala fra 1 til 10.
- 74,1 % vurderer kampagnens klistermærker til at ligge på 5 eller derover på en skala fra 1 til 10.
- 65,3 % af medlemmerne vurderer kampagnens 8 plakater med kampagnens overordnede budskaber til at ligge på 5 eller derover på en skala fra 1 til 10.

Tegnefilm genudsendes

Oplysningskampagnens materialer er altså generelt både velkendte og populære blandt mange af de medlemmer, der har deltaget i undersøgelsen. Dog er et enkelt kampagneelement forsåt ukendt blandt flere medlemmer. Det er de to tegnefilm om fjernvarmens gode historie og de ti gode råd til brug af fjernvarme, der kun er kendt af henholdsvis 31,2 % og 37,5 % af de adspurgte medlemmer.

Den ringe kendskabsgrad vækker en del undren, idet begge film har været



Samtlige medlemmer i Dansk Fjernvarme er i løbet af efteråret blevet spurgt om deres holdning til den 2-årige oplysningskampagne. Medlemmerne er blandt andet blevet spurgt om deres kendskab til og tilfredshed med kampagnens website og de forskellige kampagneelementer, som er tilgængelige på sitet. Foto: Michael Bo Rasmussen/Baghuset.

tilgængelige på kampagnesitet, som langt de fleste medlemmer angiver, at de kender og har besøgt.

Herudover har filmene også været vist i DR's OBS-programmer i maj 2008. Kun cirka 20 % af medlemmerne har dog set filmene i TV.

- Medlemmerne kender ikke vores to tegnefilm godt nok, og det er ærgerligt, fordi de to film forklarer fjernvarmens gode budskaber på en let og forståelig måde, mener Jørgen G. Jørgensen.

- Filmene er rigtig gode at henvise til, hvis nysgerrige forbrugere eller andre interesserede henvender sig for at få mere oplysning om fjernvarme, og jeg opfordrer alle medlemmer til at tage de to film til sig og bruge dem meget mere. Det er faktisk lykkedes os at sikre en genvindning af de to film i DR's OBS-programmer, så her burde der være god mulighed for at få dem set, siger Dansk Fjernvarmes direktør.

Engagerede medlemmer

Medlemsundersøgelsens spørgeske-

ma blev distribueret via e-mail og udsendt til 377 modtagere. Heraf har 285 deltaget i undersøgelsen, hvilket er et rigtig flot resultat, der vidner om mange engagerede medlemmer.

Og netop medlemmernes engagement og opbakning er afgørende for den resterende del af oplysningskampagnen. Medlemsundersøgelsen viser, at medlemmerne er særligt positivt indstillede over for følgende ideer til fremtidige aktiviteter:

- 63,3 % synes, det er vigtigt at oplyse studerende ved videregående uddannelser
- 62,5 % synes, det er vigtigt at indrykke annoncer i dagspressen
- 68,8 % synes, det er vigtigt at afholde møder, konferencer og seminarer for politikere og beslutningstagere
- 84,4 % synes positiv redaktionel omtale i dagspressen er vigtigt.

Mange medlemmer har også tilføjet deres egne ideer til andre kampagne-materialer, og der er kommet mange gode forslag. Blandt disse forslag er blandt andet: Reklamefilm til fjernvarmeværker til brug på egne hjemmesider, artikler om konkrete, gode eksempler og projekter udført af fjernvarmesektoren, flere aktiviteter over for Folketinget, biografreklamespots og mange andre gode bud.

Kampagnens fremtid

Dansk Fjernvarmes oplysningskampagne er kun halvvejs, og der er allerede sat gang i mange positive strømninger, både internt blandt medlemmerne og eksternt blandt alle de interessenter, som fjernvarmens budskaber når ud til hver eneste dag.

Det er derfor vigtigt, at hver enkelt medarbejder rundt om i landet tager aktivt del i arbejdet med at udbrede kendskabet til fjernvarme endnu mere.

Med en styrket indsats fra medlemmerne kan kampagnen fortsætte i samme gode stil fremover og dermed fortsat skabe positive resultater for både Dansk Fjernvarme, forbrugerne og ikke mindst miljøet.

stine.roepke@dreyerkvetny.dk