

## Gröna Påsen-kampanjen vinner nationellt marknadsföringspris

Vid gårdagens Tendensdag i Stockholm som arrangeras av Sveriges Marknadsförbund, utsågs Tekniska verken och Motala Kommun tillsammans med byråerna Gnistra Kommunikation (numera Identx kommunikation) och Linkin, till årets Marknadsförare med kommunikationskampanjen Gröna Påsen.

Kampanjen Gröna Påsen som inleddes i början på 2012 gick ut på att få invånarna i Linköping, Motala och Vadstena att börja sortera sina matrester. Kampanjen överträffade samtliga högt uppsatta mål och idag, cirka ett och ett halvt år efter införandet av Gröna Påsen, sorteras cirka 70 procent av allt matavfall, vilket är högt över det nationella miljömålet som ligger på 50 procent.

*Motiveringen löd: För en kampanj med såväl mål, strategi, genomförande och uppföljning kännetecknas av ett professionellt förhållningssätt vill vi ge Tekniska verken AB och Motala Kommun med samarbetspartners utmärkelsen som Årets Marknadsförare.*

– Vi är väldigt stolta över utmärkelsen. Framförallt är den ett bevis på kommunikation när den fungerar som bäst kan göra faktisk nytta. Vi är glada över att ha så kompetenta byråer att samarbeta med här i Linköping. Förhoppningsvis kan utmärkelsen även bidra till att öka uppmärksamheten kring sortering av matrester på nationell nivå, säger Eva Ankarberg, marknadskommunikationschef på Tekniska verken.

### Tack till alla miljöhjältar!

Kampanjen genomfördes i många olika kanaler för att nå den breda målgruppen. Allt från tidningsannonser, stortavlor till budskap på sopbilarna. Påsar och hållare delades ut till samtliga hushåll tillsammans med en informationsbroschyr.

– Jag vill passa på att tacka alla Linköpings- Motala- och Vadstenabor som har tagit till sig Gröna Påsen och sorterar sina matrester som vi på Tekniska Verkentack vare det kan omvandlas till biogas och biogödsel. Ni är verkliga miljöhjältar. Genom en enkel vardagsinsats gör de verklig skillnad för miljö och klimat, avslutar Eva Ankarberg.

*Gröna Påsen-kampanjen är även nominerad i den nationella reklamtävlingen 100-wattaren.*

### Byrå och arbetsgrupp:

**Kommunikationsbyrå:** Gnistra Kommunikation (numera Identx AB)

Fla Carlgren, kundansvarig projektledare

Anna Albinsson, idé och copy

Joel Jönsson, projektkoordinator och medieplanering

**Produktionsbyrå:** Linkin

Patrik Griph, projektledare produktion

Julia Modén-Treichl, Grafisk formgivare

Ulf Textorius, Motion designer/3D

### Uppdragsgivare:

Linda Genander, kommunikationsansvarig för projektet på Tekniska verken

Jens Lövgren, kommunikationsansvarig för projektet i Motala/Vadstena

*Varje år utnämner Sveriges Marknadsförbund årets Marknadsförare. Syftet med utmärkelsen är att stimulera och belöna skickliga marknadsföringsinsatser. Genom utmärkelsen vill man bidra till att öka intresset för marknadsföring och även öka kunskapen om marknadsföringens betydelse. Juryns medlemmar består av representanter från Sveriges Marknadsförbund, näringslivet, utbildningsväsendet och reklambranschen.*

### För mer information kontakta:

**Eva Ankarberg, marknads kommunikationschef Tekniska verken**

**Tel: 070-377 82 43**

**[eva.ankarberg@tekniskaverken.se](mailto:eva.ankarberg@tekniskaverken.se)**