

Berghselever uppmanar att tillvarata berggrundens hemligheter

Ett team bestående av sju studenter har i sitt examensprojekt på Berghs School of Communication valt att visa bergenergens ekonomiska potential genom att visualisera den som en guldgruva. För att skapa kännedom om och mynta begreppet går projektet ut på att låta människor ta del av och uppleva guldgruvan i form av 3D-art på gatan och projiceringar i tunnelbanan. För att göra det möjligt att "Hitta ditt guld" används det konceptuella webbverktyget Gulddetektorn, som omvandlar marken under fastigheten till pengar man årligen kan spara med hjälp av bergenergi.

Den 23:e maj startar **Berghs School of Communications** slututställning med temat "**Make it matter**", som uppmanar studenterna att skapa värde genom sin kommunikation. En av examensgrupperna tilldelades företaget BrainHeart Energy med utmaningen att göra begreppet *bergenergi* vedertaget och allmänt känt.

Begreppet *bergenergi* är för många okänt och gruppens lösning syftar till att genom visualisering skapa positiva associationer till denna energikälla. Att likna bergenergi med en guldgruva är ett kreativt sätt att angripa problemet och en spännande metafor för att kommunicera denna typ av teknik. Konceptet "**Hitta ditt guld**" visar att bergenergi gör nytta för miljön, plånboken och fastigheten.

- Första steget i kampanjen är till för att allmänheten ska få upp ögonen för bergenergi och steg två är främst till för att erbjuda fastighetsägare ett verktyg som visar den ekonomiska besparing bergenergi ger. Genom att visualisera en guldgruva som folk får uppleva, tror vi att man lättare kommer kunna ta till sig begreppet. Vi tror det får en större kommunikationseffekt istället för att prata om bergenergens tekniska fördelar, säger Josefine Prihm, produktionsledare för examensgruppen.

För att göra bergenergi relevant och spännande för mottagaren väljer examensgruppen att visualisera konceptet med 3D-art på välbefolkade platser i Stockholms stad samt med en interaktiv projicering i Kungsträdgårdens bergiga tunnelbanestation. På hemsidan kan det konceptuella verktyget Gulddetektorn enkelt estimeras en summa som kan sparas genom att investera i bergenergi.

Med kampanjen "**Hitta ditt guld**" vill examensgruppen skapa en upplevelse av det värde som finns att tillgå under marken, som i dagsläget inte nyttjas till sin fulla potential. Detta uppmanar framför allt fastighetsägare att spara pengar genom att nyttja den mark de redan äger som energikälla, vilket också bidrar till en bättre miljö.

Konceptfilm om projektet: <https://vimeo.com/95730181>

Presskontakt, projektgruppen: Sandra Lagergren

Mob: 070- 788 93 14

E-mail: sandra.lagergren@student.berghs.se

Om examensgruppen

Anna Hellmer – Interactive Communication, Felix Östlund – Marknadskommunikation, Frida Thunholm – Art Director, Josefine Prihm – Produktionsledning, Oskar Wolontis – Produktionsledning, Sandra Lagergren – Strategisk kommunikation och PR, Sebastian Nordström – Marknadskommunikation.

Om Berghs slututställning

Berghs slututställning äger rum i skolans lokaler, Sveavägen 34 och pågår från 24-25 maj. Utställningen lockar varje år ca 4 000 besökare. För mer information se www.berghsgradshow14.se.