

Nevezés adatai

Ügynökség - ACG, Pro Kommunikációs Kft.

Az E.ON Hungária a nemzetközi E.ON-csoport részeként a magyar energiagazdaság fontos résztvevője. Az E.ON vallja, hogy csak úgy válhat a világ piacvezetőjévé, ha gondolkodásban és tettekben szem előtt tartja társadalmunk hosszú távú érdekeit, ezért a fenntarthatóság jegyében, felelősen igyekszik tenni környezetünkért és a társadalomért. Több évtizedes és rendkívül összetett, nemzetközi szintű probléma a madarak védelme áramhálózati szempontból, amelyet az állatvilág megóvásáért küzdő szakemberek, a sajtó és a közvélemény is egyaránt nagy figyelemmel kísér évtizedek óta. A madárvédelem kérdése villamos hálózati szempontból nem csupán műszaki, üzemeltetési kérdés, hanem egy nagyon érzékeny, az ügyfeleiket foglalkoztató téma is egyúttal: a vállalat madárvédelmi intézkedései hatással vannak megítélésére is. A vállalat évek óta küzd a madarak védelmének érdekében, ez a küzdelem pedig mára már túlmutat a műszaki megoldandó problémán; ez az E.ON-nál komplex szemléletmód, elkötelezettséggel.

Az E.ON évek óta tudatos akciótervekkel dolgozik a madárvédelmi helyzet javításán, de tisztán a meglévő műszaki eszközökkel nem tudja rövid idő alatt maradéktalanul rendezni a problémát. 2017 tavaszán szembesülnie kellett egy súlyos krízishelyzettel: Zokni, a gólya esete bejárta a magyar sajtót és közösségi médiát. 2018-ban az E.ON ezért úgy döntött, hogy újfajta módon közelíti meg a kérdést, és próbál innovatív megoldást találni rá: úgy gondolta, hogy fiatal tehetségek bevonása egészen friss, új megközelítéseket és akár nem várt megoldásokat is hozhat. A Design Terminállal közösen újszerű, kreatív ötletversenyt, ún. hackathont szervezett annak érdekében, hogy a résztvevők hatékony és új megoldást találjanak a villamos hálózatokhoz kapcsolódó madárvédelmi problémákra.

Az E.ON Vigyázz a madárra! ötletversenyén április 20-21-én a Design Terminállal közös szervezésben mérhették össze a tudásukat a mérnöki, környezetvédelmi vagy természettudományos háttérrel rendelkező, 2-4 főből álló csapatok. A versenyen számtalan ötletes és innovatív megoldás született, többek között gumiból készült pulikutyával és intelligens madárgyűrűvel is pályáztak a versenyzők, ám a nyertes a szárny alakú terelő lett.

Az E.ON elkötelezett volt abban, hogy a ötletversenyeken felmerülő új gondolatokat gyakorlati szinten is hasznosítsa, így legyártotta a nyertes terelőket, és az első próbadarabokat a kőszegi madárvédelmi mentőközpontban helyezte ki. Jelenleg az eszköz tesztelése és fejlesztése zajlik.

A témát az E.ON a közösségek bevonásával kinyitotta és proaktívan tárta a közvélemény elé. A Design Terminállal közösen kereste meg az egyetemeket, és közösségi média felületein toborozta a résztvevőket. A verseny ideje alatt Facebook videók adtak bepillantást a csapatok munkájába, a záróprezentáción és az eredményhirdetésen több hazai jelentős médium is részt vett (pl. TV2, ATV, 24.hu).

A sajtókommunikáció egy előkészítő, plusz három részből állt: a tavaszi előkészítő szakaszban a madárvédelem és az E.ON pozitív összekapcsolása történt az E.ON által felszerelt gólyafészektartók témáján keresztül. A hackathon bejelentő szakaszban a cél a figyelemfelhívás volt, míg az eredmények kommunikálásakor az újszerű ötletek álltak a középpontban. Sajtókommunikáció szempontjából a legsikeresebb az a szakasz volt, amikor az E.ON szakemberei felszerelték a szárny alakú terelőket az Őrségi Nemzeti Park bevonásával a kőszegi Chernel-kertben. Az E.ON az eredményeket a social médiában is kommunikálta.

Az E.ON-nak két célja volt az madárvédelmi hackathon megszervezésével. Egyrészt bízott abban, hogy olyan újszerű és innovatív ötletekkel állnak elő a fiatalok, amelyek megoldhatják a régóta húzódo

madárvédelmi kérdést, másrészt az imidzsépítés, a márkaismertség növelése és az E.ON, mint felelősen gondolkozó vállalat képének erősítése is a célok között szerepelt.

A follow-up kommunikációban így azon dolgoztunk, hogy nagy médiavisszhangot érjünk el, és minél több sajtóorgánum tudósítson egyrészt a hackathonról mint az E.ON újszerű ötletéről, másrészt az eredményekről és a kőszegi tesztidőszakról. Az E.ON emellett szeretne volna, hogy a közösségi médiában is minél hangsúlyosabban kommunikáljuk a madárvédelem fontosságát, és hogy az esetlegesen negatív kommenteket pozitívba fordítsuk.

Az első cél, hogy olyan megoldások szülessenek, amelyek valós megoldást jelenthetnek a problémára, maradéktalanul sikerült. Még az E.ON tapasztalt szakemberei is meglepődtek, hogy a fiatalok elméletben tökéletesen alkalmazható ötletekkel álltak elő.

Emellett a hackathonról szóló sajtókommunikáció is kiemelkedően sikeres volt, köszönhetően a verseny eredményeinek, valamint annak, hogy egy nemzetközi nagyvállalat egyedülálló módon a hackathonhoz hasonló ötletelési formához nyúlt egy probléma megoldásakor.

A különböző szakaszok alatt összesen több mint 120 megjelenés született a magyar sajtóban a témáról, amelyben az E.ON mint a különleges, újszerű, eddig még nem tesztelt ötleteket megvalósító vállalat szerepelt. A megjelenések közül 26 volt TIER 1 megjelenés, az összes megjelenés elérése meghaladta a 15,6 milliót, míg az AVE érték több mint 30 millió volt. A Facebookon 340 ezer embert értünk el a madárvédelemhez kapcsolódó tartalmainkkal, kiemelkedően magas, 12 ezer fölötti interakcióval.

Az E.ON a verseny után a győztes mérnökcsapattal kooperációt indított, melynek első szakaszában elkészültek és felkerültek az első próbadarabok a kőszegi Chernel-kertben. A próbadarabokat itt ellenőrizték, a madarak számára biztonságos környezetben próbálták ki, egyelőre áram nélkül. Az E.ON tervei szerint a tesztidőszakot követően a következő fázisban már Szigetváron, az E.ON tanpályáján, valós méretű villanyoszlopokra kerülnek majd fel a kőszegi tapasztalatok alapján továbbfejlesztett próbadarabok. Az energiavállalat célja, hogy végleges, tömegesen alkalmazható megoldás szülessen, amivel radikálisan csökkenthető az áramvezetékek miatt megsérülő madarak száma.