

Det digitala elbolaget Tibbers passning mot konkurrenterna

I veckan rullar det digitala elbolaget Tibber ut sin första varumärkeskampanj i Sverige med en kaxig passning till sina konkurrenter genom att kalla dem för "elektriska dinosaurier". Med kampanjen vill Tibber belysa hur affärsmodeller som går ut på att få folk att förbruka mer el och tjäna pengar på det, inte hör hemma i framtiden. Framtiden tillhör elbolag som sätter kunden i fokus och hjälper dem att minska sin elkonsumtion.

Det digitala elbolaget Tibber har i media kallats "elbranschens rebeller" mycket på grund av sin unika affärsmodell där de erbjuder sina kunder förnybar el till inköpspris. Vilket innebär att de aktivt valt att inte tjäna några pengar på elen de säljer till sina kunder. Istället har de utvecklat en app som erbjuder smarta analyser på hur man kan minska sin elförbrukning och smarta produkter som bidrar till att minska hushållens elförbrukning.

- Med kampanjen vill vi, med glimten i ögat, belysa hur de traditionella elbolagen arbetar på ett uråldrigt sätt. De tjänar pengar på att sälja el vilket gör att de hela tiden har incitament att sälja mer. Vi däremot har inga sådana incitament, utan kan hela tiden stå på konsumenternas sida och hjälpa dem minska sin elkonsumtion. Det är bra för både planeten och våra kunders plånböcker. Vi menar att det finns ett smartare sätt att använda el och att det är hög tid att sätta



kunden i fokus. Det är dags att tämja dinosaurierna, säger Elina Koivisto, Chief Marketing Officer på Tibber.

Kampanjen kommer att rulla på rörliga skärmar utomhus, digitalt och i sociala medier. Dinosaurie-kampanjen är framtagen av Tibbers marknadsavdelning tillsammans med Miltton Sverige.

- Elektrisk dinosaurie! Så vill vi att människor ska tänka nästa gång ett elbolag försöker kränga el istället för att hjälpa människor förbruka den smartare. Världen behöver affärsmodeller som vågar gå mot strömmen. Tillsammans med Tibber ser vi verkligen fram emot att befolka den här idévärlden med fler roliga och sylvassa argument för att fler ska vända förlegade elbolag ryggen, säger Maria Widström, Client Director på Miltton.

Arbetsgrupp:

Miltton Sverige

Maria Widström - Client Director

Viktor Halldén - Art Director

Hermes Holm - Creative Director

Frida Nordström - Project Lead

Magnus Ellsveden - Retouch

Mattias Bergqvist - Motion Designer

Rikard Larsson - Graphic Designer

Tibber

Elina Koivisto – Chief Marketing Officer

Christian Wilsson – Art Director

Sara Brolin – Copywriter

John Tersman Toll - Motion Designer

Om Tibber

Tibber är ett digitalt elbolag som vill minska hushållens elförbrukning genom smart teknik. Företaget erbjuder sina kunder möjligheten att köpa grön el direkt från producenten för inköpspris och genom Tibber-appen får kunden översikt av sin elförbrukning i realtid. Tibber grundades 2016 av Daniel Lindén och Edgeir Vårdal Aksnes och är aktivt i Sverige, Norge och Tyskland. Företaget har som vision att sänka europeiska hushållens elförbrukning med 20% till 2025 och har idag över 100 000 kunder. Läs mer på www.tibber.com

