

Inspireras av 100-wattsvinnare

Intervju med Mathias Björkheim,
senior copywriter på BBDO Nordics



”Att vinna 100-watt är ju en stor sak i vår lilla reklamvärld.”

Sveriges Annonssörer har arrangerat 100-wattaren sedan 1990 för att belöna kommunikation som fungerar, dvs marknadsföring och kommunikation som gett bevisad effekt. Priset ”100-fattaren” belönar bidrag som långsiktigt och strategiskt jobbar för en positiv effekt för planeten, samhället och företaget. Det är viktigt att visa på affärsmål som bidrar till omställningen.

Förra året gick 100-fattaren till E.ONs Youtube-baserade realityserie ”Familjen Jarny ställer om”, där man får följa en helt (o)vanlig 7-barnsfamilj Jarny i deras kamp mot höga elräkningar. Avsnitten fokuserar på olika elförbrukningsområden i hemmet, där de faktiskt har chansen att påverka sin förbrukning och sina elkostnader.

E.ON spelar en central roll i Sveriges energiomställning, där man långsiktigt arbetar mot samma hållbarhetsmål som Sverige i stort: nettonollutsläpp av växthusgaser senast år 2045.

Genom att överlämna stora delar av kommunikationen till en helt vanlig familj, kunde man kringgå de problem som E.ON hade att nå ut och vinna sympatier under energikrisen. Plötsligt var mottagarna beredda att faktiskt lyssna – och agera: E.ONs nätkunder, som kommunikationen styrdes mot, minskade genomgående sin elförbrukning betydligt mer än rikssnittet.

Vi frågade Mathias Björkheim, senior copywriter på BBDO Nordics, som är byrån bakom E.ON, om det vinnande konceptet.

Vad var det som gjorde att ni valde att tävla i 100-wattaren?

”Vi tycker det är kul att tävla och mäta oss med de bästa byråerna och de bästa jobben. Det är där vi vill vara. Dessutom visste vi att insatsen med familjen Jarny hade genererat väldigt fina resultat, i en för energibranschen extremt tuff period. Så att tävla i 100-wattaren var en självklarhet i det här fallet.”, säger Mathias Björkheim.

Vad betydde vinsten för er på byrån och internt på BBDO Nordics?

”Att vinna 100-watt är ju en stor sak i vår lilla reklamvärld. Ett kvitto på att hårt arbete och höga ambitioner faktiskt lönar sig och ger resultat. Så det här betydde så klart mycket, både för oss på byrån och för våra grymma kunder på E.ON.”

Vilket råd skulle du ge till andra som funderar på att tävla?

”Om ni känner att ni har vittring på något riktigt bra – gå all in och ge både kampanjen och casearbetet all den tid och kärlek som krävs. Det kan vara jobbigt längs vägen, men i slutändan är det ju alltid värt det. Och just det, försök att klämma in några öar av glädje också, i havet av kreativ ångest. För glädje blir man glad av!”, säger Mathias Björkheim.

Tack Mathias!

Nu är det dags att tävla i 100-wattaren - sista tävlingsdag är 22 oktober 2025.

[Läs mer och tävla här](#)