

## LarsEn Energy Branding Branding í orkumálum

Andri Snær Magnason rithöfundur og Magnús Bjarnason, framkvæmdastjóri Kviku. Fundarstjóri: Dr. Friðrik Larsen.

Ritari: Sigurður Á.Árnason

Ísland er koníak orkugeirans

Ísland getur orðið koníak orkugeirans, sú var niðurstaða umræðna á milli Friðriks Larsen, lektors við Háskóla Íslands, Magnúsar Bjarnasonar, framkvæmdastjóra Kviku og Andra Snæ Magnússonar rithöfundi sem sneru að vörumerkjastjórnun í orkuiðnaði.

Líkt og lönd sem hafa notað tól vörumerkjastjórnunar til að bæta ímynd sína (líkt og Sviss) þá getur íslensk orka verið skynjuð af orkukúnum framtíðar sem koníak orkugeirans. Ólíkar tegundir af koníaki eru aðeins aðgreindar vegna styrks vörumerkja sem snýr m.a. að uppruna. Þetta er einnig hægt í tilviki íslenskrar orku en til að það gerist er mikilvægt að Ísland markaðssetji sig rétt gagnvart erlendum ferðamönnum sem njóta íslenskrar náttúru sem og orkukaupendum framtíðar. Skiptar skoðanir voru á hvernig þetta gæti verið gert sem og hver sé rétta nálgunin við framleiðslu og dreifingu á orku. Strengur hefur verið vinsælt umræðuefni í samhengi þess að selja íslenska orku út og voru skiptar skoðanir um kosti og galla þess konar áætlana. Uppspretta vörumerkjavirðis Íslands er hreinleiki og því þarf að passa að ímynd Íslands sé ekki sködduð af umhverfisspjöllum. Skyldi það gerast skapast hætta á því að orkukaupendur tengi Ísland við eyðileggingu og því sé ekki hægt að rukka herra verð fyrir orkuna.

En er raunhæft að aðgreina íslenska orku rétt eins og önnur vörumerki á næstu misserum? Skiptar skoðanir voru um það þar sem greinin er glæný og hafa orkufyrirtæki ekki hingað til notað tól vörumerkjastjórnunar markvisst til að aðgreina vörur sínar. Niðurstöður umræðna voru þær að Ísland sem vörumerki sé ein mikilvægasta eign framtíðar og að orkufyrirtæki verði að vera meðvituð um breyttar markaðsaðstæður þar sem kaupvald orkuneytanda er sífellt að aukast. Og til þess að íslensk orka geti verið efst í huga neytanda þurfi að aðgreina hana frá annarri orku.