

# Hyresgästföreningen valde morgonpressen under majmånad och lyckades öka kunskapen om och höja den positiva inställningen till ”hyrestaket”.

Hyresgästföreningen ville påverka beslutsfattare och ”vanligt” folk om varför hyrestaket ska bibehållas.

”Vi har under flera års tid arbetat internt med hur vi ska kommunicera våra kärnfrågor. Internt definierade vi hyrestaket som en av de viktigaste frågor som våra medlemmar vill att vi driver. Vanligtvis arbetar vi med PR direkt till medierna, men i dessa valtider har det varit svårare att arbeta via denna kanal. Istället valde vi det medium som vi tycker är mest trovärdigt och där vi på rätt sätt kan kommunicera våra viktiga budskap både till politikerna och vanligt folk”, säger Peder Palmstjärna, Informationsdirektör på Hyresgästföreningen.

De kreativa lösningarna, signerade reklambyrån ANR BBDO, var främst riktade till Sveriges politiker. Hyresgästföreningens målsättning var dels att påverka politikerna att vilja behålla hyrestaket, dels att öka kunskapen om hyrestaket hos Sveriges befolkning.

Redan den 18 maj svarade Fredrik Reinfeldt i Aktuellt att moderaterna står bakom bruksvärdessystemet och systemet med hyresförhandlingar och att det inte är aktuellt att ta bort hyrestaket. I Citypaketets kampanjuppföljning i storstäderna kunde man dessutom se att 12% har blivit mer positiva efter kampanjen. Idag är 60% positiva till hyrestaket. Även målet om ökad kunskap har ökat med fantastiska 32%.

**DET ÄR RESULTATET SOM RÄKNAS:**

- + 12% BLEV MER POSITIVA TILL HYRESTAKET!
- + 60% ÄR POSITIVA TILL HYRESTAKET NU!
- + 32% FLER VET VAD HYRESTAKET INNEBÄR!

För att taket på ett hus ska slitas bort krävs vindar på uppåt 28 sekundmeter.

För att hyrestaket ska slitas bort kan det räcka med en svag medvind för Reinfeldt, Leijonborg, Hägglund och Olofsson.

Härmed vill vi uppmärksamma Moderaterna, Folkpartiet, Centerpartiet och Kristdemokraterna på några grupper som vill behålla hyrestaket: moderater, folkpartister, centerpartister och kristdemokrater.

Det finns fortfarande 1,4 miljoner osäkra väljare att vinna. Av dem bor över 400 000 i hyresrätt.

Hur blir det med hyrestaket, Reinfeldt, Leijonborg, Hägglund och Olofsson?

KAMPANJFAKTA: Kund: Hyresgästföreningen. Ansvarig hos kunden: Peder Palmstjärna, Informationsdirektör. Reklambyrå: ANR BBDO. Mediebyrå: Vizeum. Kampanjperiod: 18-31 maj 2006. Mediemix: Helsidor i DN, GP, Sydsvenskan

**Citypaketet**  
DN, GP, SYDSVENSKAN