

Med en röd fåtölj i centrum

Anhörigcentrum i Örebro genomförde under september månad 2008 ett intensivt marknadsföringsarbete. På TV4 sändes en reklamfilm och ute på stan i Örebro har anhörig-samordnare och frivilliga spridit information om Anhörigcentrum för glatta livet. Med en röd fåtölj hoppas man göra människor uppmärksamma på kommunens anhörigstöd.

Som anhörigkonsulent och enhetschef för Anhörigcentrum i Örebro har Carina Oskarsson funderat mycket på hur de ska göra för att nå ut till anhörigvårdare med information om anhörigstödet. Anhörigskapet är ett brett område och det är svårt att nå alla kategorier av anhöriga. Carina kom på idén att göra en film om Anhörigcentrum och tog kontakt med en reklambyrå för att få hjälp med projektet.

Tillsammans med copywritern Rita Tammerman på Rita Tammerman Text AB, försökte man hitta någon slags symbol för att visa vad Anhörigcentrum kunde erbjuda den som är anhörigvårdare.

- Vi ville undvika att göra en värdering. Ofta sätter man en äldre person i bilden och talar om anhörigstöd, vilket automatiskt utesluter en stor grupp anhörigvårdare som inte känner sig som en målgrupp för informationen.



Carina Oskarsson

Arbetsprocessen

Rita Tammerman och hennes kollega Ladja Koubek, AD på Ladja Koubek Kommersiell Design AB, har varit inblandade i arbetet med informationssatsningen i över ett år. De fick en förfrågan av Anhörigcentrum som de genast nappade på. Man började skissa på idéer och när Anhörigcentrum fick pengar i form

av stimulansmedel från Länsstyrelsen kunde arbetet sätta igång på allvar. Enda villkoret från Länsstyrelsen var att filmerna skulle kunna användas i hela länet.

Carina Oskarsson och Rita Tammerman har haft ett nära samarbete och hela tiden fört en dialog kring projektet. Idén med den röda fåtöljen kom först efter en tids skissande, men så fort man kläckte idén kändes den självklar.

- Kreativa processer ska ta tid, det ska kännas lite nervöst i magen - men så plötsligt trillar allt på plats. Tanken bakom den röda fåtöljen är att den ska uppfattas som en fristad, en mjuk fåtölj att sjunka ner i för att koppla av och kanske till och med bli lite uppsad själv. Man ska som anhörig känna att fåtöljen är till för just mig, för att just jag ska få vila, förklarar Rita.



Rita Tammerman

När reklambyrån presenterade idén för Anhörigcentrum kändes den alldeles självklar även där. Rita Tammerman berättar att hon och hennes kollega hade pratat om man skulle behöva köpa in en röd fåtölj till projektet. När de tog upp den tanken med Carina på Anhörigcentrum berättade Carina att de har ett par röda fåtöljer i vilorummet som man kanske kan använda.



- Och när hon visar mig dem tänker jag att det är ju precis de fåtöljerna vi har sett framför oss i våra skisser, konstaterar Rita.

När idén med den röda fåtöljen var förankrad kunde man gå vidare med att formulera texter för att sedan trycka broschyrer, informationsblad och roll-ups. Med hjälp av Rita Tammerman och Ladja Koubek togs det fram ett modernt, snyggt och renodlat informationsmaterial om Anhörigcentrum. Resultatet är, hoppas Carina, ett material som läsaren känner igen och som bygger på känslan att anhörigstödet är något väldigt naturligt i livet.



Samtidigt som det jobbades med det tryckta materialet satte även arbetet med de två filmerna, en informationsfilm och en reklamfilm, igång. Skådespelaren Jan Koldenius står bakom berättarrösten i filmerna och har tolkat det manus som Rita Tammerman skrivit. Resultatet är två filmer som man hoppas ska fånga såväl vad verksamheten erbjuder som den känsla av engagemang, värme och trygghet som finns hos personalen på Anhörigcentrum.

– Att det är just Jan Koldenius som är med i vår film är pricken över i:et. Han ger männen en röst i en annars så kvinnodominerad miljö. Men framförallt är han en varm och känslig person som kunde förmedla allt det som Anhörigcentrum står för, säger Rita.

I själva filmproduktionen har även statister i olika åldrar, av olika kön och med olika nationella bakgrunder medverkat. Statisterna har rekryterats bland frivilliga, andra personalgrupper inom kommunen och inom de egna bekantskapskretsarna.

Även de anhöriga har funnits med i ar-

betsprocessen med informationsmaterialet genom Anhörigcentrums råd. I rådet sitter representanter för olika frivilligorganisationer, föreningar och Svenska kyrkan. Flera av dem är anhörigvårdare och har fått tycka till och lämna åsikter om hur man ska uttrycka sig i informationsmaterialet, om rekvisitan som används i filmerna och så vidare.

Den kreativa projektidén har blivit väl mottagen av politiker och beslutsfattare i kommunen. Man har tyckt att det är en bra idé och många har varit intresserade av hur arbetet har fortskridit.

Tommy Henningsson, förvaltningschef inom vård och omsorg i Örebro kommun, har varit positiv till projektet från starten.

– När jag hörde om projektidén tyckte jag att det lät kul och som en riktigt bra idé. Det är en väldigt viktig satsning, säger Henningsson.



Tommy Henningsson

I Tommy Henningssons jobb ingår att driva en verksamhet som omfattar både stöd i eget boende och i kommunens särskilda boendeformer. Han pratar varmt om Anhörigcentrum och menar att det finns så många anhörigvårdare ute i kommunen som inte vet att de kan få stöd där. Förhoppningsvis når de ut till många med den kommande informationskampanjen.

Det hör inte till vanligheterna att kommuner satsar på reklam och marknadsföring, vilket Henningsson tycker är tråkigt.

– Vi är dåliga på det. Men marknadsföringen är lika viktig i vår verksamhet som i någon annan. Kommuninvånarna måste få veta vad kommunen kan hjälpa dem med och det gäller att försöka hitta moderna vägar att nå dem på, påpekar Henningsson.

Förhoppningen med projektet

I rollen som anhörigkonsulent arbetar Carina Oskarsson mycket utåt för att informera om Anhörigcentrum, men även för att utbilda enhetscheferna inom vård och omsorg. Att delta i olika nätverk om anhörigstöd och att fånga upp åsikter från olika håll ingår också i jobbet. Som enhetschef för Anhörigcentrum ingår det också i hennes arbete att stötta och leda personalen och se till att verksamheten utvecklas och matchar den målgrupp som man möter.

Med det här projektet hoppas Carina Oskarsson att man som tittare och läsare ska förstå att anhörigskapet är en naturlig del av livet, en del av vårt livspussel.

– Jag hoppas att människor ska veta var de kan vända sig när de står där som anhörigvårdare och behöver stöd, precis som vi vet vart vi vänder oss när våra barn är sjuka eller när någon avlider.

Informationsfilmen ska spridas inom kommunen och landstinget och i föreningar och frivilligorganisationer. Förhoppningen är att personal inom vården och omsorgen ska kunna använda filmen på ett enkelt sätt.

– Om personalen på sjukhuset ska informera om anhörigstöd kan de inleda med att visa vår informationsfilm, menar Carina.

Intensivt arbete

Den 27-28 september 2008 tog Anhörigcentrum med sig fåtölj och broschyrer ut till köpcentret Marieberg för att informera om sin verksamhet. Det var lönehelg och mycket folk på centret. Tanken, berättar Carina, var att vår reklamfilm då hade snurrat på TV4 i två veckor och vi hoppades att människor har sett den och känner igen oss med vår röda fåtölj.

– Många personer som läste våra rollups kom fram och sa att det här handlar ju om mig! Kan jag få mera information!



Det var stor skillnad vid att stå vid sjukhusapoteket jämfört med Mariebergs köpcenter. Vid sjukhuset var folk mer mottagliga. På köpcentret var folk mer stressade och fokuserade på att uträtta sina ärenden. Det var svårt att föra ut budskapet på köpcentret, för vi kunde inte röra oss fritt och fick inte gå på människor direkt och dela ut vår reklam, förklarar Carina.

– Det handlar om att vara tillgängliga och serviceminded. Vi måste vända trenden i kommunerna där man jobbar med att lösa problem av olika slag och börja jobba mer förebyggande, förklarar Carina.

Förutom aktiviteten på Marieberg har Anhörigcentrum och frivilliga under de veckor som reklamfilmen sändes arbetat intensivt med att sprida information runt om i Örebro. Vid ICA-butiker, vårdcentraler, sjukhus och andra samlingspunkter har frivilliga delat ut broschyrer och visitkort. Anhörigcentrum har också satt in ett par annonser i Nerikes Allehanda och haft extra öppet hus under de här veckorna för att kunna ta emot intresserade. Öppet-hus-dagarna lockade både intresserade anhöriga och personal från kommunen. När Örebrotravet anordnade tjejkväll fanns Anhörigcentrum på plats bland de 150-talet besökande och spred sin information.

Röster från köpcentret

– Den här informationskampanjen tycker jag är jättebra. Framför allt är det bra att de är ute och visar upp sig för allmänheten, då kommer det fler människor till del. Om man bara informerar på vårdcentraler och liknande når man ju bara en liten del människor.



Birgitta Olsson



Joung-min Kim

– Jag tycker det här är en bra idé. Jag tror att det är det lättaste sättet att nå ut med sitt budskap, att synas och prata med folk och berätta att man finns.

Det är fantastiskt att man tar tillfället i akt att marknadsföra verksamheten ordentligt, menar Rita Tammerman. Det är inte så vanligt inom den här sortens verksamhet, men det är egentligen ganska självklart. Hur ska människor annars få reda på att anhörigstödet finns?

Text: Nina Håkansson
Fredrik Jansson
Foto: Anders Olsson

