

Biografreklamer har været en del af kampagnen i Halsnæs Kommune for at rekruttere nye generationer til ældreplejen. Og historierne bliver fortalt af medarbejderne selv.

Tekst: Af Mette Johansen

Foto: Henrik Rysbakke Nielsen



Gamle stjerner

De ansatte i ældreplejen i Halsnæs Kommune optræder som *film-crew* og de ældre har fået stjernestatus. Processen foldede sig ud i samarbejde med kommunikations-selskabet Zoomstory. Filmene kan ses på www.kaerligeogseje.halsnaes.dk

KÆRLIGE OG SEJE

I FREDERIKSVÆRK, HUNDESTED og opland støder man en gang imellem på den samme slags røde biler. Det er hjemmeplejens køretøjer, og de nøjes ikke med et diskret kommunalt logo. De går til indholdet med det samme: Kærlige & seje, står der med store bogstaver på bilen. Værsgo, hjemmehjælpen er på vej.

De røde biler er del af kampagnen i Halsnæs Kommune for at fastholde og rekruttere til ældreplejen. En anden del er en række små film, som man også har kunnet se som biografreklamer i området og på nettet.

Lige fra starten i februar har det været vigtigt, at det var medarbejdernes kampagne. De kender bedst de gode historier. De har sammen med kolleger fået mulighed for at lave film om de daglige udfordringer og kunne fortælle i levende billeder, hvorfor det er sejt at arbejde i ældreplejen i Halsnæs Kommune.

Intern involvering

Det begyndte med en politisk beslutning om at gøre en særlig indsats for at fastholde og rekruttere medarbejdere til ældreområdet. Kampagnen har været lang tid undervejs. Det tager længere tid at få medarbejderne involveret, end hvis man havde ansat et reklamebureau. Flere store inspirationsmøder

mundede ud i et nyt slogan for ældreplejen. Og det hedder i øvrigt ikke ældreplejen mere! Det lød for støvet, og der er også andre end de ældre, der får kommunal pleje. Nu hedder området Sundhed og Pleje – og kan så efterfølges af sloganet Kærlige og Seje. Det var de egenskaber og værdier, medarbejderne fandt frem til, sammen karakteriserede medarbejderne på området.

Ekstern hjælp

Der skulle fortælles gode historier om arbejdet. De kom til at handle om mødet med mennesker, og hvordan man kan forandre ting til det bedre ved at være en varm og vedholdende medarbejder.

Formidlingen blev hjulpet på vej af eksterne konsulenter. Der var historiefortællerkurser for medarbejderne, så de var rustet til at komme ud og møde skoleklasser.

Om de små biografilm samarbejdede Halsnæs Kommune med filmproduktions-selskab Zoomstory. 18 medarbejdere deltog som skuespillere, instruktører, kameramænd og manuskriptforfattere, hvorefter Zoomstory gjorde filmene færdige teknisk og filmisk.

Men virker det?

Kampagnen har løbet det meste af et år. KONZENS har spurgte kampagnens planlæg-

ningskonsulent Olai Birch, om den har virket. Er de unge strømmet til området?

“Vi har i hvert fald ingen rekrutteringsproblemer! Men det er svært at sige, hvor meget vi skal takke den økonomiske krise for det!”

Det er i hvert fald ganske gratis at lade inspirere af kampagnen, der er grundigt beskrevet på www.kaerligeogseje.halsnaes.dk, hvor man også kan se filmene og læse historierne.

HALSNÆS KOMMUNE

Frederiksværk og Hundested Kommuner blev den 1. januar 2007 lagt sammen til Frederiksværk-Hundested Kommune. Et år efter skiftede kommunen navn til Halsnæs Kommune efter en navneafstemning blandt kommunens borgere.

Ældreområdet i Halsnæs omfatter hjemmeplejen, genoptræningscenter, aflastningspladser, daghjem og aktivitetshus.

Kommunen har flere forskellige plejehjem og (nybyggede) ældreboliger.

Kommunen har næsten 2500 fastansatte medarbejdere.

Kommunen har sammenlagt 30.824 borgere pr. 1. januar 2008.