

Björg Elvekjær har fra sin stol i AIDS-Fondet sat fuld fart på forberedelserne af årets Humor mod Aids kampagne, som skal skaffe opmærksomhed om behovet for at støtte kampen mod aids i verden og herhjemme

HUMOR SKAL LØSE OP FOR TABUER OG SKAFFE PENGE TIL KAMPEN MOD AIDS



Af Lisbeth Eckhardt-Hansen

Kommunikationsudfordringen er til at få øje på for projektleder Björg Elvekjær, der for femte år i træk vil bruge humoren som redskab til at sætte aids på dagsordenen og appellere til danskernes generøsitet. Det er hun ikke alene om. Der er faktisk rift om at få ørenlyd for de mange gode projekter, som nødhjælpsorganisationerne gerne vil have os til at støtte. Senest har Danmarks Radio og 12 store nødhjælpsorganisationer sat Danmarksrekord i indsamling med 67 mio. kroner til børn i Afrika. Nu skal gags og gøgl igen gøre sig i kampen mod aids. Björg Elvekjær og hendes arbejdsgivere i AIDS-Fondet, IBIS og Folkekirkens Nødhjælp er fortrøstningsfulde. De tror på, at det nytter at sende en flok frivillige på gaden den 1. april med røde næser, glimt i øjet og overskud i kontakten.

- Samtalen om store alvorlige problemer som aids-katastrofen bliver lettere og friere, når man

har humor i kroppen. Det behøver ikke at være tungt at hjælpe. Det er faktisk meget rarere at dele sit overskud med smil på læben. Humoren fungerer langt bedre end den sociale indignation – og det hjælper at grine. Det ved vi fra vores private liv, og det gælder også i kampen mod aids, siger projektlederen. Hun understreger, at Humor mod Aids ikke gør grin med aids og hiv-smittede, men med os selv og vores forfængelighed og fortrængningsevner.



Den økologiske slagter fra kulturfvet freestylar med rød næse.

Noget for noget

Humor mod Aids er ikke bange for, at danskerne er blevet indsamlingstrætte. Tværtimod, så er erfaringen, at der bliver givet flere bidrag fra mennesker og virksomheder nu end tidligere, og det er en tendens, som spreder sig i hele den vestlige verden.

- Vi er mange, som har råd til at hjælpe. Det er som om, der er en bølge i hele den vestlige verden, hvor virksomheder og befolkning har fået øje på, at staten ikke løser verdens problemer med ulandsbistand. Vi skal selv bidrage, og mange vil heldigvis gerne tage socialt ansvar og vise solidaritet. Men det er blevet tydeligt, at folk også vil have noget igen. De vil have det sjovt, gøgle og feste i et fællesskab, som ikke er meget forpligtende. I dagens samfund er det trendy at være med til at gøre en forskel. Men det skal være let og sjovt og give



Foto: Carsten Seidel

Over 20 danske byer blev sat på den anden ende den 30., 31. marts og 1. april 2007, da Humor mod Aids gik på gaden for at gøre opmærksom på aids-katastrofen i Afrika sidste år og uddelte røde næser og samlede penge ind til at uddanne flere sygeplejersker i Mozambique, Malawi og Ukraine.

hurtig gevinst, siger Björg Elvekjær. Det er den tankegang, som Humor mod Aids igennem flere år har omsat i praksis. Frivillige indsamlere har fået inspiration til arbejdet af førende komikere som Jan Gintberg, Normalerweize, Casper Christensen, Jonatan Spang, Søs Egelind og mange flere, som blandt andet har free-stylet med den røde næse, som er blevet symbolet for Humor mod Aids. I dagene omkring den 1. april har de været med til at gøre kampagnen synlig – sammen med P3, Politikens Bagside, Urban, i lokale medier og mange andre steder. Det er også blevet til feel-good-parader og gøglere, som har underholdt på stræder og pladser og gjort det sjovere at sætte kampen mod aids på dagsordenen.

- Vi har heldigvis mange lege-kammerater, som gerne vil være med igen, og der kommer hele tiden nye. Forleden var der 40 nye

frivillige, der meldte sig, og vi håber, der kommer endnu flere. Det er for tidligt at løfte sløret for, hvilke komikere der skal løbe opmærksomheden i gang og inspirere de frivillige, siger Björg Elvekjær.

De seneste år har Zentropa Interaction bidraget til den kreative del af kampagnen, og Dansk Sygeplejeråd og landets sygeplejestuderende var i 2007 med til at sætte behovet for flere sundhedsmedarbejdere på dagsordenen.

Social eksponering

I 2008 skal der noget andet og mere til. Nye kampagneredskaber skal udvikles, så Humor mod Aids har appel og stil, som er tidssvarende. - I dag vil folk være på. De vil være synlige og eksponerede, så det gælder om at udvikle nye virale kampagneredskaber. Vi har endnu ikke taget stilling til, om vi skal arbejde med røde næser og mobile

billeder, lave klubber på websitet eller my-space eller lade os inspirere af den flok unge, der allerede i dag optræder på face-book med vores røde næser. Men der skal også være noget at afsløre, når vi nærmer os 1. april, siger Björg Elvekjær.

Sponsorpakker

I år vil Humor mod Aids også arbejde bevidst med sponsorpakker til virksomhederne.

- Mange virksomheder vil gerne vise, at de tager ansvar for mere end at tjene penge. Men vi mangler en first-mover i Danmark, som viser big time vilje til at støtte og tage et socialt medansvar. Mindre kan også gøre det, så derfor vil vi nu introducere sponsorpakker, hvor også små og mellemstore virksomheder kan være med, siger projektlederen.

Der bliver flere størrelser af sponsorpakker, hvor virksomhederne kan være med på alt fra den store

Invitation

Generalforsamling og konference i DKF onsdag 5. marts 2008

På Københavns Rådhus, kl. 14-22

Konference

Sport, kommunikation og spin

Det er i høj grad lykkedes sportens verden at bevare en ydre uskyld. Når den olympiske ild tændes og flammer mod himlen, når håndboldspillere med blod, sved og tårer kører guldet hjem, og nationen går i selvsving. Og når fodboldlandsholdets spillere står på Parkens grønsvæer med øjnene vendt mod himlen og næven mod hjertet, imens de synger med i nationalsangens brusende kor, glemmer de fleste, at sport er business. Big business. At den professionelle sportsverden drives efter samme principper som al anden forretning.

Der skal dyrkes investor relations, formueforvaltning, investeringspolitik, kurspleje og personalepolitik. Der skal udøves ledelse på topniveau både i den forretningsmæssige og sportslige ledelse og ved bestyrelsesbordet. Og så skal der ikke mindst laves kommunikationsplaner, presseplaner, dyrkes netværk og laves spin. Det er ofte på disse områder, de virkelige sejre grundlægges, og de store nederlag forsvares.

Årets konference i forbindelse med Dansk Kommunikationsforenings generalforsamling sætter fokus på sport som forretning og på det kommunikations- og pressearbejde, der er så nært knyttet til sportens verden.

Tilmeld dig og se program på www.kommunikationsforening.dk for detaljer om generalforsamling og konference.

Tak til

CISION Danmark A/S, som sponserer konferencedagen

København Rådhus, som lægger rammer til dagen



Generalforsamling

Dagsorden

1. Valg af dirigent
 2. Bestyrelsens beretning og plan for det kommende år
 3. Kassererens fremlæggelse af det reviderede regnskab
 4. Budget for det kommende år og fastsættelse af kontingent
 5. Valg af formand
- Ole Schmidt Pedersen - genopstiller
 6. Valg af bestyrelsesmedlemmer
- Jan Horskjær - genopstiller
- Lotte Leth-Sørensen - genopstiller
- Tina Donnerborg - genopstiller
- Ikke på valg
- Mette Dahl-Jensen
 - Bo Søby Kristensen
 - Anker Brink Lund
 - Lars L. Nielsen
 - Per Rystrøm
7. Valg af revisor og revisorsuppleant
Arne Jørgensen og Lars Scheving genopstiller
 8. Indkomne forslag
 9. Eventuelt

Forslag til pkt. 6 og 8 skal for at kunne blive behandlet være foreningen i hænde senest to uger før generalforsamlingen og meget gerne før. Forslag sendes til Dansk Kommunikationsforening, Strandvejen 100, 2900 Hellerup, dansk@kommunikationsforening.dk.

CISION

kampagne til en enkelt showcase eller få rettigheden til at bruge aids-sløjfer og næser i deres eget markedsføringsmateriale.

Overskud skal hjælpe i Afrika, Ukraine og herhjemme

I 2008 sætter Humor mod Aids særligt fokus på sundhedskatastrofen i Afrika, Østeuropa og herhjemme.

- Aids rammer i hele verden. 33 mio. er smittede og 25 mio. er døde af aids. Særligt det afrikanske kontinent er hårdt ramt med 68 pct. af alle hiv-smittede voksne og 90 pct. alle hiv-smittede børn, så her er der størst behov for hjælp. Men Humor mod Aids sætter også fokus på situationen i Østeuropa, hvor aids spredt sig hurtigere end noget andet sted i verden, fortæller Bjørg Elvekjær.

Kampagnen sætter også fokus på kampen mod aids herhjemme. I Danmark er 5.000 smittede med hiv, og ca. 2.000 er døde, siden det første tilfælde af hiv blev konstateret for 25 år siden. Men sygdommen er stadig forbundet med tabu.

- Humoren skal forløse det tabubelagte emne herhjemme, hvor fordomme, frygt og uvidenhed stadig er et stort problem for de smittede. Nye undersøgelser viser, at hiv-smittede føler sig isolerede og udskudt. Aids er forbundet med skyld og skam.

Og mange smittede lever et hemmeligt liv med sygdommen, fordi de er bange for omverdens reaktioner.



56 procent af danskerne har kendskab til Humor mod Aids og den røde næse, som er blevet symbol på, at det hjælper at grine.



Foto: Lisbeth Thorlacius

- Folk orker ikke hele tiden at få slag i hovedet med tiggerstaven fra alle verdens nødlidende. De vil gøre en forskel, mens de har det sjovt med at feste og gøgle i et fællesskab, som ikke er meget forpligtende, siger projektleder Bjørg Elvekjær, Humor mod Aids.

Hver tredje smittede har ikke engang fortalt deres mor, at de er syge. Så der er god brug for at få hul på samtalen om sygdommen, bryde med tabuerne og få bugt med fejlpløjsninger, mener Bjørg Elvekjær.

Overskuddet fra indsatsen den 1. april er helt sikkert med til at gøre en kæmpe forskel for den enkelte i de projekter, der støttes, mener Bjørg Elvekjær. Hun håber også, at kampagnen kan være med til at ruske op i vores fordomme og skabe opmærksomhed om behovet for at blive ved med at sætte ind mod sundhedskatastrofen både herhjemme og i verden.

Taletid og ørenlyd

Den største udfordring er at få tale-tid i en verden, der er proppet med gode budskaber og historier.

- Kunsten er at blive ved med at holde aids på dagsordenen. Hiv og aids er ikke en 80'er grille, som vi kan glemme, fordi Sundhedsstyrelsen en gang for alle har løst problemet. Aids er en international

katastrofe. Den største og alvorligste epidemi siden den sorte pest. Aids er en kronisk sygdom, som ikke kan helbredes. Men vi kan lindre og skabe forståelse. Vi kan oplyse og forebygge. Der er brug for, at vi gør alt for at få sagen på den offentlige dagsorden og holde den der. Vi skal blive ved med at kommunikere og skaffe ørenlyd, for der er brug for at give smittede lindring, og der er brug for at forebygge, forebygge og forebygge, mener Bjørg Elvekjær.

- Folk orker ikke hele tiden at få slag i hovedet med tiggerstaven fra alle verdens nødlidende. De vil gøre en forskel, mens de har det sjovt med at feste og gøgle i et fællesskab, som ikke er meget forpligtende, siger Bjørg Elvekjær, som er projektleder for Humor mod Aids gennem fem år. ■



www.humormod aids.dk