

Nemad ei saanud valida.

Sina saad.

Margaret / Teele-Riin / Ketter / Sandra

Probleem

Sõjapõgenikud on uues riigis, mida kutsuda koduks. Lisaks senisele normaalsusele ning kodukohale on nad kaotanud võimaluse töötada võrdsetel tingimustel. See on olukord, mida nad pole ise valinud.

Põgenikesse suhtutakse võõristavalt, mis takistab neil siin normaalse elu ülesehitamist ja võrdväärset tööturule sisenemist. Nüüd on meie aeg sekkuda.

Nemad ei saanud valida, kuid meie võimuses on motiveerida otsustajaid, kes saavad.

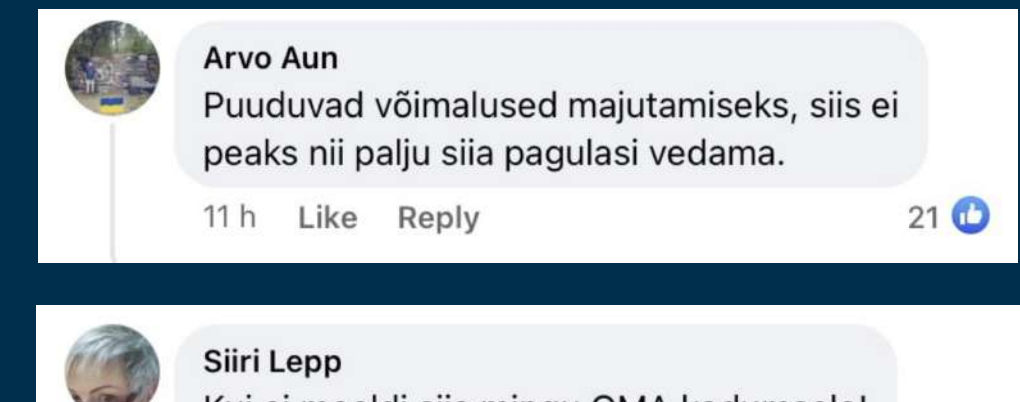
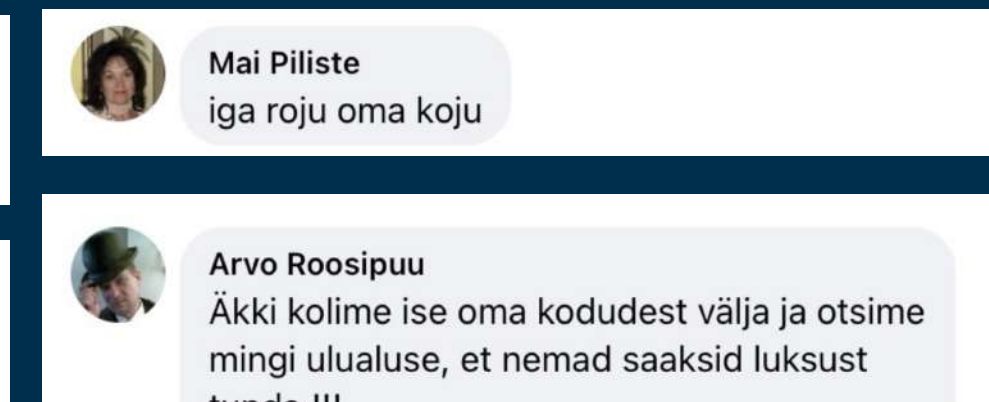
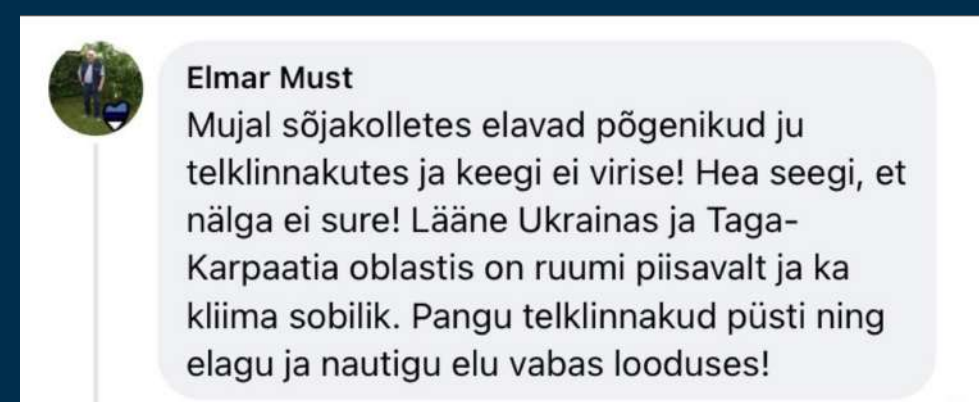
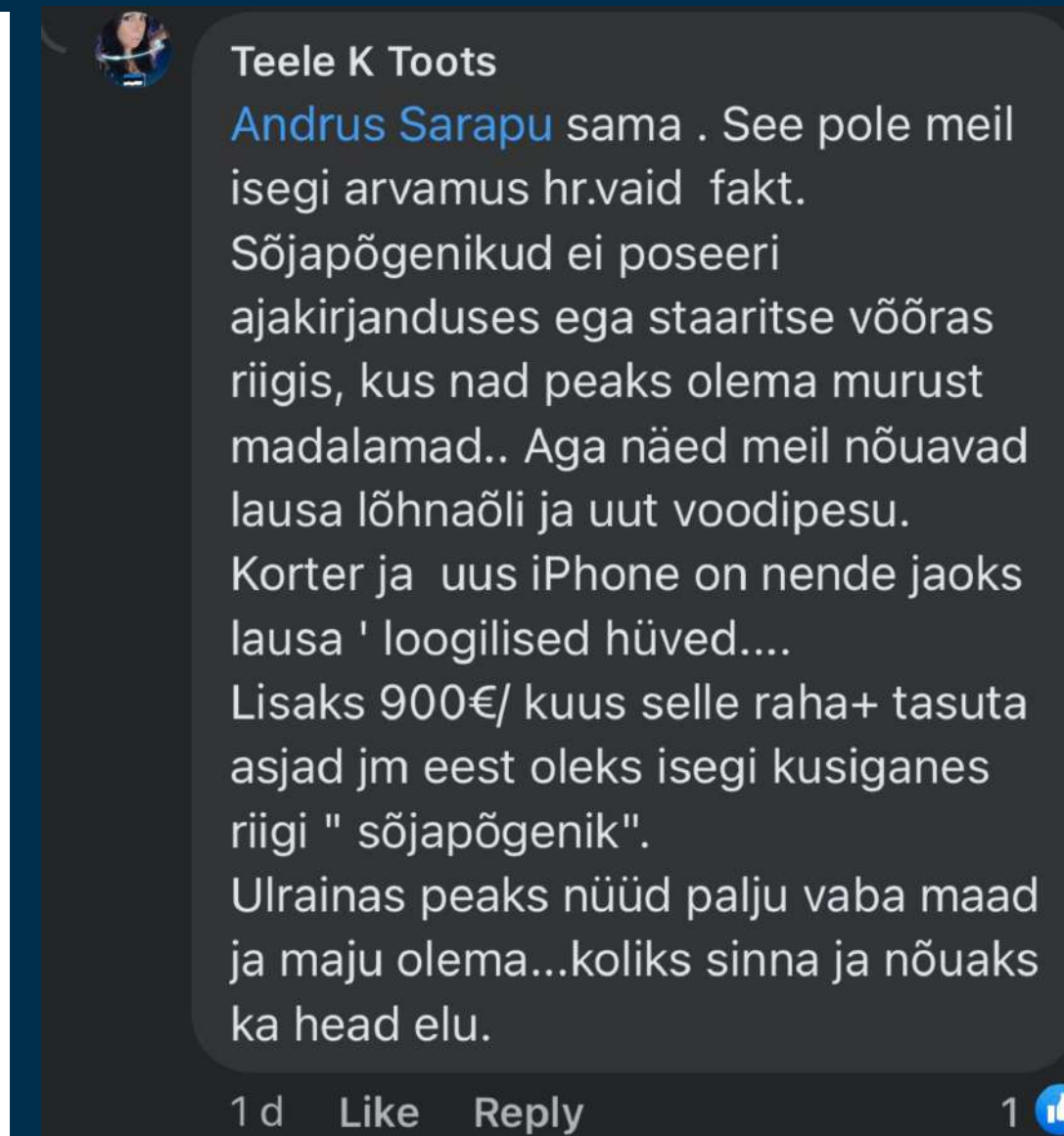
Lähtesuund

Meil ei ole vaja teha šokiteraapiat – toimuvat sõda näevad inimesed nii kui nii.

Meil on vaja kõnetada poliitikuid, otsustajaid ning ettevõtjaid, kelle käes on võim muuta töötingimused põgenikele võrdseks eestlastega.

Sisend

Koondasime kokku kuvatõmmised, millest inspireerituna lõime loovkontseptsiooni. Soovime, et Eestis leviv kuvand põgenikest muutuks.



Lahendus

#sinasaad

sinasaad.ee

Nemad ei saanud valida.

Sina saad.

Poliitiku, otsustaja või ettevõtte juhina on Sinul võimalus pakkuda põgenikele võrdväärseid töötingimusi.

Sina saad teha nii, et Eestist jääb kõlama inimlikkus.

Sõnumi ja visuaali strateegia

Eesti, kus ei ole lahterdamist “meie” ja “teie” vahel, on ilus, kuid lähiaega arvestades ka naiivne mõte.

Reaalsus on, et ühtseks meieks on veel liiga vara. Seetõttu on ka sõnumistrateegias lähtepunktiks nemad ja sina, mida kasutades tõmbame tahtlikult joone, et kõnetada otsustajaid. Ühtse “meie” saame rajada vaid muutunud Eestis.

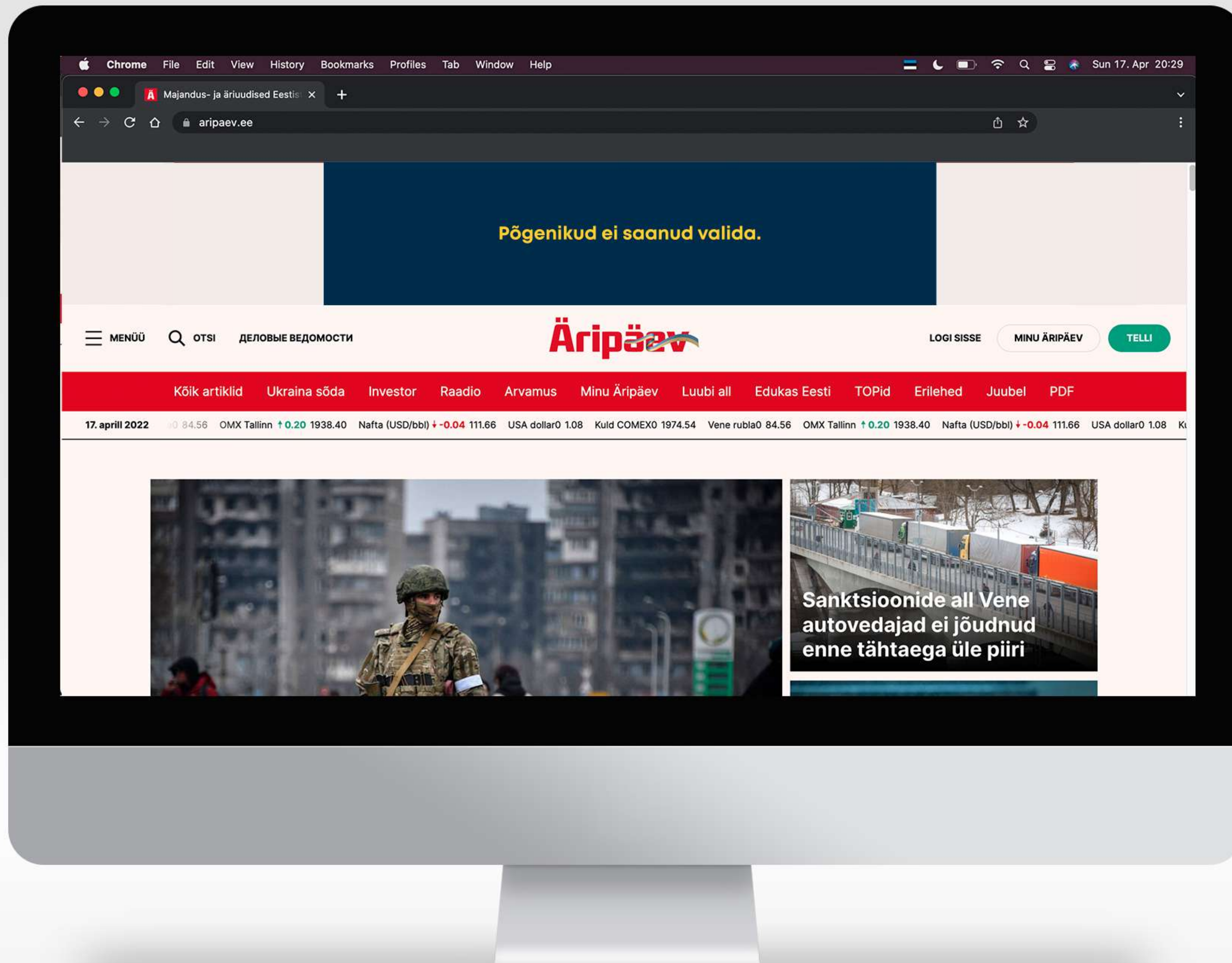
Visuaali ülemine osa viitab Ukraina lipuvärvidele ning alumine valge osa helgusele, mida me oma lahkuse ja võrdsete tingimuste sätestamisel pakkuda saaksime.

Värvid loovad konteksti ning lihtne ja arusaadav sõnum annab edasi viise, kuidas meie sihtrühm saaks olukorda parendada.

Trükireklaam

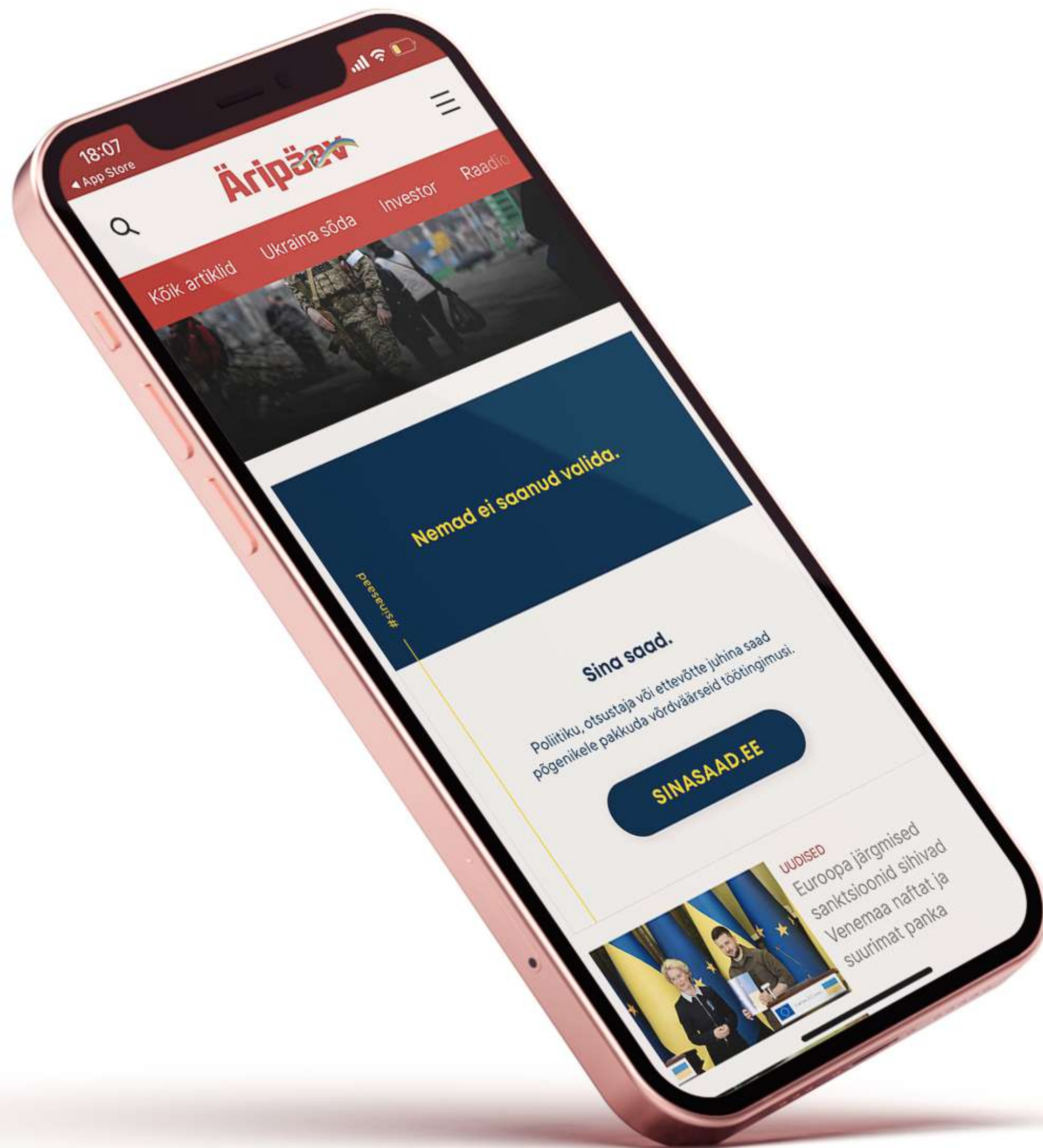


veebibänner #1



Kliki bänneri
vaatamiseks siia!

Veepibänner #2



#sinasaad

Nemad ei saanud valida.

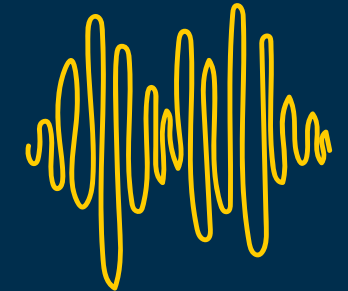
Sina saad.

Poliitiku, otsustaja või ettevõtte juhina saad põgenikele pakkuda võrdväärseid töötingimusi.

SINASAAD.EE

Raadioklipp

Vajuta demoklipi
kuulamiseks siia!



#1 Helide mäng – kodudest põgenemine

#2 Tsitaadid

„900 eurot kuus ja tasuta asjad – selle eest oleks isegi kusiganes riigi sõjapõgenik.”

„Ja need inimesed tulevad siia ja meie miinimumpalk on nendele juba mitu korda kõrgem, kui see, mida nad on sama töö eest saanud kodumaal.”

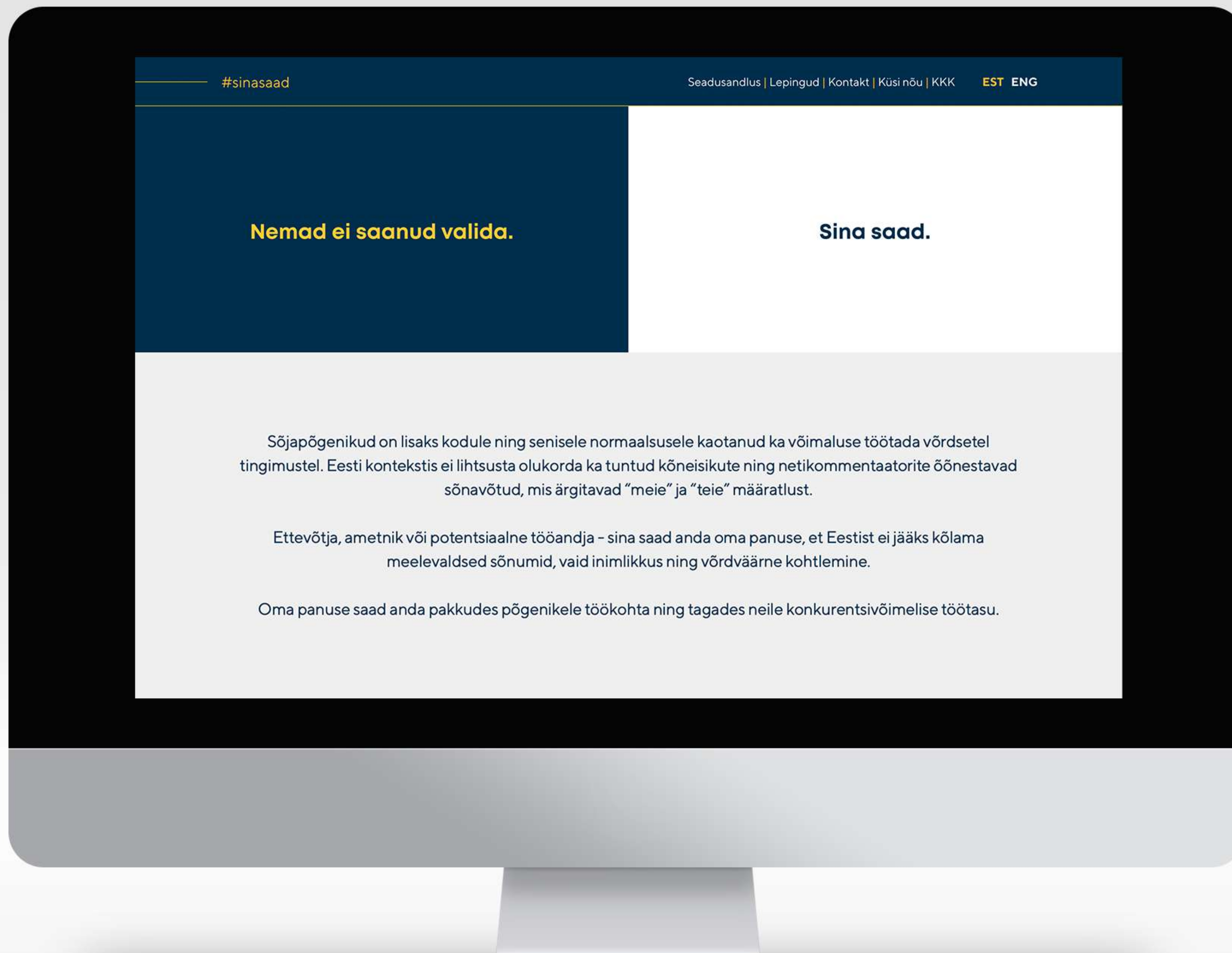
„Kõige õigem oleks nad koju tagasi viia, sest tegelikult ei taha neid siia keegi.”

#3 VO

„Sina saad kanalit vahetades probleemi eest pageda, põgenikud ei saa. Poliitiku, otsustaja või ettevõtte juhina saad pakkuda põgenikele võrdväärseid töötingimusi. Sina saad teha nii, et Eestist jääb kõlama inimlikkus. Vaata sinasaad.ee”

Lisaidee #1

Maandumisleht



#sinasaad

Seadusandlus | Lepingud | Kontakt | Küsi nõu | KKK

EST ENG

Nemad ei saanud valida.

Sina saad.

Sõjapõgenikud on lisaks kodule ning senisele normaalsusele kaotanud ka võimaluse töötada võrdsetel tingimustel. Eesti kontekstis ei lihtsusta olukorda ka tuntud kõneisikute ning netikommentaatorite õõnestavad sõnavõttud, mis ärgitavad "meie" ja "teie" määratlust.

Ettevõtja, ametnik või potentsiaalne tööandja – sina saad anda oma panuse, et Eestist ei jääks kõlama meelevaldsed sõnumid, vaid inimlikkus ning võrdväärne kohtlemine.

Oma panuse saad anda pakkudes põgenikele töökohta ning tagades neile konkurentsivõimelise töötasu.

Kampaania maandumisleht on meie kommunikatsiooni sõlmpunkt. See on koht, kus saavad potentsiaalsed tööpakkujad lisainfot ning ettevõtjad, ametnikud ja otsustajad täiendavat teavet kampaania ning seadusandluse viimaste muudatuste kohta.

Lisaidee #2

PR kampaania

Selleks, et antud probleemi lahendada, tuleb astuda reaalseid samme. Muutus peab algama tegudest – peame otse kõnetama otsustajaid suurtes ettevõtetes.

Lisaideena teeksime toetava PR kampaania koostöös Eestis tegutsevate suurettevõtete ning mõjukate ettevõtjatega. Kaasates näiteks Swedbanki, Circle K, Tallinki, Bolti ja Telia, kelle eeskujul tuua fookusesse võõrtööjõu värbamine ning õiglane töötasu, olles seekaudu suunanäitajaks teistele.

Tooksime PR kampaania käigus välja eelmainitud ettevõtete realselt astunud sammud, edasised plaanid ning senised edulood võõrtööjõu värbamise teemal.



Aitäh!

#sinasaad