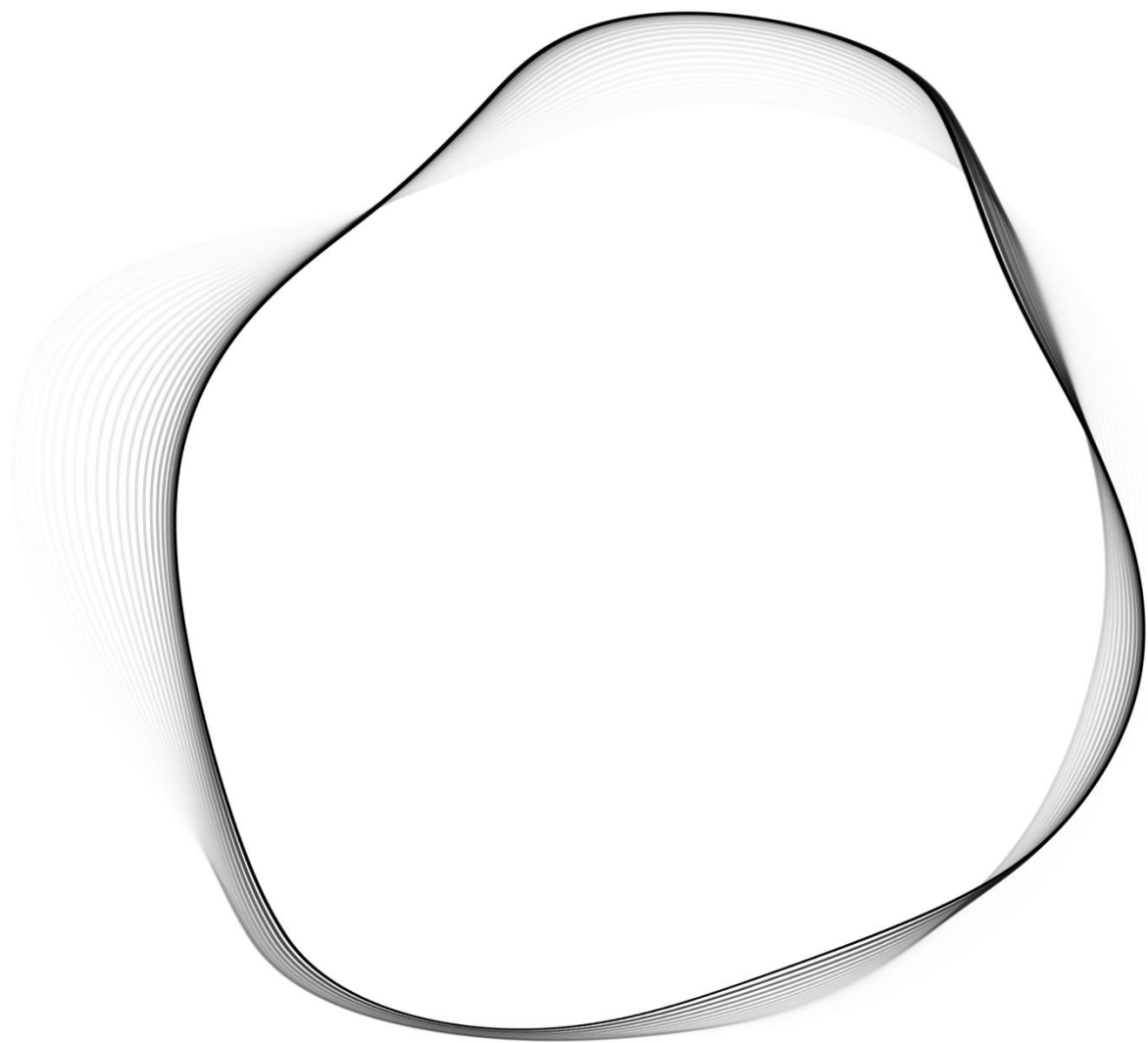




SEMINARIE @ GULLERS

Att nå och engagera utrikes födda grupper



Per.karlstromer@gullers.se

0733– 74 74 60

VAD KAN VI HJÄLPA ER MED?

Insikter

- Rådgivning och statistik
- Föreläsningar och workshops
- Förstudier
- Djupintervjuer och fokusgrupper
- Omvärldsanalys
- Vårt egna nätverk
- Vår personal från målgruppen
- Kvantitativa enkäter via på-stan-intervjuer
- Språkanalys och rekommendation för översättningar



MSB

Har kommunikationen nått fram?

VAD KAN VI HJÄLPA ER MED?

Kommunikation

- Normmedvetenhet, inkludering och representation
- Budskap och tonalitet
- Lätt svenska
- Kvalitetsgranskade översättningar
- Annonsmaterial för alla kanaler
- Information- och försäljningskampanjer
- Utbildningsmaterial



VAD KAN VI HJÄLPA ER MED?

Kanaler

- Digital annonsering
- Närvaro i SoMe via intressen på utvalda språk
- Sverigeproducerad media
- Personliga möten via flerspråkiga informatörer
- Nätverk med ledande personer och vidareförmedlare
- Vuxenutbildningen
- Affischering på samlingsplatser i socioekonomiskt utsatta områden



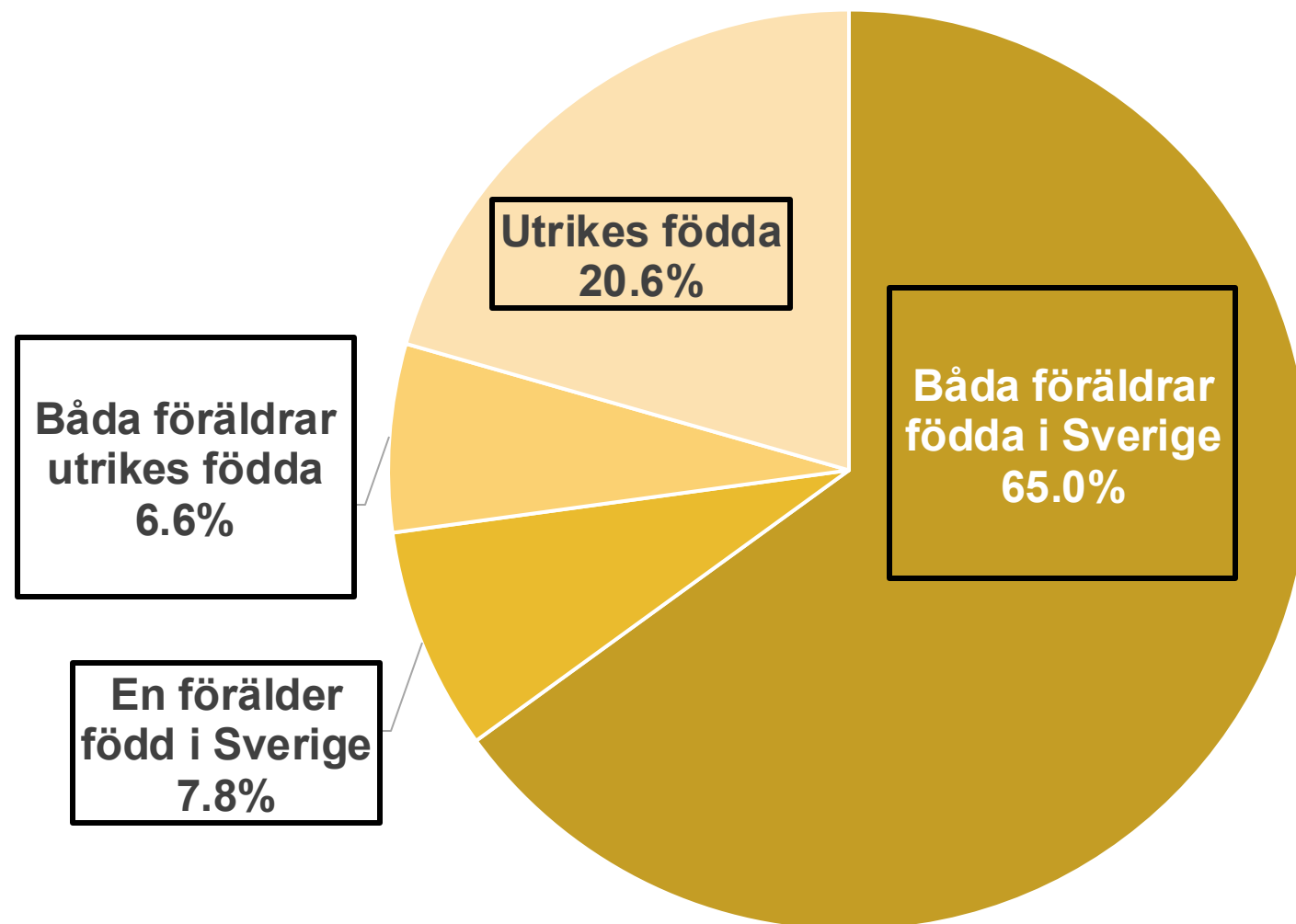
1177

Kampanjer om vaccination mot covid 19

BAKGRUND

Så här ser det ut i Sverige

Alla i Sverige 2023-12-31



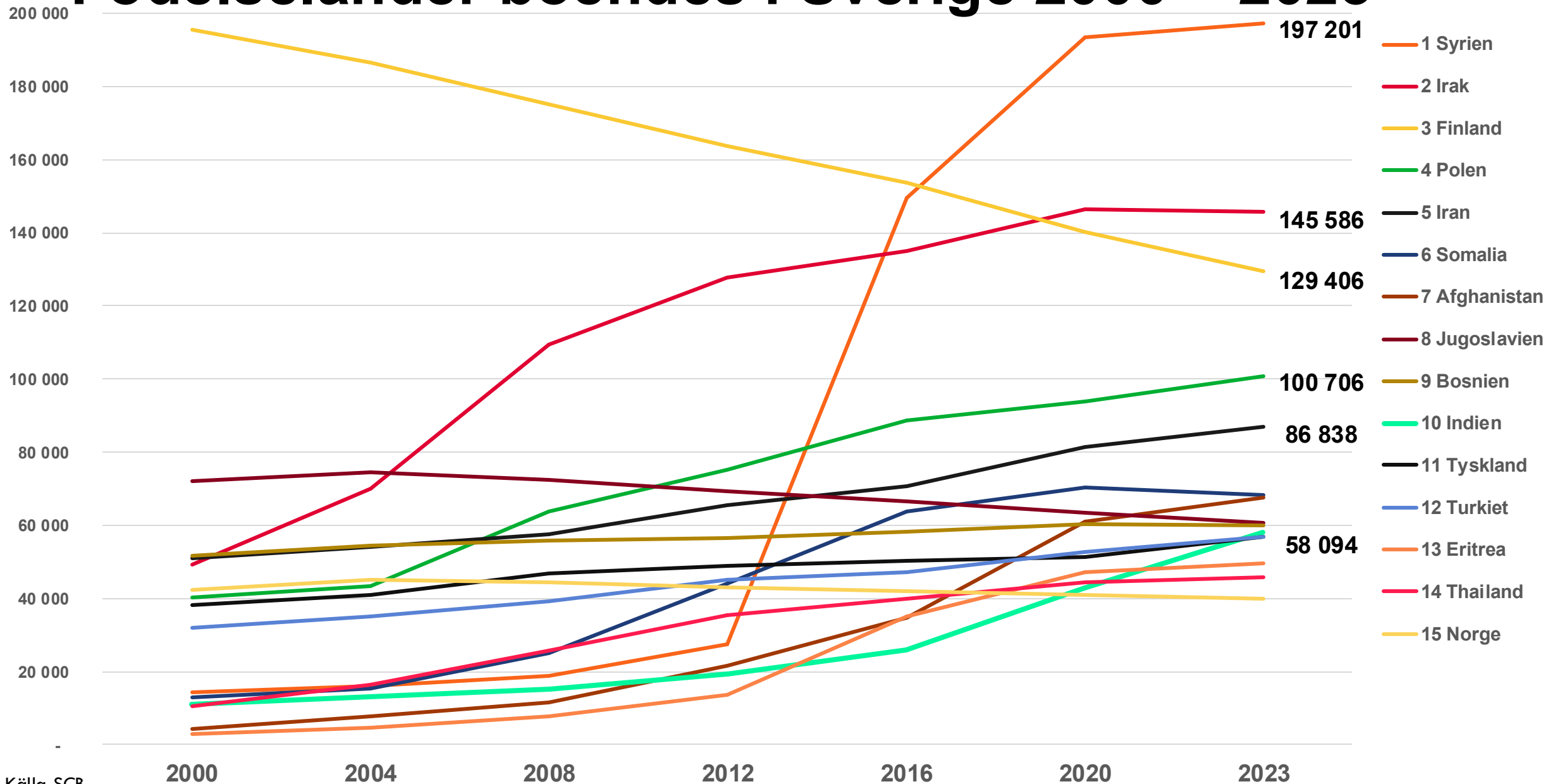
Folkmängd: 10,55 milj.

- Utbildning minst gymnasial nivå: 84,5%

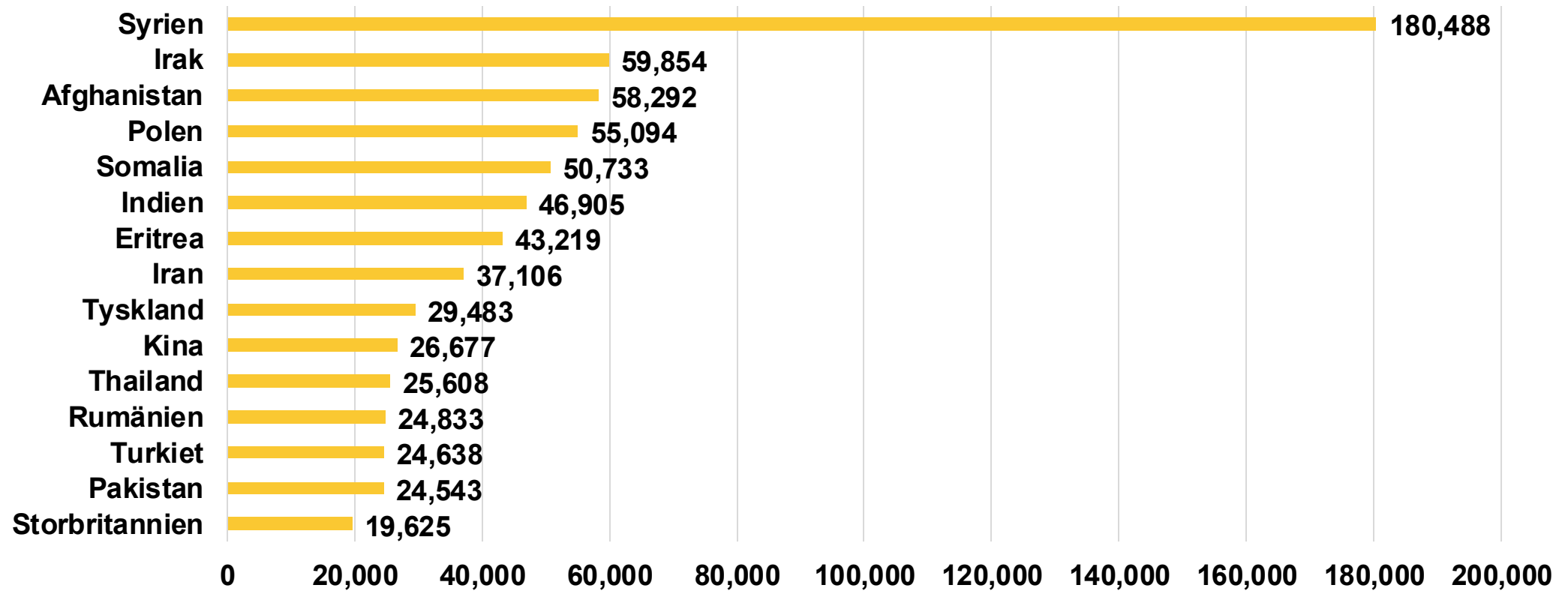
Utrikes födda: 2,17 milj.

- Utbildning minst gymnasial nivå: 72,6%

Födelseländer boendes i Sverige 2000 – 2023

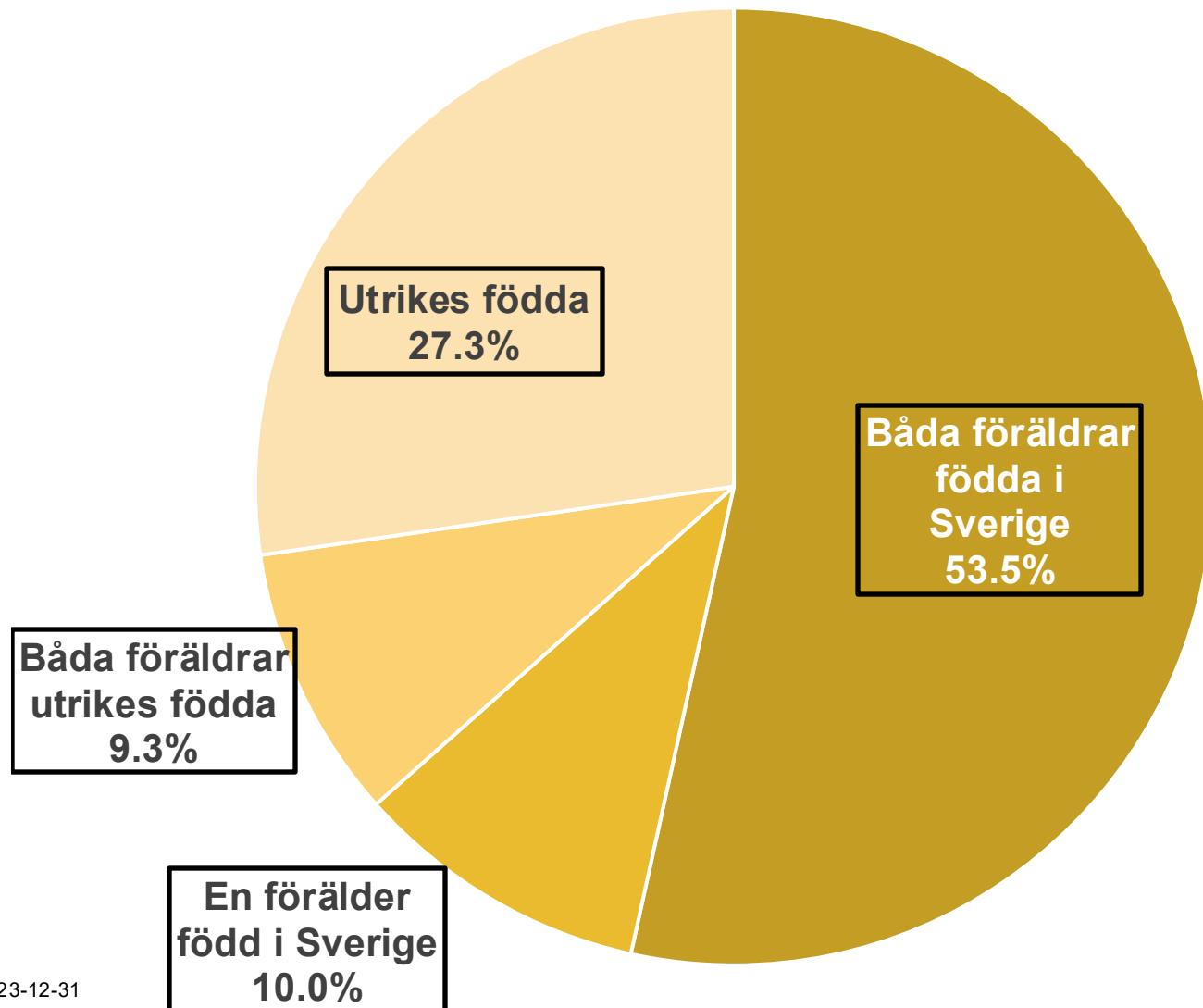


Utrikes födda, boendes 0-15 år i Sverige



Totalt: 1 226 633 personer

Region Stockholm 2023-12-31



Folkmängd: 2,45 milj.

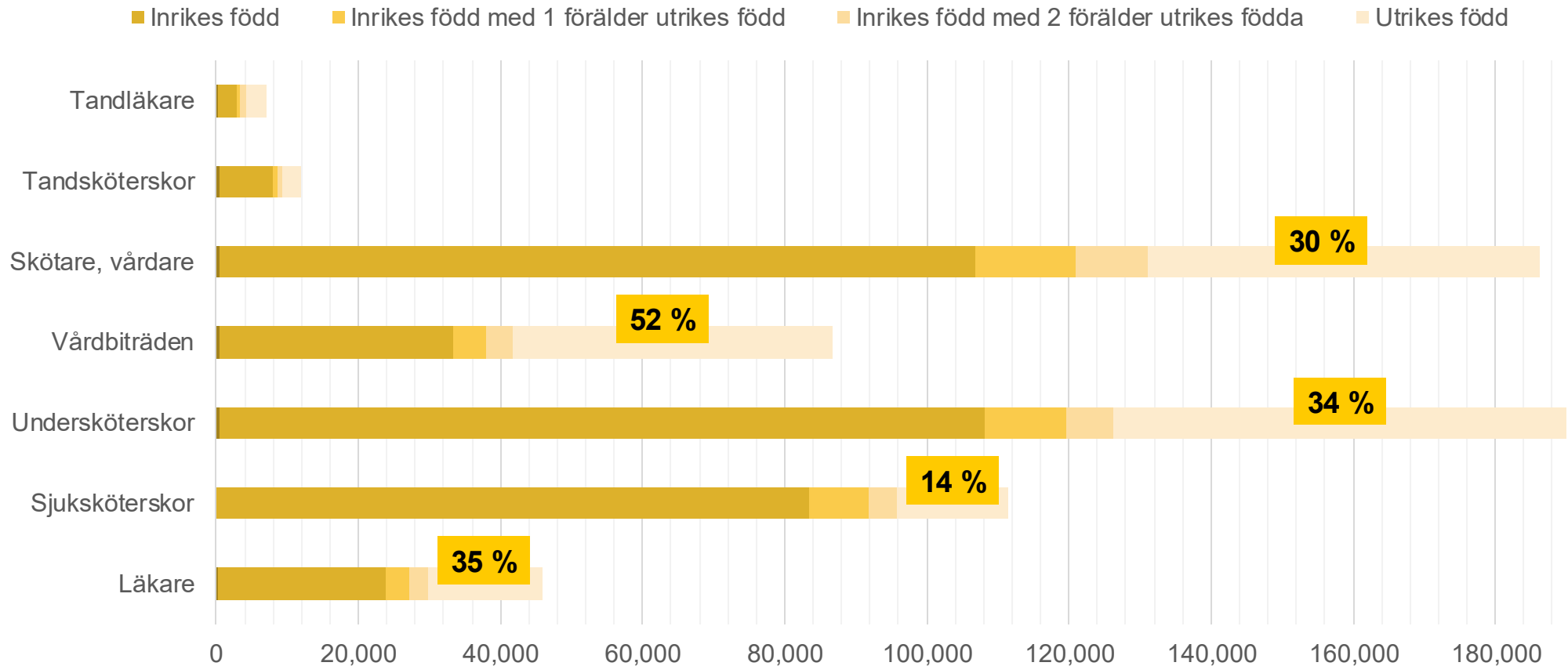
- Utbildning minst gymnasial nivå: 85,4%

Utrikes födda: 0,67 milj.

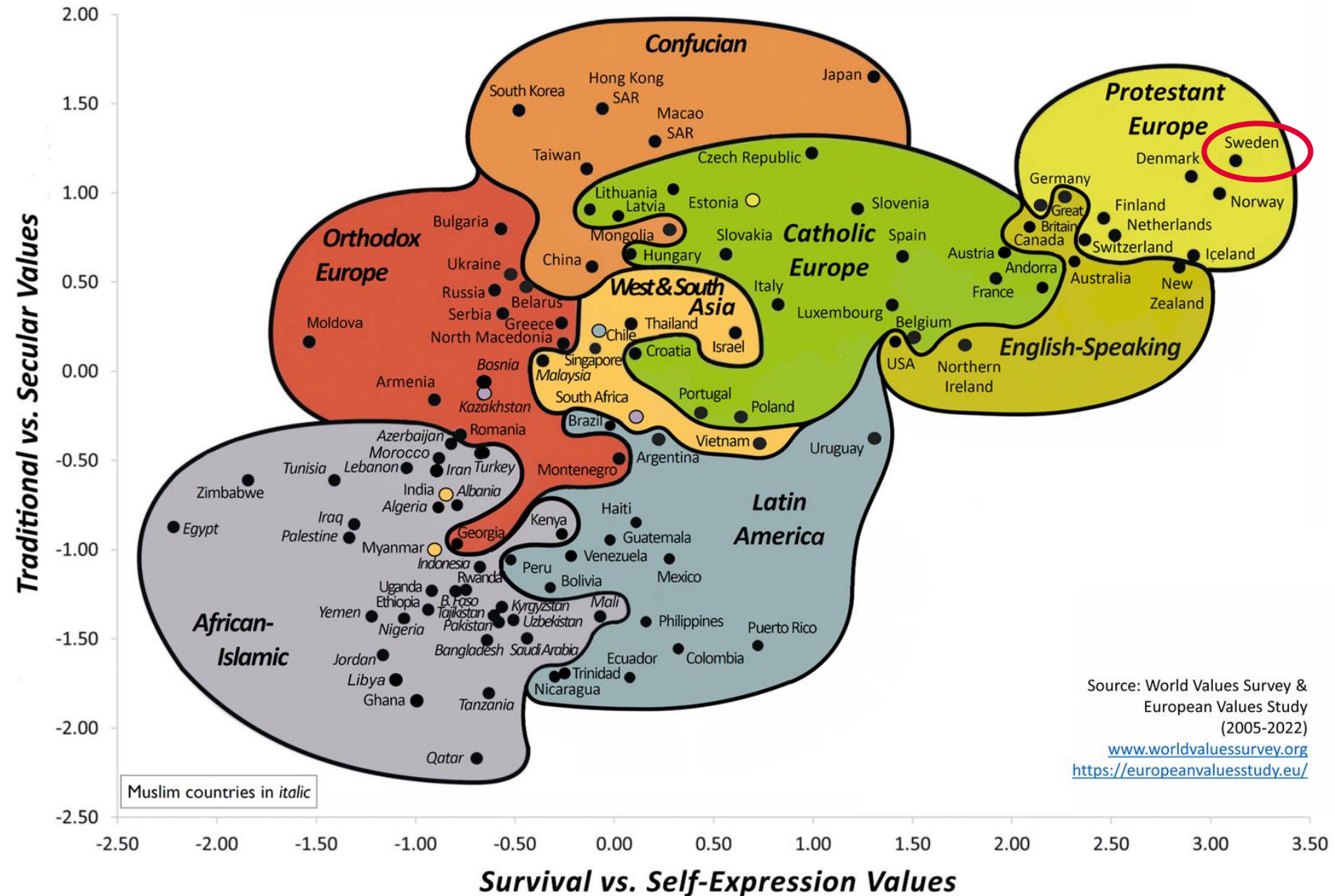
- Utbildning minst gymnasial nivå: 75,5%

VÅRDEN

Ursprung på personal inom vården



The Inglehart-Welzel World Cultural Map 2023



UNDERSÖKNING

Utrikes födda personer som har bott 0–15 år i Sverige Maj 2024



Syfte och målgrupp

Syftet med undersökningen är att få en ökad insikt om utrikes födda personers nuläge i ett fyrtiotal frågor.

Målgruppen är utrikes födda målgrupper som bott i Sverige i max 15 år.

Informationsinsamling april-maj 2024

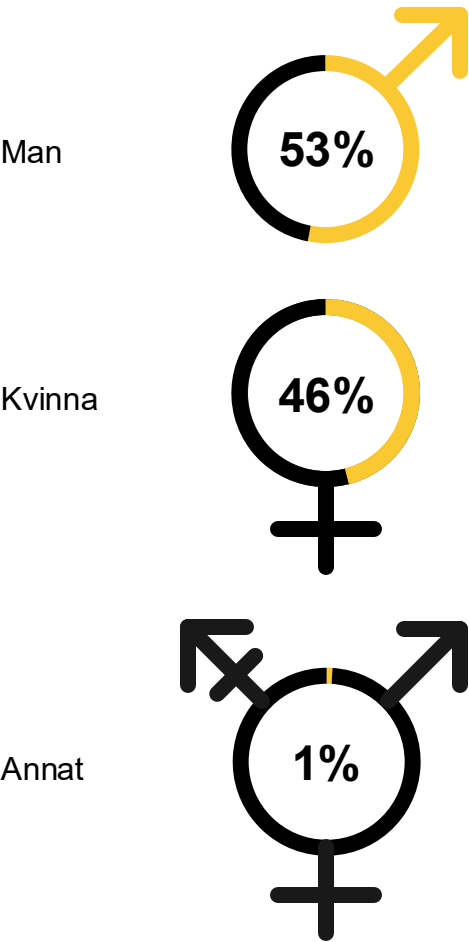
På-stan-intervjuer på 14 språk.

1 012 respondenter i 8 städer.

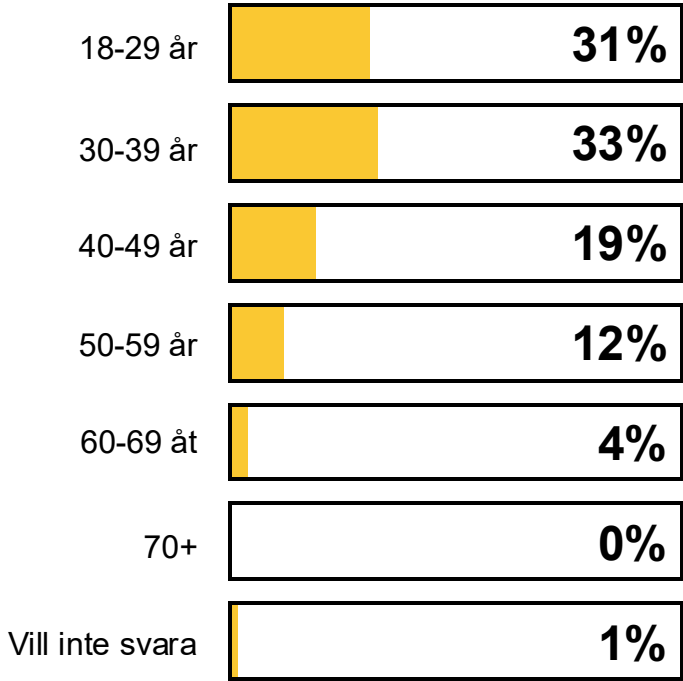
1,2 miljoner människor i Sverige.

Bakgrundsvariabler

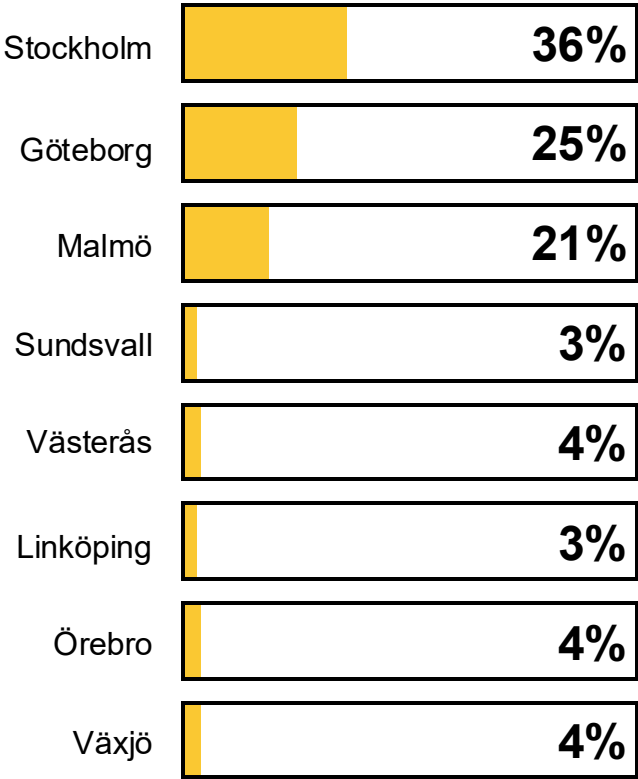
Kön



Ålder

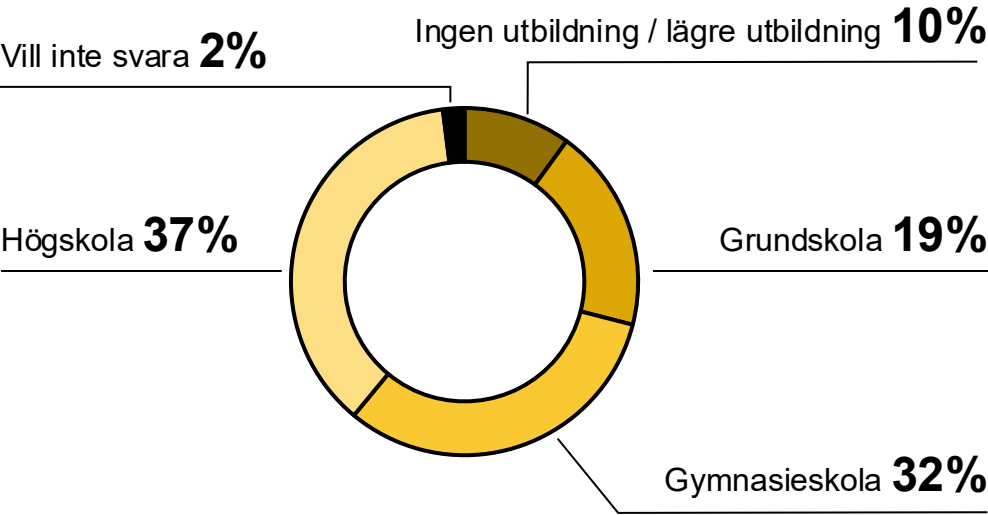


Intervjuorter

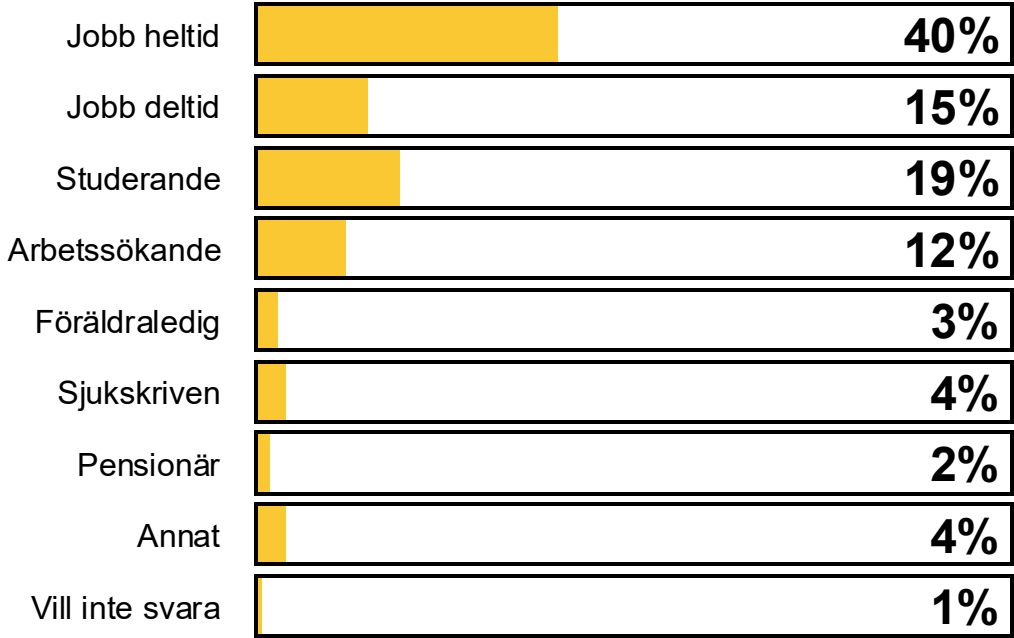


Bakgrundsvariabler

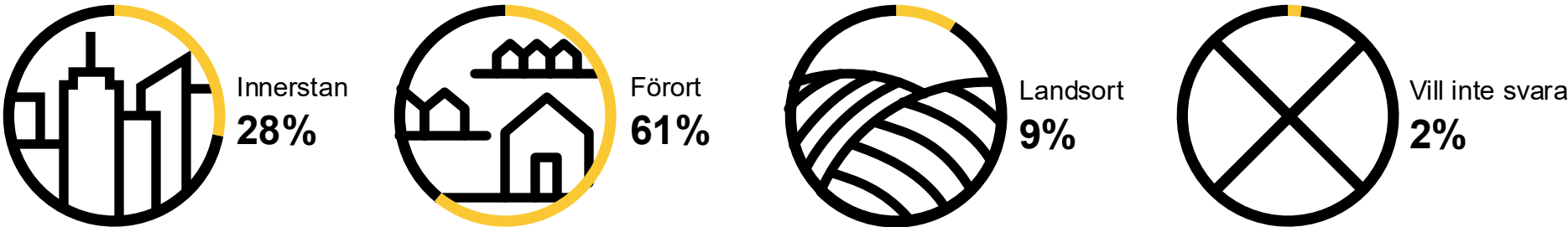
Utbildning



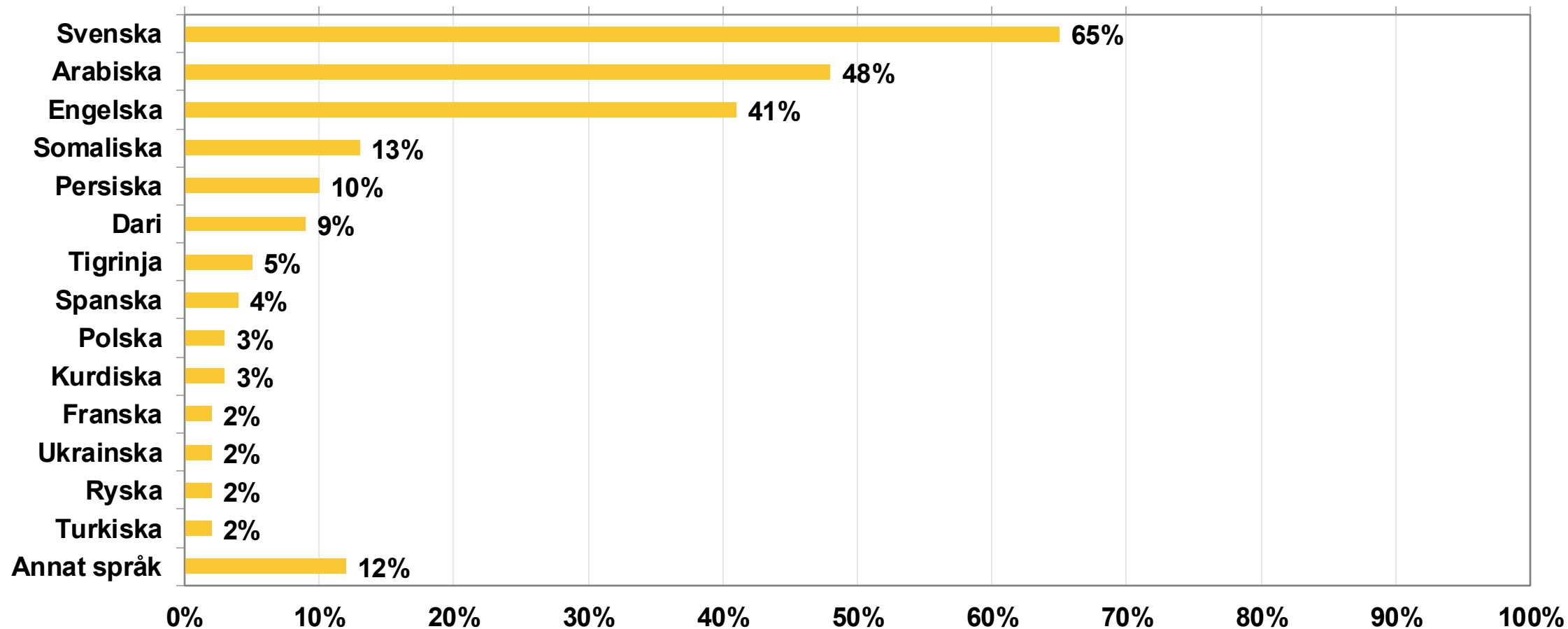
Sysselsättning



Bor du centralt, i förort eller på landsort?

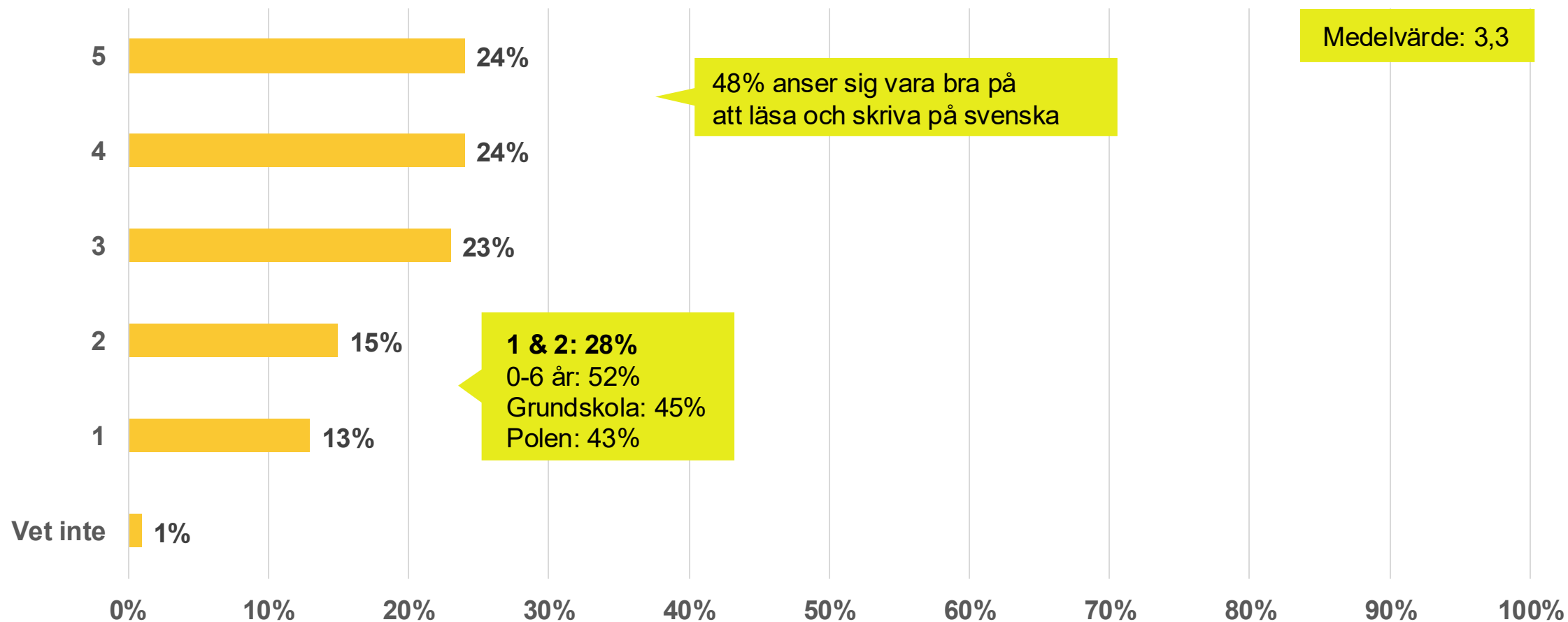


Vilka språk pratar du tillräckligt bra för att hålla en vardaglig konversation? Multipel

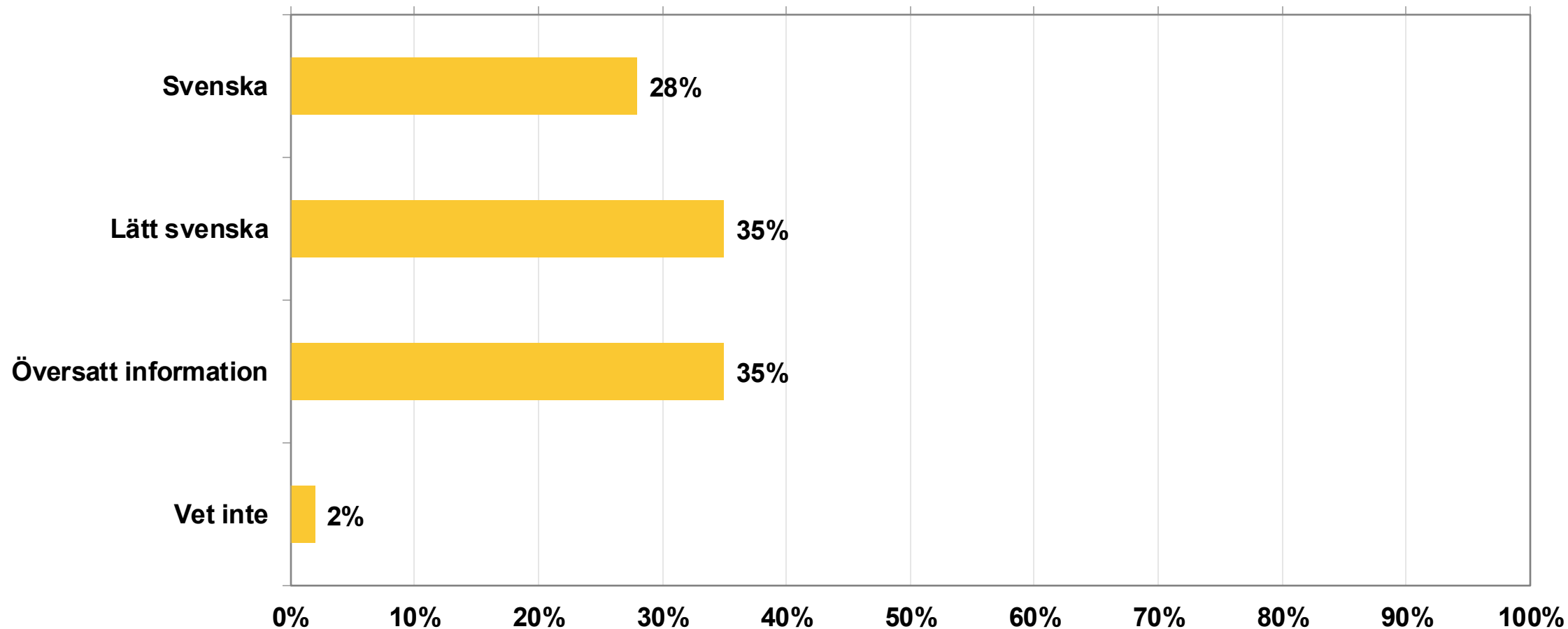


Hur bra kan du läsa och skriva på svenska?

Skala 1-5. 1 inte alls bra och 5 mycket bra

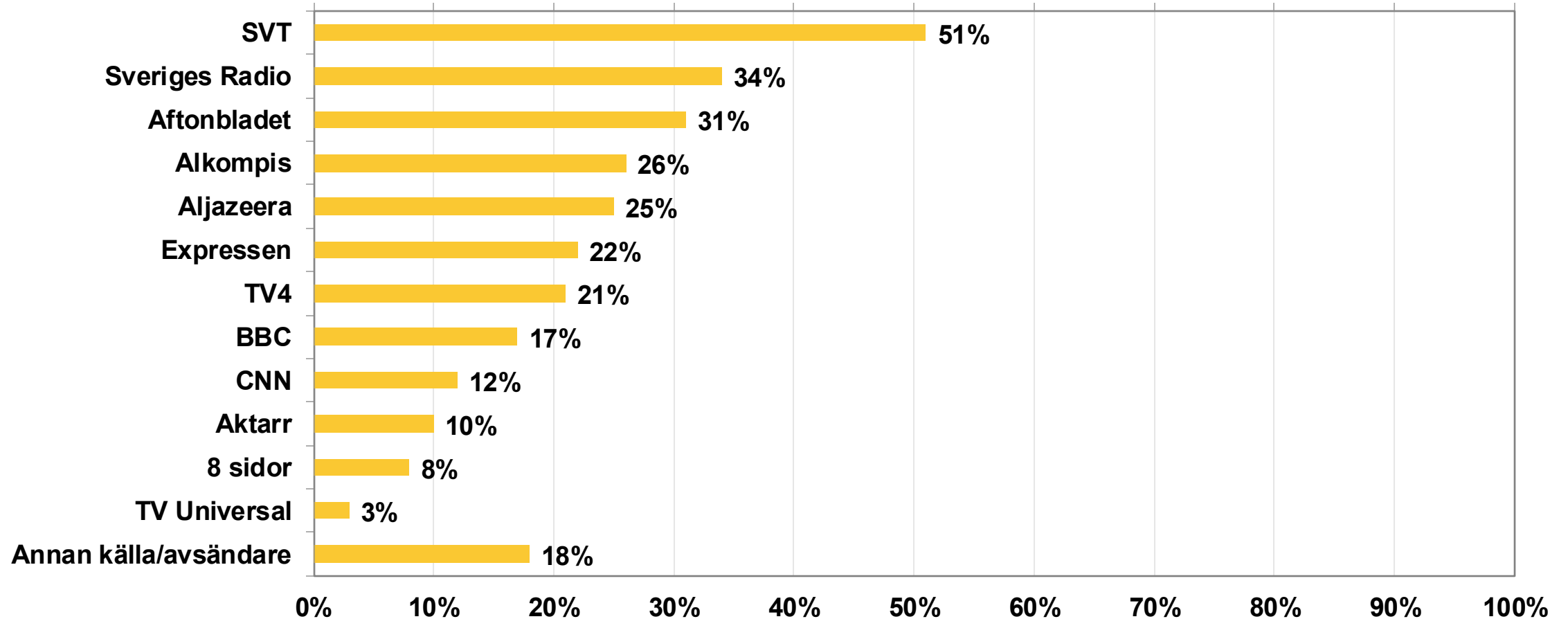


Vad föredrar du? information på: A) svenska, B) lätt svenska eller C) översatt information BAS: grundskola eller kortare utbildning



Varifrån tar du oftast del av nyhetsinformation? (källor/avsändare)

Multipel

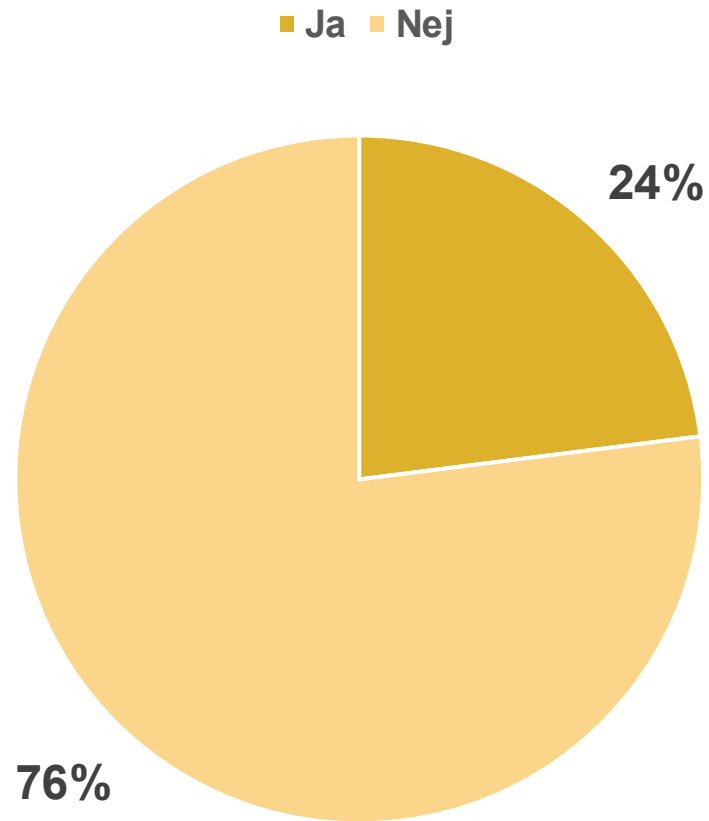


Hur stort förtroende känner du för denna ideella organisation?

Ideell organisation	Medelvärde	Känner ej till
1. Barncancerfonden	4,0	31%
2. Cancerfonden	3,9	34%
3. Rädda barnen	3,9	22%
4. Svenska Röda Korset	3,9	14%
5. Amnesty	3,8	40%
6. Hjärnfonden	3,8	47%
7. Sverige för UNHCR	3,7	27%
8. Naturskyddsföreningen	3,7	40%
9. Islamic Relief	3,7	35%
10. BRIS	3,6	51%
Medelvärde samtliga	3,8	

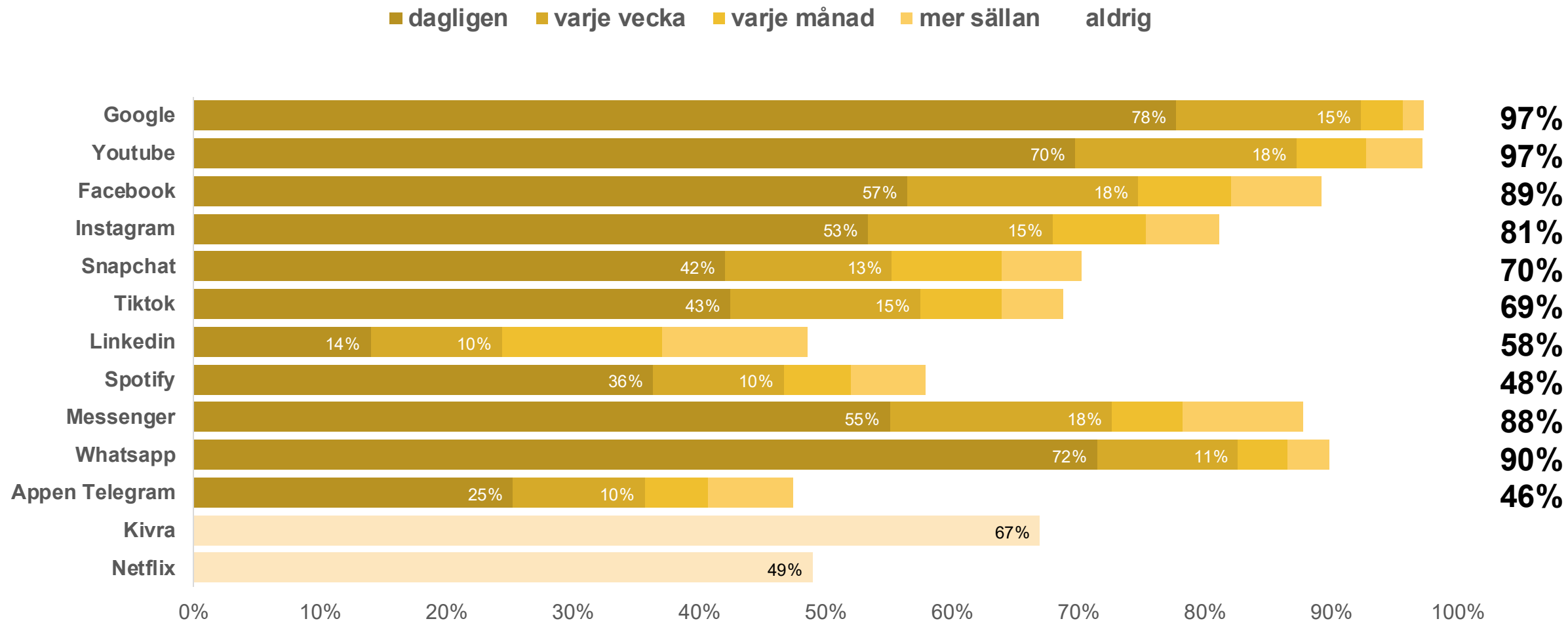
1 mycket lågt - 5 mycket högt förtroende. Eller känner inte till organisationen så mycket att jag kan bedöma den.

Ger du pengar till någon välgörenhetsorganisation?

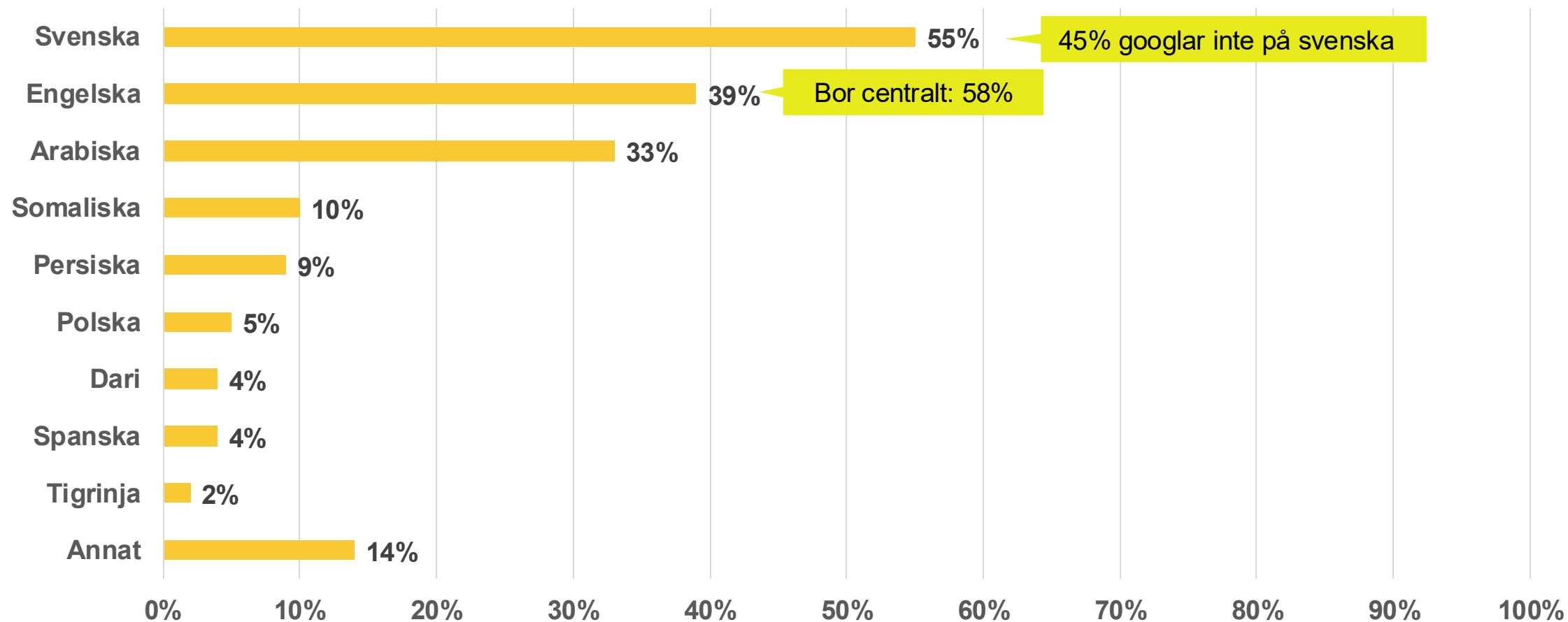


organisation	antal respondenter
Röda korset	32
Islamic Relief	21
Rädda Barnen	19
Unicef	17
Molham	16
Cancerfonden	8
Läkare utan gränser	7
Kyrkan	6
Amnesty	5
Barncancerfonden	5
Till Ukraina	4
Greenpeace	3
Moskén	3

När använder du följande?



Vilka språk googlar du på?



Vad tyckte du var svårast när du kom till Sverige?

Flest respondenter svarar något av följande:

1. Språket
2. Vädret
3. Att hitta ett jobb
4. Att hitta bostad
5. Få uppehållstillstånd

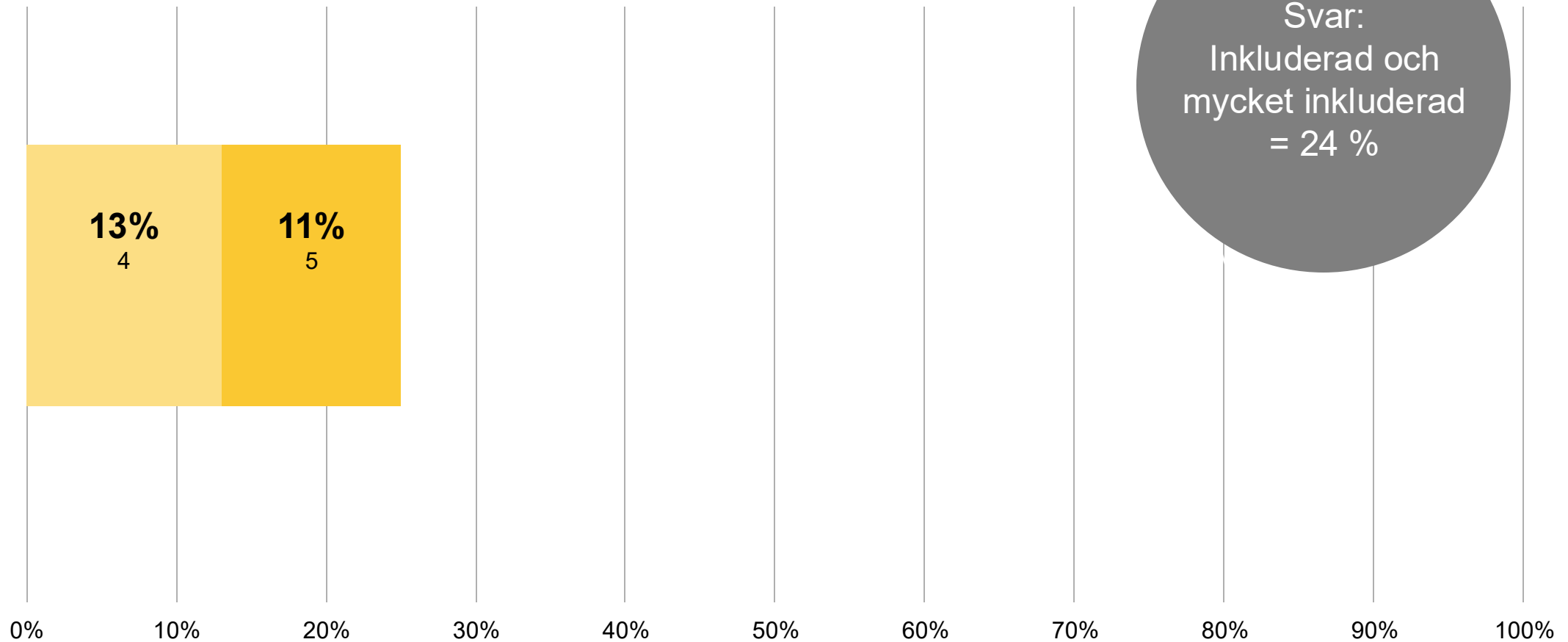




SÅ KAN VI INKLUDERA FLER

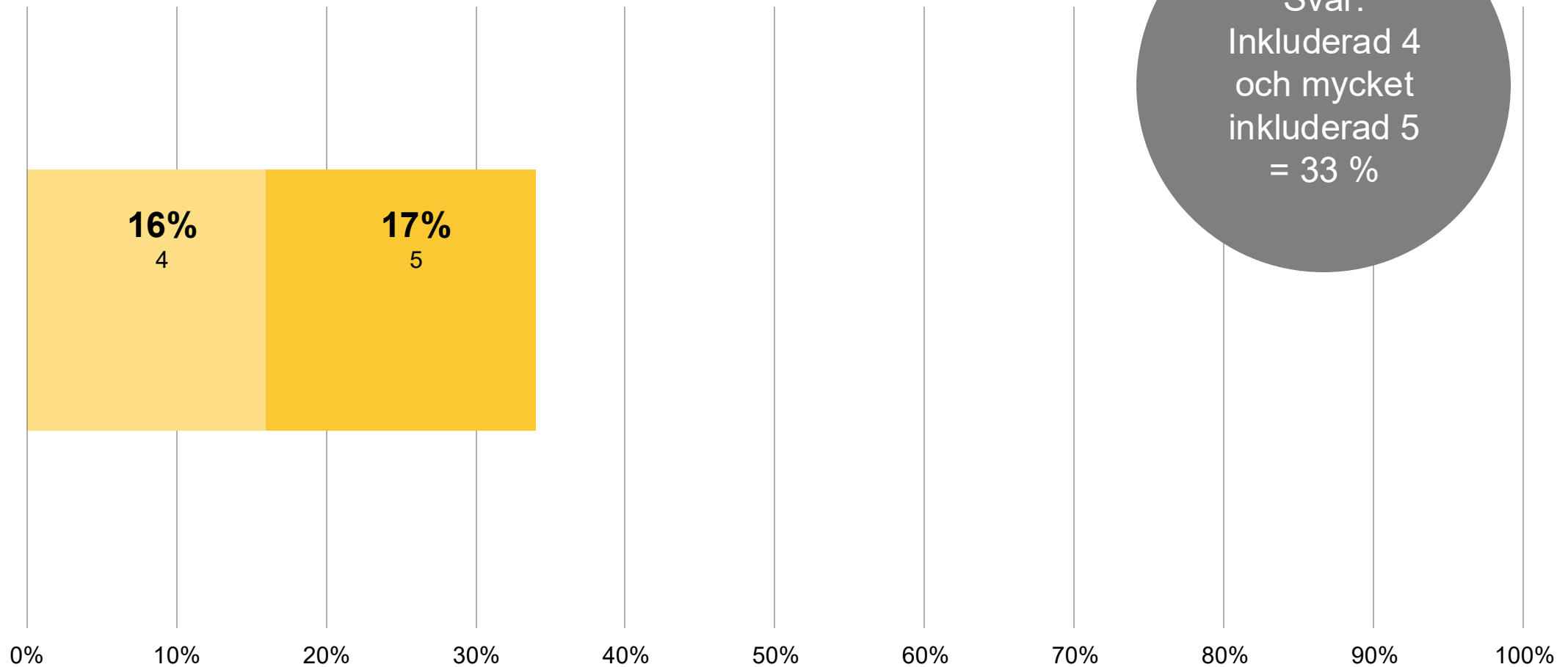
Känner du dig som utrikes född inkluderad i reklam från svenska företag?

1 inte alls inkluderad - 5 mycket inkluderad



Känner du dig som utrikes född inkluderad i information från svenska myndigheter?

1 inte alls inkluderad - 5 mycket inkluderad





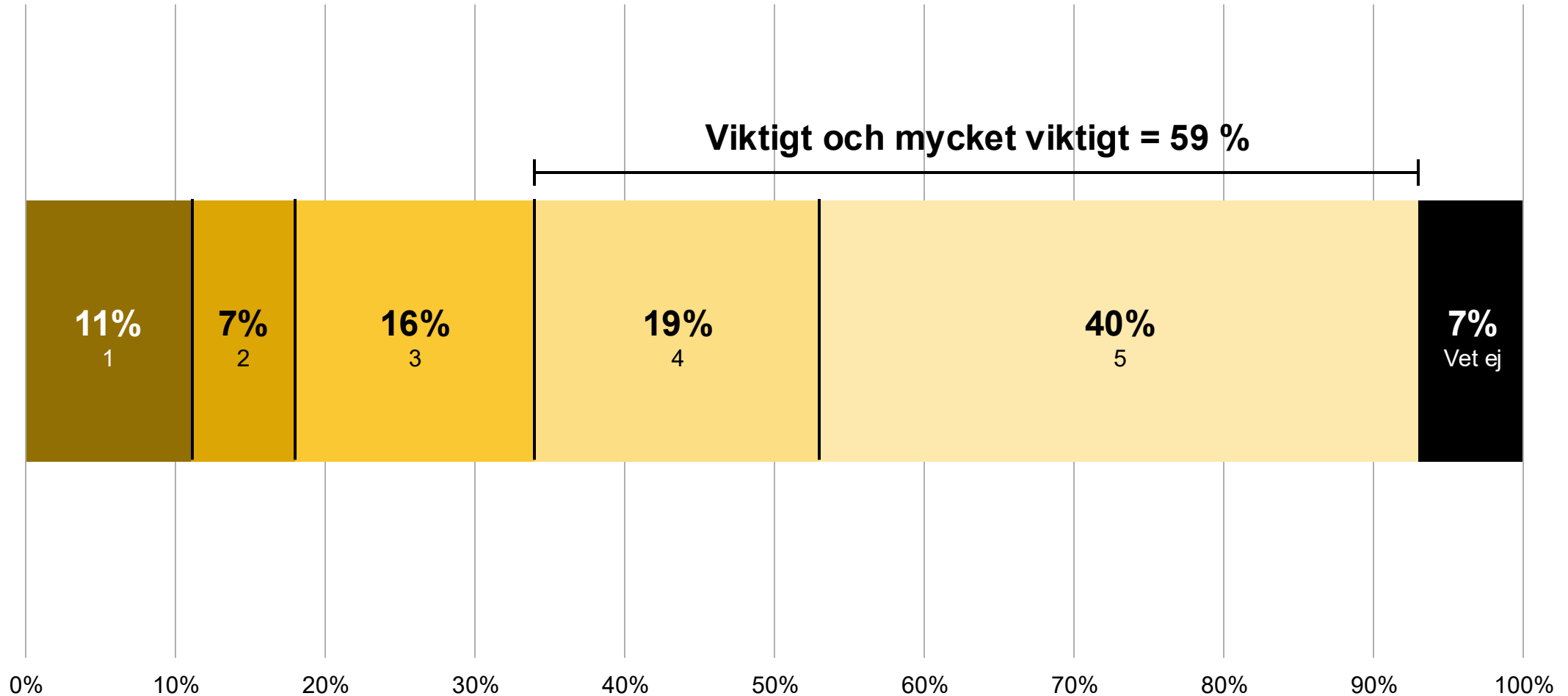
Röster från utrikes födda om inkludering i reklam och information

Exempel när utrikes födda inte känner sig inkluderade:

- när det refereras till saker man inte känner till, användning av ordspråk, humor eller metaforer man inte kan.
- om det finns ett "vi" och "dem" och man inte känner igen sig i "vi",
- om inkludering och representation känns tvingat eller oäkta
- när det är fel i översättningar
- när avsändaren/kommunikationen utgår från att man antingen har bott länge eller har tänkt bo i Sverige hela sitt liv

Hur viktigt är religion i din vardag?

1 inte alls viktigt - 5 mycket viktigt **Medelvärde 3,8**





SJU LÄRDOMAR

Fler får synas,
men vem får se?

1



Spetsig kommunikation
kräver förkunskaper

2



Svårt språk och referenser
som utrikes födda inte är
bekanta med

3



Målgruppen utrikes födda
är flera målgrupper

4



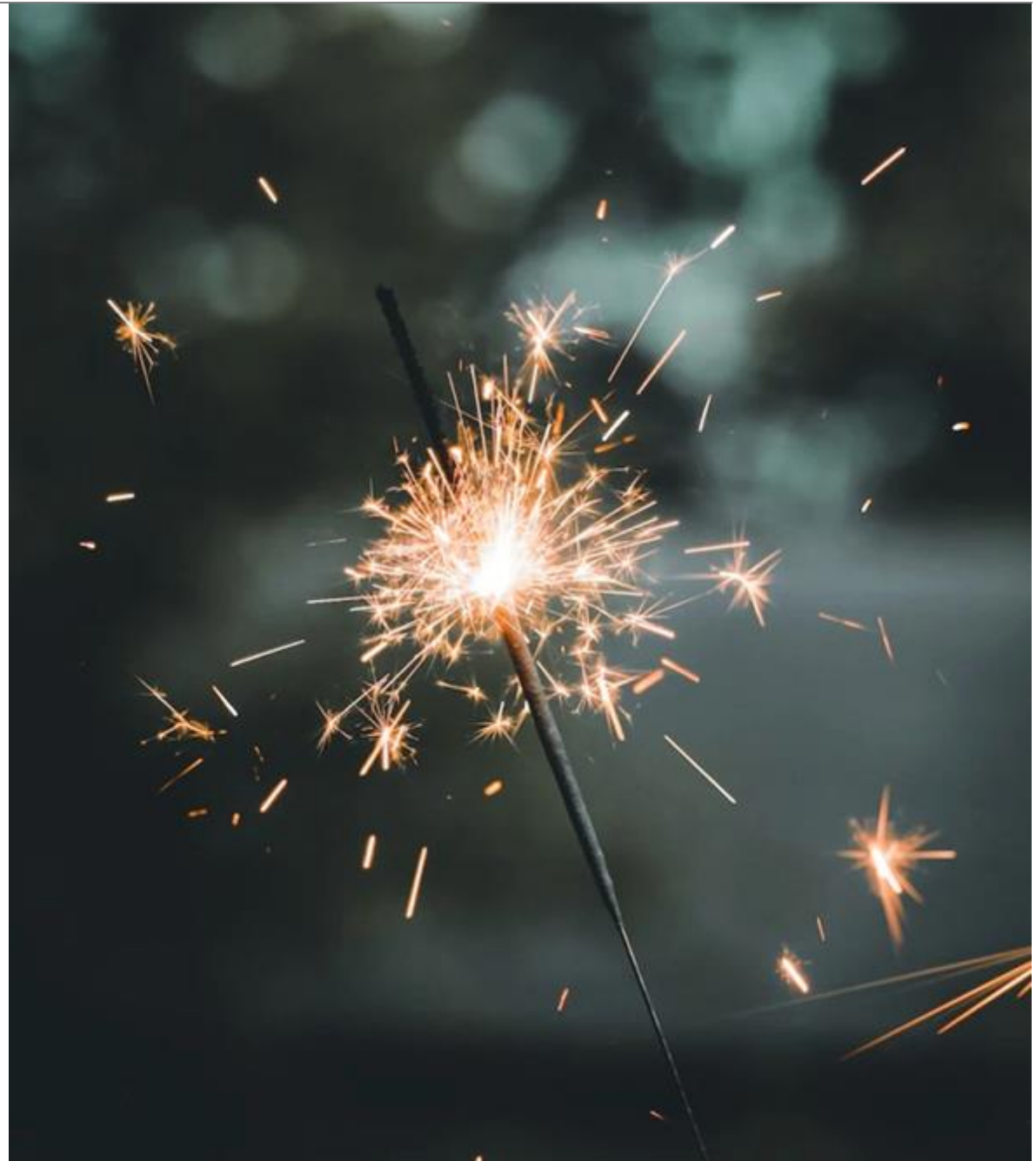
Den muntliga
kommunikationen
glöms bort

5



Att tända
tomtebloss

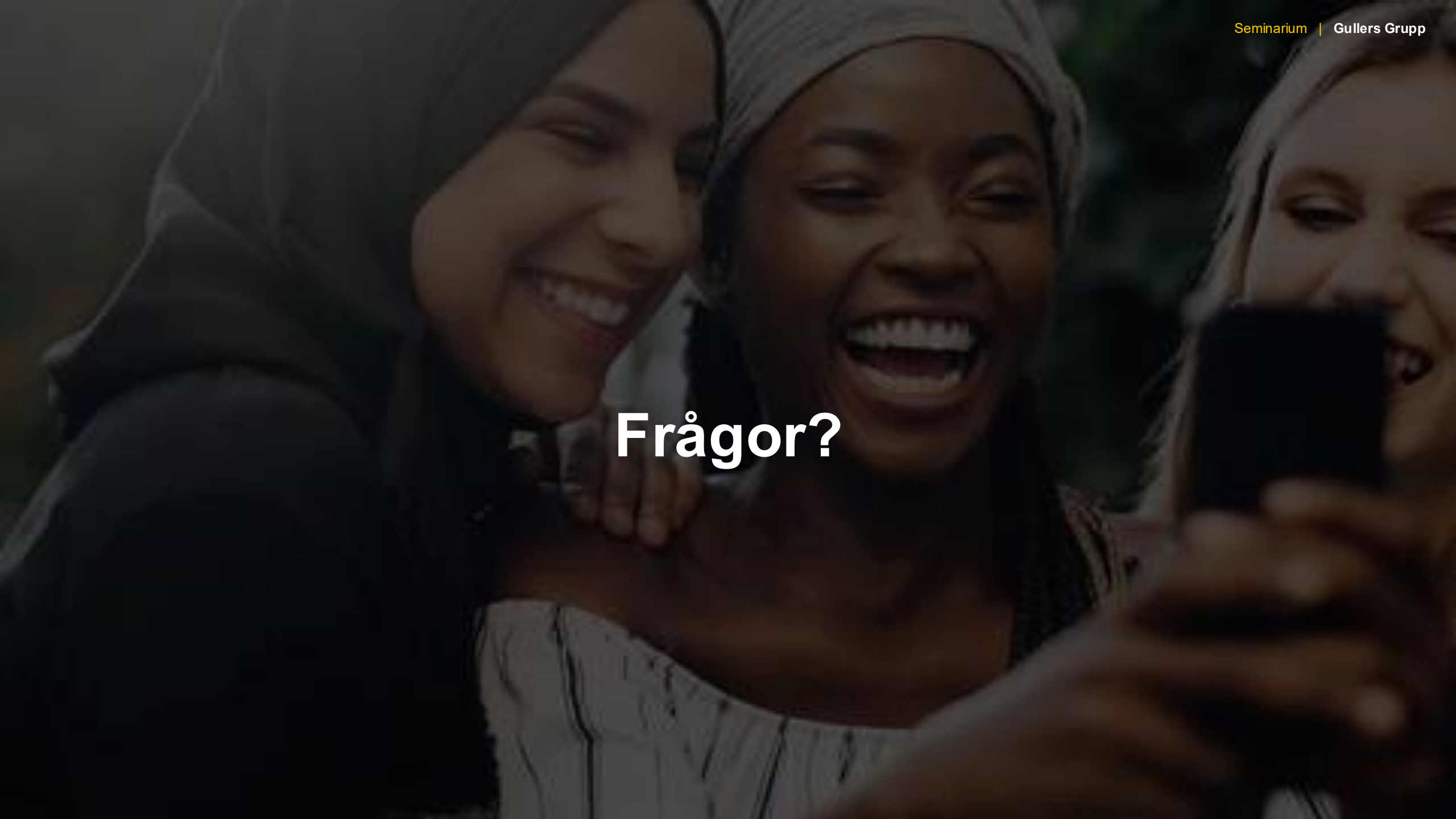
6



Översättningar – för vem?

7



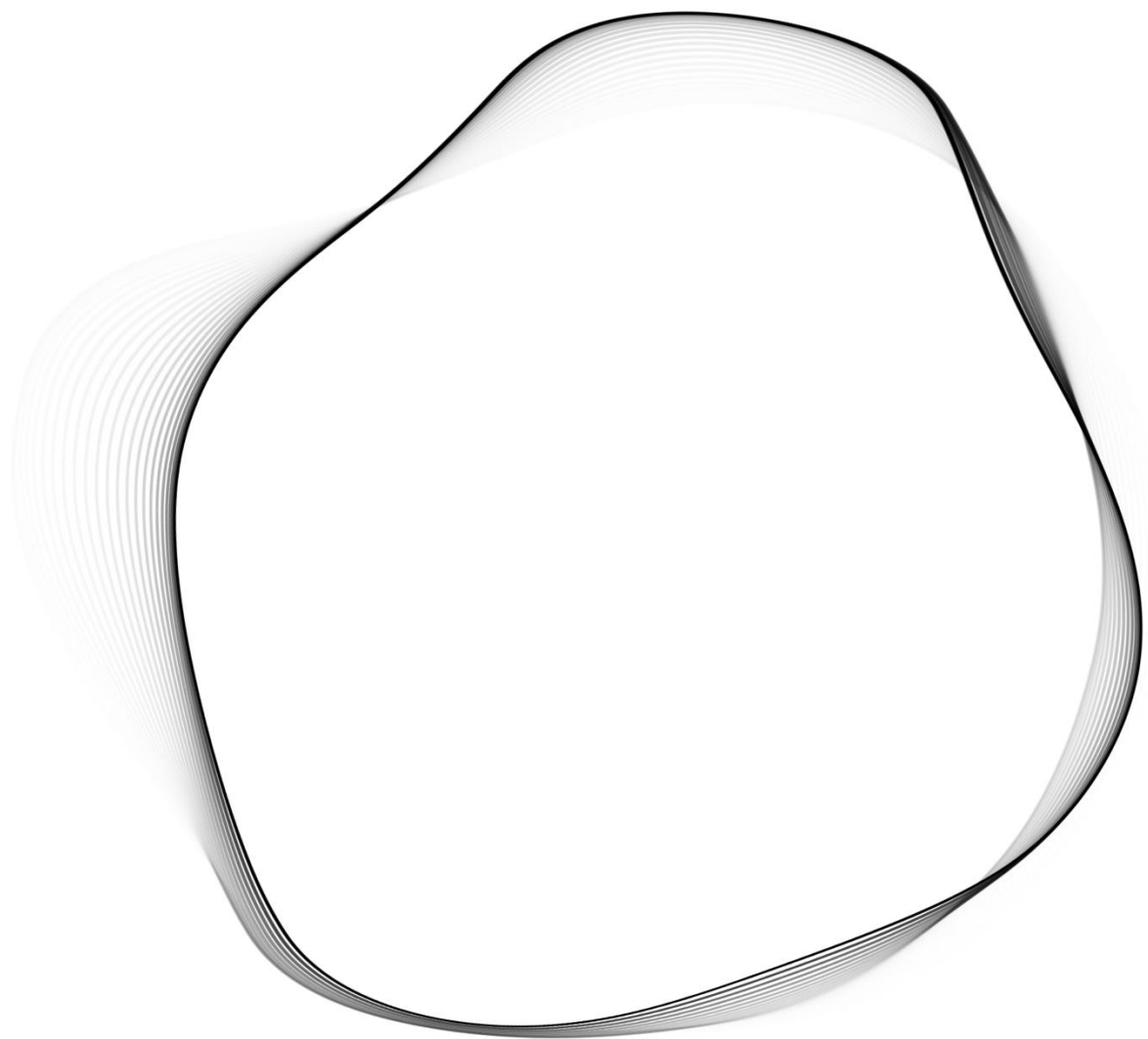
A close-up photograph of three young women of diverse backgrounds laughing joyfully. The woman in the center is holding a smartphone, and they appear to be taking a selfie. The image is dimmed to serve as a background for the text.

Frågor?

Tips

- 1 Identifiera din målgrupp.
- 2 Lär känna din målgrupps nuläge, önskemål och behov.
- 3 Kommunicera i relevanta kanaler.
- 4 Kvalitetssäkrade översättningar eller lätt svenska?!
- 5 All kommunikation sker på mottagarens villkor!





TACK!

Per.karlstromer@gullers.se

0733– 74 74 60