



Kraft att förändra!

När livet plötsligt förändras. Och frågorna hopar sig lika snabbt. Varför drabbar det mig? Vad kunde jag ha gjort annorlunda? Vad händer nu och hur blir det sedan?

När behovet av ny kunskap blir väldigt påtagligt. Kunskap som gör att du får förutsättningar att bli delaktig i din egen vård. Kunskap som ger trygghet. Att veta vad som behöver göras, när och hur, för att kunna påverka din situation till det bättre.

När viljan att ta del av andras erfarenheter ökar. Erfarenheter från personer som själva varit med om något liknande. Som kan berätta och föra samtal. Som kan lyssna och visa förståelse.

När sättet att leva behöver ändras. När inarbetade vanor och ovanor inte kan ske som tidigare, när du inte kan fortsätta att göra precis som förut. Förändringar som blir så mycket lättare med kunskap och stöd, inspiration och motivation. För att genomföra själv eller tillsammans med andra, utifrån dina villkor och förutsättningar.

När behovet av sammanhang växer. För gemenskapens skull. Eller för att du tillsammans med många andra ska kunna vara med och förbättra svensk hälso- och sjukvård. Med utbildningar för vårdpersonal, med påverkansarbete gentemot vårdens beslutsfattare och genom forskning som gör skillnad för livet och vardagen när sjukdomen är ett faktum. Här och nu.

Oavsett vad som driver just dig; Tillsammans har vi kunskap, kraft och engagemang att ge dig som lever med hjärt-, kärl eller lungsjukdom ett längre och friskare liv. *Det handlar om dig!*



Riksförbundet
HjärtLung

hjart-lung.se

VARUMÄRKET = ALLT VI ÄR, GÖR OCH SÄGER

Bilden av Riksförbundet Hjärtlung bygs inte bara av hur vi *kommunicerar*. Den bygs lika mycket av hur vi *agerar* och vad vi *levererar*. Därför behöver vi utgå från samma grund vad gäller organisation, verksamhet och kommunikation. Allt för att bilden av oss ska vara så tydlig som möjligt. Den-na grund beskrivs i en varumärkesplattform som togs fram under 2022 och fastställdes av förbundsstyrelsen i december samma år. Det viktigaste ur plattformen finns samlat här och i sin helhet på hjart-lung.se.

Idén med varumärkesplattformen är att göra det enklare både för oss, våra medlemmar, patienter, närstående, anställda inom vården, journalister med flera att dela den rätta känslan av Riksförbundet Hjärtlung. Till vår hjälp har vi ett tydligt syfte, ett särskiljande och motiverande varu-märkeslöfte, en ledstjärna i form av en vision, målgrupps-beskrivningar och budskap samt vägledande principer som beskriver hur vi ska agera för att nå våra mål. Allt samman-fattat i en devis som uttrycks med rätt ton och attityd.

VÅRA MÅLGRUPPER

När vi utgår från människors olika förutsättningar att ta till sig budskap får vi lättare att dela med oss av vår samlade kunskap och förmedla Riksförbundet Hjärtlungs idé och syfte. Det är ett förhållningssätt som gör att vi kan kommunicera på rätt villkor för alla våra mottagare.

Eldsjälar

De som vill engagera sig och ge tillbaka, som både vill dela med sig av egen och få ny kunskap och erfarenhet. De är vana att hjälpa till och blir belönade av att se andra växa. De vill vara med och påverka och tror på att man kan.

Det kan vara människor som startar och driver lokalföreningar, som håller igång aktiviteter, som blir hälsocoach eller egenärdsombud men även vårdpersonal som sjuksköterskor och fysioterapeuter som genom sitt engagemang kan inspirera andra att göra livsstilsföränd-ringar. De ger andra motivation att ta makit över sin egen situation. Dessa eldsjälar ser förstås värdet av en aktör som sprider kunskap och driver frågor som är viktiga för folkhälsan.

Det viktigaste gentemot den här gruppen är att förmedla att deras insats och engagemang är värdefullt, att de gör stor nytta för många.

Träffas och dela erfarenheter

De som själva drabbats, eller deras närstående, som söker likasinnade att dela erfarenheter med kring sin diagnos. Fokus ligger inte så mycket på de senaste forskningsrönen, men att få stöd av andra som förstår, som har kunskap och erfarenhet, är värdefullt.

De är inte nödvändigtvis intresserade av att engagera sig genom att sitta i styrelser eller organisera aktiviteter, men den sociala biten är viktig. De deltar gärna, ställer upp och de talar väl om organisatio-nens verksamhet. Det finns ett engagemang både för den egna och för andras hälsa.

Det viktigaste gentemot den här gruppen är att berätta vad en patientförening är och gör. Och vad vi kan erbjuda för att våra medlemmar ska få ett längre och rikare liv.

Vill förstå sin diagnos

De som drabbats/fått en diagnos och vill få så mycket kunskap som möjligt för att själva kunna ta makit över sin situation. Det kan även vara närstående som vill vara ett bra stöd. De vill påverka det de kan, både vad gäller att ändra sin livsstil och att vara delaktiga i sin vård och behandling.

Kunskap är den största anledningen till ett medlemskap medan den sociala biten är sekundär eller kanske helt oviktig. De vill inte gå med i en lokalförening för att gå på möten eller delta i aktiviteter. De upplever inte att det har något gemensamt förutom just sin diagnos. Däremot stöttar de gärna organisationen och tar del av den kunskap och de erfarenheter som finns.

Det viktigaste gentemot den här gruppen är att berätta om all den kunskap som finns i organisationen tack vare våra medlemmars erfarenhet, vårt samarbete med hälso- och sjukvården och den patientvalda forskningen.

Söker umgänge och trivsel

De som blir medlemmar främst för umgänget och den sociala triv-selns skull. De skulle i princip kunna vara med i vilken förening som helst där de upplever att de får träffas och umgås med likasinnade.

Men som medlem i Riksförbundet Hjärtlung får de möjlighet att prata om sin diagnos och dela erfarenheter med andra som förstår. De får dessutom möjlighet att delta i aktiviteter som är anpassade efter deras förmågor och hälsotillstånd, så att träningen verkligen blir av.

Det viktigaste gentemot den här gruppen är att förmedla syftet med vår verksamhet, att vi finns till för att ge kunskap och stöd till livs-stilsförändringar.

Klarar sig helle själva

De som anser att deras sjukdom och diagnos är deras ensak, det är inte något de har behov av, eller vill, dela med andra. De söker kun-skap och information på eget håll och litar mer på sig själva. Att vara del av en organisation eller förening är ingenting för den här gruppen, de är lite generellt skeptiska.

Vissa känner sig besvikna på vården, de har kanske inte fått det bemötande de hade behövt eller förtjänat och kanske inte heller i tid. Vissa har både kunskap och motivation att ta saken i egna händer, medan andra förtärnger och sopar problemet under mattan.

Det viktigaste gentemot den här gruppen är att berätta om all den kunskap som finns i organisationen tack vare våra medlemmars erfarenhet, vårt samarbete med hälso- och sjukvården och den patientvalda forskningen. Att de kan vara med och påverka.

VÅR DEVIS

Devisen sammanfattar vårt löfte och erbjudande på ett sätt som speg-lar känslan och gör att både avsändare och mottagare blir påmind a vad Riksförbundet Hjärtlung är, gör och står för. Devisen är beskrivande, speglar verksamheten och kopplar tydligt till både vision och löfte. Den är enkel att komma ihåg och leder associationerna rätt.

Kraft att förändrai

VÅR TON OCH ATTITYD

I kommunikationen ska vi hålla oss till en och samma ton och attityd. Det hjälper oss att påverka våra mottagare att ta beslut i rätt riktning. Vår ton och attityd hämtar inspiration och kraft från löftet, visionen och syftet.

Vår ton och attityd ska bygga och stärka vår personlighet och vårt varumärkes känsla. Den rätta känslan. Riksförbundet Hjärtlungs varumärkesbyggande kommunikation ska präglas av trovärdighet, kraft och hopp.

IDÉTEXT

På nästa uppslag finns ett exempel på hur vår idé och vårt löfte kan förklaras och uttryckas.

Sitt gärna upp affischen där dina medarbetare och medlemmar ser den.

VÅRT UPPDRAG

Vårt uppdrag som definierar varför vi finns till och vad vi ska erbjuda finns beskrivet i vår ändamålsparagraf.

Vi arbetar för personer med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom och deras intressen, genom opinionsbildning, livsstils-förändringar och gemenskap.

VÅRT SYFTE

Vår uppgift i ett större sammanhang.

Skälet till att vi finns till och nyttan det för med sig.

Vårt huvudsakliga syfte som patient-organisation, är att ge kunskap och stöd till livsstilsförändring.

VÅRT LÖFTE

Vårt löfte är det som beskriver oss på kortast möjliga sätt – beskrivande,

särskiljande och motiverande.

Tillsammans har vi kunskap, kraft och engagemang att ge dig som lever med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom ett längre och rikare liv.

VÅR VISION OCH LEDSTJÄRNA

Visionen är en formulering som ska skapa sammanhang, mening och en-

gagemang, såväl internt som externt. Visionen ska fungera som en långsiktig målbild och ledstjärna. Den ska vara ambitiös, eftersträvsvärd och be-skriva vår roll i en framtida omvärld.

Människor med hjärt-, kärl- och lung-sjukdom har ett bra liv.

Vår vision är att människor som drab-mans med våra experter, kontakter i vården och forskningsresultat – har och utvecklar vi ständigt kunskapen om våra diagnoser. Vi sprider den kun-skap patienten behöver för att kunna påverka sin egen framtid.

Erfarenhet

Vi vet hur det känns att drabbas. Vi delar med oss av varandras erfarenhet-er, tankar och känslor för att ge råd och stöd. Tillsammans agerar vi represen-tanter för patientens verklighet, bidrar till patientvald forskning och till för-bättringar i vården.

Handlingskraft

Med samlad kunskap och gemensam-ma erfarenheter jobbar vi aktivt för att påverka och förändra till förmån för våra frågor och medlemmar, i det stora och det lilla. Allt för att ge stöd till de

Allt vi gör genomsvras av en omtanke om våra medlemmar och en vilja att förbättra situationen för alla de som drabbas av hjärt-, kärl- eller lungsjuk-dom. Vi vägleds av kunskap, erfaren-het och handlingskraft.

Kunskap

Tack vare alla medlemmar – tillsam-mans med våra experter, kontakter i vården och forskningsresultat – har och utvecklar vi ständigt kunskapen om våra diagnoser. Vi sprider den kun-skap patienten behöver för att kunna påverka sin egen framtid.

VÅRA STÖDJANDE BUDSKAP OCH ARGUMENT

- Du får kunskap om din diagnos.
- Du får ta del av andras erfarenheter.
- Du får stöd att förändra ditt sätt att leva.

- Du får råd för din kontakt med vården.
- Du blir en del av ett värdefullt sammanhang.

- Du blir en del av något större; en landsomfattande patientorganisation som representerar alla med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom gentemot vårdens beslutsfattare, och som bidrar till livsviktig forskning.

livsstilsförändringar som ger ett längre och rikare liv, här och nu.

VÅRT HUVUDBUDSKAP

Det viktigaste vi vill förmedla. Observera att det är innebörden av budskapen som är viktig, inte exakt formulering.

Var med och påverka din egen framtid!