

Er du til grin? ...og til indlevelse, glæde og hjertevarme

Sådan lyder en af overskrifterne i en kampagne som bliver fløjtet i gang den 27. oktober i hele den midtjyske region for at skabe et bedre omdømme og i sidste ende flere hænder til SOSU-området. Kampagnen er blevet til i et samarbejde mellem kommunerne, regionen, de faglige organisationer og SOSU-skolerne.

Kampagnen har den lidt provokerende titel "Er du til grin?". Den er lavet sådan for at få en stop-effekt og få folk til at stoppe op og tænke efter. Den skal symbolisere smilet og den glæde og varme, som er vigtig i arbejdet med omsorg og pleje.

Fra den 27. oktober og cirka en måned frem vil man kunne møde annoncer, plakater og brochurer med overskriften "Er du til grin?" i gadebilledet og i aviser mv. På hjemmesiden www.erdutilgrin.dk kan man finde meget mere om kampagnen og møde SOSU'er, som fortæller om deres hverdag.

Hver eneste dag får mere end 20.000 SOSU'ere smilet frem hos borgere i din kommune og hos de mange patienter og pårørende i psykiatrien og på regionens hospitaler. Måske er du en af dem, der gør en forskel. Måske er du en af dem, der mærker forskellen og påskønner den. Uanset er du sikkert enig i, at glæde smitter.

Vi er stolte af vores korps af professionelle SOSU'ere, der deler hjertevarme, smil og latter ud på daglig basis - og får ligeså meget igen. Er du også til grin, så læs mere om en karriere som social- og sundhedsjælpere eller -assistent på www.erdutilgrin.dk.

erdutilgrin.dk

Kampagnen er udarbejdet i et samarbejde mellem Region Midtjylland, de 19 kommuner i Region Midtjylland, KKR, Beskæftigelsesregion Midtjylland, social- og sundhedsskolerne i Region Midtjylland og FGA.

"Hver eneste dag får mere end 20.000 SOSU'ere smilet frem hos borgere i din kommune og hos de mange patienter og pårørende i psykiatrien og på regionens hospitaler. Måske er du en af dem, der gør en forskel. Måske er du en af dem, der mærker forskellen og påskønner den. Uanset er du sikkert enig i, at glæde smitter." Dette kan man læse på plakater og i annoncer i kampagnen.

Gør en forskel som medarbejder

Man kan skrive nok så meget i kampagner og betale i dyre domme for at annoncere. Men det vigtigste er, at vi får de gode historier ud. Det er hos dig som medarbejder, de gode historier er. Det er vigtigt at tænke på, hvordan man taler som sit job i hverdagen, til en 60 års fødselsdag, eller når man er i Brugsen. Det er her, du som medarbejder kan gøre en stor forskel og give andre lyst til at arbejde inden for området, hvis du også husker at fortælle de gode historier.