

**MED
RESENÄR**



***Paketets
baksida***

Allt började 1996 när den webbyrå jag arbetade på fick i uppdrag att vara med och skapa arla.se i Internets barndom. Arla var en av pionjärerna med att använda det nya mediet för att skapa och bibehålla relationerna med sina konsumenter och "morgondagens mjölkdrickare".

Arla.se, "Arlas Värld" smyg-lanserades 26 augusti 1996 men vi skulle inte marknadsföra den förrän i januari 1997.

Inför lanseringen blev jag ombedd av Arla att skriva några olika så kallade "paneler" för att marknadsföra webben. Panelerna trycks i ca 50 miljoner exemplar i månaden. De paneler jag skrev fick väldigt bra respons så jag fick fler uppdrag. Under ungefär tio års tid skrev jag olika teman med jämna mellanrum.

Jag var aldrig nervös. Däremot löjligt stolt, speciellt första gången mina texter kom på paketen. Vi hade en tävling också, en "tipspromenad" i Arlas Värld. Det kom över 800 svar vilket var helt galet mycket då.

Innehållet var ganska styrt och utgick från Arlas riktlinjer. Det var naturligtvis nödvändigt eftersom det var Sveriges mest lästa medium. De finns på webben om man googlar. Det finns tydliga syften med panelerna som utgår från Arlas värdegrund, varumärke och definierade målgrupper. Under den här perioden fanns inte så många andra mjölkleverantörer, så Arla uppfattades nästan som en "myndighet" och hade oerhört hög trovärdighet, vilket man naturligtvis var mycket rädda om.

En redaktör ansvarar för innehållet och texterna tas fram i nära samarbete och i dialog med redaktören. Under den tiden jag skrev paneler hade jag kontakt med fyra olika. I teamet fanns också en mycket duktig art director som ansvarade för den visuella utformningen och upphandlade illustratörer. Hon och jag hade ett mycket nära samarbete. Vi kunde också själva komma på idéer för innehåll och var de

tillräckligt bra kom de med! Själva uttrymmet är ju väldigt begränsande i sig, men det är också en utmaning.

INGEN JESUS PÅ MJÖLKPAKETEN

En gång fick vi backning, vi skulle lansera Arlas kokbok på nätet, Sveriges första interaktiva kokbok. Där hade vi en liten tjänst som hette "Bordsplaceraren" och den skulle vi berätta om på panelerna. Rubriken var "Hippien hamnade bredvid dagisfröken". Illustratören Anna-Karin Elde gjorde en illustration med en kvinna och en man med långt hår och skägg som satt bredvid varandra och som illustrerade rubriken mycket väl. Kvinnan hade en pratbubbla där det stod "Nähä - gå på vattnet? Hur gör du då?"

Men redaktören sa: "Ingen Jesus på mjölkpaketen".

Jag är väldigt stolt över de paneler vi gjorde under Designåret 2005 där jag fick lyfta olika aspekter av design. Bland annat hamnade typ 100 mellanmjölkspaket med Tom Hedqvist i NK:s skyltfönster.

Allra mest nöjd är jag nog ändå med två olika teman vi hade som hette "Härliga känslor" (lycka, glädje, harmoni) och "Farliga känslor" (skam, rädsla, avundsjuka). På ett personligt plan blev de viktiga för mig. Jag var ganska nykär i en man, och de härliga känslorna krockade med de farliga vilket var både häftigt och skrämmande. Jag fick tillfälle att lära mig mycket, reflektera över känslor och uttrycka det kreativt. Det är nog de paneltexter med högst "konstnärlig" kvalitet jag skrivit. De blev mycket uppskattade och kördes faktiskt som repris några månader

efter första omgången, vilket aldrig hänt mig varken förr eller senare.

SERVERN KRASCHADE

De paneler som har väckt mest uppmärksamhet är utan tvivel temat "Etiska dilemman" där vi samarbetade med BRIS. Rubrikerna kunde exempelvis vara "Är det OK med en vit lögn?", "Är Simon en svikare?" eller "Är en kompis utbytbar?".

Texterna gav exempel på olika dilemman men gav inga svar. Man fick själv känna vad som var rätt och fel och, om man ville, diskutera vidare på BRIS chat. Det blev så många som chattade att vi kraschade servern.

Berättat för Richard Flinck
Foto: Stewen Quigley

MIA ULIN

ÅLDER: 53 år.

FAMILJ: Tonårsdotter.

BOR: I Uppsala.

GÖR: Kommunikationsansvarig på Affärs-kompetens Nu, ett EU-projekt som arbetar med näringslivsutveckling i Norduppland. Driver även museum i 1500-talsruiner vid Uppsala slott med spökvandringar, historiska visningar och vigslar.

OM TIDEN MED MJÖLKPAKET: Den mest lärorika, kreativa och utvecklande tiden i min karriär. Den bästa skola i kommunikation man kan tänka sig, parallellt med att jag fick vara med när ett nytt medium föddes och Internet blev var mans egendom. Det var en oerhört rolig och galen tid.

