

Søgan um

Tað byrjaði við eini kubbutari, appelsingulari dós og “Frælsi”. Og har frá stóðst eitt samstarv millum telefyritøkuna Kall og lýsingarfyrirøkuna Sansir, sum á flestu mátar má sigast at vera eitt eindømi í føroyskari lýsingarsøgu. Úrslitið kenna tey flestu ...

MARKNAÐARFØRING

Anna V. Ellingsgaard
anna@sosialurin.fo
Myndir: Jens K. Vang

– Tá “Frælsi í Dós” varð veruleiki, var tað úrslitið av tí tí stuttligasta og mest spennandi samstarvinum, eg havi verið við í sum lýsingarmaður, sigur Høgni Rasmussen, stjóri á lýsingarfyrirøkuni Sansir, ið hevði kreativu ábyrgdina av Frælsi-lýsingunum, inntil onnur tóku yvir í 2004.

Tað skeiva

Í sær sjálvum var tað onki sermerkt hvørki við dósini ella hugtakinum “Frælsi”. Tað var ikki fyrr enn hesi bæði vórðu sett saman, at tað byrjaði at gerast áhuga-vert, greiðir Høgni frá

– Frælsi er jú eitt grúðiliga hátíðarligt og kensluborið orð, og var tað ikki minst tá, fyri tveimum árum síðani, tá fullveldiskjakið var í hæddini, og orðið var á tremur við politiskum týðningum. Tí var tað als ikki óhugsandi, at fullveldisfólk fóru at fata lýsingina sum eina óreina provokation, ella at sambandsfólk fóru at ákæra okkum fyri at føra ósømligt fullveldispropaganda.

Tað vardi heldur ikki leingi, fyrr enn tilspingar til nýggja slagorðið vóru at hoyra av tingsins røðarpalli, men onkusvegna eydnaðist tað “Frælsi í Dós” at skáka sær undan møguligum óhepnum politiskum reaktiónum og náa ætlaða endamálinum líka frá byrjan.

– Tankin var allatíðina at skapa eitt konsept, sum skuldi fáa fólk at smílast eitt sindur undrandi. Í sínum útgangsstøði er samansetingin “Frælsi í Dós” jú ein andsøgn, øll sum hon er. Ein dós er nærum í myndin av onkrum innistongdum, meðan frælsi er nakað, sum sprengir øll



Appelsingula dós, sum líktist mest eini oljutunnu, er jú stýlað av nýggjum og hevur nú fingið eitt heldur fiksari 70ara retro-look

mørk. Og so var tað eisini okkurt rættiliga lægið í at brúka eina dós, sum vit vanligu seta í samband við mat, til eitt evarska lítið Sim-kort.

Skeiva samansetingin skuldi geva eina mynd av eini ósjálv hátíðarligari fyrirøkuni, sum fyrst av øllum var til fyri kundarnar. Høgni er sannførdur um, at orsøkin, til at tað hóast alt eydnaðist so væl at fáa boðskapin fram, var, at Kall frá fyrsta degi var óvanliga tilvitað um, jú hvørji virði “Frælsi í Dós” skuldi signalera.

Við einum fremmandum orði snúði Frælsi-lýsingarnar seg um “branding”, eitt hugtak, sum kanska best kann lýsast sum heildar-kenslan, eitt virki signalera. Skal tað eydnast, má tað vera samanhangur millum tað, sum virkið er og ger, og upplivils, kundin fær, tá hann brúkar vøruna ella til dømis ringir til fyrirøkuna.

Sambært Høgna er “brandið” sostatt onki minni enn sjálvt grundarlagið, ein fyrirøka hvíli á. Nú á døgum er jú hetta ofta tað, ein lýsingarfyrirøka skal hjálpa fyrirøkuni at seta orð á, men í hesum førinum var tað arbeiðið longu gjørt. Og so var bara at fara í gongd.

Ger tað einfalt!

Á Kalli vóru tey sannførd um, at lutan at sleppa “Frælsi í Dós” leyst á marknaðin var røtt. Men tey vóru eisini greið yvir, at tey vóru uppi móti einum risa, og at tað ikki var nokk, at vera skjótari enn hann. Tey máttu eisini vera snildari. Og ikki óvantað vísti tað seg, at tað snildasta eisini var tað mest einfalda – ella øvut, sigur Bjarni Askham Bjarnason, stjóri á Kall, um tankarnar, tey gjørdur sær, áðrenn “Frælsi í Dós” varð bjóðað fram fyrstu ferð. “Ger tað ein-

falt” bleiv gandaorðið frá byrjan uppá allar mátar. Kjarnin í “Frælsi í Dós” konseptinum var jú, at fólk bara nýttust at keypa eina dós og so orðna restina sjálvi uttan at skula fylla pappír út o.s.fr.

– Tað einfalda var gjøgnumhugað niður í minsta smálut. Sjálv dósir er jú ein sera einfaldur lutur. Fólk kenna hana aftur, og øll vita, hvussu man fær hana upp, sigur Bjarni og leggur afturat, at enntá framleiðslan av dósini kundi neyvan vera einfaldari. Frælsi-dósirnar eru nevnliga tær somu, sum tær, Kovin í Sandavági brúkar til rognframleiðslu, og verða eisini framleiddar har við somu maskinum og í sama sniði.

Út á gøtuna

Við einum spildurnýggjum konsepti og vøruni í hondini vóru allar kreftir settir inn fyri at náa málbólkin,

sum í fyrstu atløgu var tey ungu millum 13 og 25. Og tí var tað ikki av tilvild, at Frælsi-lýsingarnar vóru at síggja stórt sæð alla aðrastaðni enn í sjónvarpinum. Tá nú alt bendi á, at tað ikki var frammanfyri sjónvarps-skíggjanum, tey ungu vóru at finna, ráddi um at raka tey, har tey nú einaferð vóru. So í staðin fór Frælsi-átakið “on the road” við James Olsen á odda, sum hevði smíðað tvey Frælsi-løg, meðan tey á Platform serveraðu Frælsi-drykkir og FCK-heppigturnar dansaðu í Frælsi-klæðum til Frælsi-tónleik o.s.fr.

– Avgerðin um at droppa sjónvarpslýsingarnar fekk veruliga ferð á hugflogið. Alt bleiv í prinsippinum ein potentiellur lýsingarmøguleiki, bussar, húsaveggir o.a., men í byrjanini vóru tað nokk allar tær øðrvísi “happenings”, sum fingi mest uppmærksemi. Ikki minst, tá vit valdu at brúka

Listaskálan sum karm, tá herferðin fór í gongd, sigur Henny á Líknagøtu, samskipari av átakinum.

At brúka tjóðsavnið sum lovfjøl fyri eitt so handilsligt átak var passaliga provokerandi til at savna fleiri hundrad fólki í Listasavninum tann dagin í novembur 2002. Og ikki minst nóg øðrvísi til at fólk ongantíð kundu vera heilt vís í, hvar Frælsi-lýsingarnar stungu nøsina fram næstu ferð. Jólakalendarar vóru fólk til dømis fyrirreikað uppá, tá desember mánaði nærkaðist, men ein Kall-kalendar á Rás2 við Elin í Stórustovu og James Olsen sum vertum, var neyvan tað fyrsta tey komu í tankar um.

– Rás2 var uppløgd, tí vit vistu frá kanninum, at rásin er rættiliga væl umtókt millum tey ungu. Hugskotið við einum jólakalendar var eisini tað mest eyðsýnda jú tá, men ikki beinleiðis