

ROSA SIDORNA

REDAKTÖR: KLARA LEDIN, klara.ledin@resume.se, 08-736 30 36

Mångfaldig byråchef

Mohamed El Abed: "Vi vill bli utkonkurrerade"

Mohamed El Abed är byrånsvarig för kommunikationsbyrån Sprong. Han fick nyligen motta VA-journalisten Emanuel Sideas nyinstiftade stipendium för "sitt tvärkulturella och intersektionalistiska förändringsarbete".

– Emanuel tar 10 000 spänn från sin egen lön och lägger det på inspirerande människor. Det är coolt att uppmärksamma de få människor som gör något annorlunda. Jag hoppas att jag kan få andra att utmana samhälls- och kommunikationsstrukturerna, säger Mohamed El Abed om att få stipendiet.

Stipendiet är instiftat av Emanuel Sidea, journalist på Veckans Affärer, för att "stödja sådana insatser som gjorts av personer i en anda av olik tänkande, dåligt uppförande och kreativt tänkande". Det är något som stämmer in på Mohamed El Abed, som sedan ett år tillbaka driver den "samhällsförändrande" kommunikationsbyrån Sprong.

Efnaldig samhällskommunikation

Han har stor erfarenhet av mångfalds- och demokratifrågor sedan tidigare. Han har bland annat varit projektledare för ett breddat rekryteringsprojekt på Stockholms och Örebros universitet. Han har också varit initiativtagare och verksamhetsledare för föreningen Mångfald och inflytande (MOI). Men nu är det kommunikationsbyrån Sprong som gäller.

– Jag och min kollega Alejandra Fuentes startade byrån för att många inom offentlig sektor ser mångfald som en sidofråga. Vi ser det som en kommunikationsfråga. Många diskrimineras i samhällskommunikation för att den inte riktar sig till så många som möjligt eller är utformad så att många inte kan ta till sig den.

Inspiratörer

– Vi tycker att många byråer inte tänker på de här frågorna. Branschen är etnisk homogen. Byråerna tar mångfaldsuppdrag men jobbar inte med det själva på byrån. Vi hoppas att vi kan inspirera byråer att ta efter oss. Vi skulle bli glada om vi blir utkonkurrerade till slut.

Så ert mål är att till slut inte finnas som byrå?

– Om vi uppnår det vi vill med verksamheten lägger vi ned. Det skulle vara skitpositivt.

Du tycker att byråerna ska ta ett större ansvar?

MOHAMED EL ABED

Ålder: 29 år **Bor:** Kungsholmen **Familj:** Sambo och fem äldre syster **Tjänar:** 294 186 **Tidigare priser:** Mohamed El Abed och Stockholms universitets studentkår fick 2004 ta emot Nelson Mandela-priset för projektet Rekrytering och mångfald. Han fick även ta emot Anna Lindhs utvecklingsstipendium för sitt arbete med föreningen Mångfald och inflytande (MOI) **Största hobby:** Spelar basket i ett lag. "Typ som ett korpenlag" **Läser helst:** Varierar mellan att läsa deckare och skönlitteratur **Senast köpta/ nedladdade skiva:** Lil Waynes senaste skiva "Carter III - the rebirth" **Två filmer som alla borde ha sett:** "Prince of New York" för den är genial och "Bruces miljoner" **Mobilsignal:** "Standard ring ring-signal"



HELLRE MÅNGFALD ÄN ENFALD. Mohamed El Abed prisas för sitt mångfaldsarbete på kommunikationsbyrån Sprong.

– Ja, de borde ta ett större ansvar över vad de förmedlar för budskap. Ett klassiskt exempel är Icareklamen där de under flera år har visat en vit man som är chef och där kvinnorna ständigt byts ut. Vad ger det för bild av Ica? Att kvinnor och svarta inte kan bli chefer. Har inte branschen ett ansvar för vilka budskap de sänder ut? Det borde vara en fråga som Reklamförbundet driver.

Går allt bättre

Sprong har i år samarbetat med Stockholms stads kulturförvaltning med Kulturstipendiet 2008. De har även drivit projektet "Min väg" som syftar till att få fler högstadiel elever att intressera sig

för jobb i kultursektorn och de har skött kommunikationen för projektet "Home not home", ett konstnärligt samarbete inom det europeiska året för interkulturell dialog.

Hur har första verksamhetsåret varit, går ni runt?

– Vi går runt och börjar se resultaten av våra projekt. Vi jobbar mycket med offentliga aktörer, men vi vill samarbeta mer med näringslivet i framtiden. Där är det lite snabbare beslut. Offentliga aktörer är ju inte direkt snabba i beslutsfattandet, säger Mohamed El Abed med ett skratt.

Linus Fremin
linus.fremin@resume.se

5 SNABBA FRÅGOR

EVOLUTION X REVOLUTION
SVT TV4
RÖTT BLÅTT
KULTUR NATUR
JUL MIDSOMMAR

Folk på väg

folk@resume.se

Stefan Bjurholm, Head Media & Customer Channels på SAS blir ny ordförande i Sveriges Annonserers mediekommitté KTR (Kommittén för tv-reklam). Stefan tar över vid årsskiftet efter att Unilevers Katarina Jerndahl kliver av. Kommitténs viktigaste uppgift är att tv-mätningarna i dag och framåt är korrekta och kontinuerliga oavsett distributionsform.



Stefan Bjurholm.

Sex- och relations-experten Katerina Janouch är ny medarbetare på Nyheter 24. Katerina ska svara på läsarnas frågor under vinjetten "Dagens sexfråga".



Katerina Janouch.

Peter Nelander, 34, är ny marknadschef på kvällstidningen Aftonbladet. Han får tjänsten efter att Aftonbladet har gjort en omorganisation. Där får pappers-tidningen Aftonbladet en egen marknadsorganisation medan **Cecilia Mortimer** fortsätter att vara marknadsansvarig för nya medier. **Pontus Ogebjör** kvarstår som central marknadsdirektör för Aftonbladet. Peter Nelander kommer närmast från uppdraget som reklam- och sponsningschef på tidningen.



Peter Nelander.

Cecilia Aronsson på Veckans Affärer, **Petra Bergman** på DJ-TV, **Claes de Faire** på Resumé och tidningsentreprenören **Henrik Frenkel** blir nya programledare för Stockholm Mediaweek nästa år. Redaktör för Mediaweek i år är **Johan Sätthe**, tidigare medie-reporter på Resumé.



Petra Bergman.

Sportbladets rutinerade hockey- och friidrottsreporter/krönikör **Mats Wennerholm** har av Stockholms idrottsförbund och Sportjournalisternas klubb Stock-

Mer folk på Resumé.se