

IKEA[®]
algatus



Märka
vägivalda



Vähemalt iga kolmas Eesti naine on kogenud lähisuhtes vägivalda.



Paljude Eesti elanike jaoks ei ole kodu turvaline koht – kannatatakse seal, kus peaks kõige enam kaitstud olema.



IKEA visioon on luua parem kodune elu paljudele.

Kahjuks pole kodu alati rahulik ja turvaline paik. Seetõttu otsustas IKEA haarata initsiatiivi ja juhtida algatusega "Märka vägivalda" tähelepanu lähisuhtevägivallale, mis on Eesti kodude üks kõige teravamaid probleeme.

Vähemalt 1/3 naistest on kogunud lähisuhtes vägivalda



IKEA algatus
Märka vägivalda

Tegevussuunad ja kontseptsioon

Algatus “Märka vägivalda” keskendub kolmele tegevussuunale:

- **Teadlikkuse tõstmisele** suunatud kampaania ja kommunikatsioon;
- **Naiste tugi- ja kriisikeskuste** elutingimuste parandamine ja vabatahtlike kaasamine;
- **IKEA töötajate harimine ja toetamine**, sealhulgas psühholoogise abi pakkumine ja osalemine vabatahtlikuna kriisikeskuste renoveerimisel.

Algatuse kontseptsioon keskendus vägivaldale, mis enamasti jääb nähtamatuks, sest seda ei teadvustata ning sellest avalikult ei räägita. Silma sümboli ja karmi statistikaga soovisime teadvustada probleemi olemust ja kutsuda üles vägivalda märkama.

Eesmärgid ja sihtrühm

„Märka vägivalda“ kampaania eesmärk oli:

- **Tõsta teadlikkust lähisuhtevägivallast ja selle olemusest;**
- **Teadvustada, kuidas käituda lähisuhtevägivalla märkamisel;**
- **Julgustada kõrvalseisjaid vägivalda märkama ja vajadusel ohvritele abi pakkuma.**

Lähisuhtevägivald ei ole pelgalt kahe inimese vaheline probleem, millega tuleb üksi toime tulla. See on terve ühiskonna probleem.

Enamik lähisuhtevägivalla teemalisi kampaaniad on Baltikumis suunatud ohvritele, mitte kõrvalseisjatele.

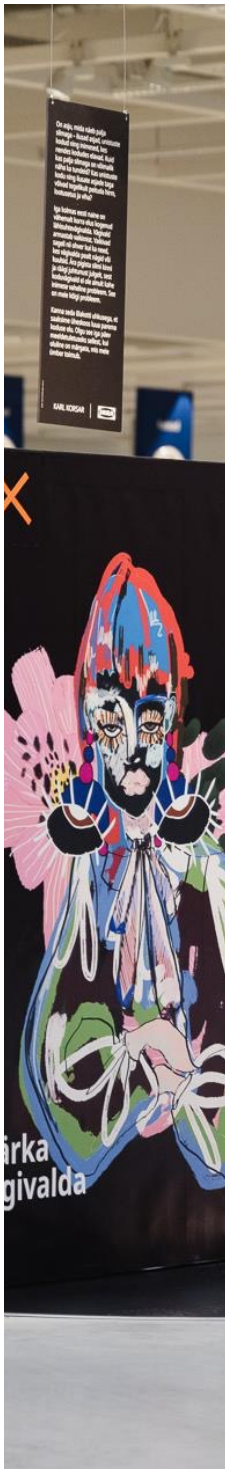
Seetõttu otsustasime kõnetada suurimat sihtrühma – kõrvalseisjaid.

Kõrvalseisjad ehk lähedased, sõbrad, tuttavad, kolleegid ja teised on inimesed, kes võivad vägivalda märgata, kannatanut toetada ja vajadusel aidata tal vägivallaringist väljuda.

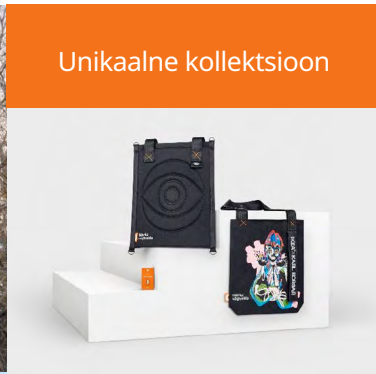
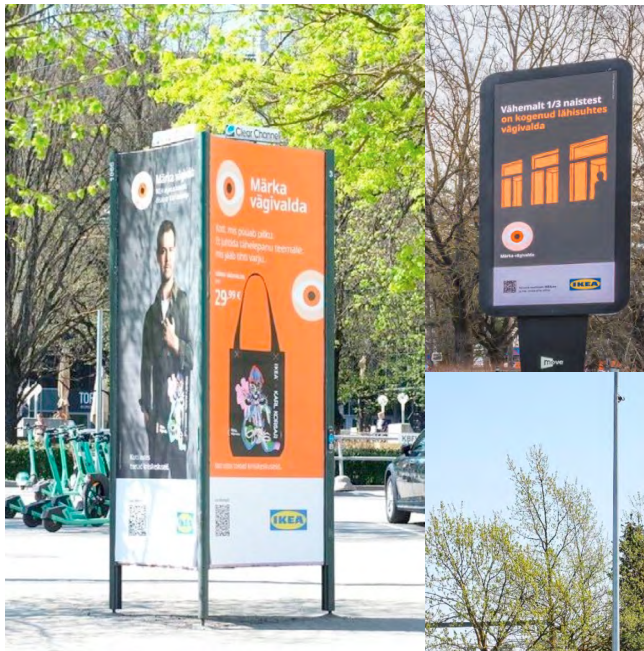


Näiteid kampaania tegevustest

- **Sidusrühmade kaasamine:** tihe koostöö valdkonna ekspertide ja asutustega, et tagada algatuse sobivus riikliku teemakäsitlelusega. Teadmiste, kogemuste ja eri vaatenurkade jagamine.
- **Sisekommunikatsioon ja tugi:** teadlikkust tõstvad kampaaniad ja üritused IKEA töötajatele, psühholoogilise abi pakkumine ning naiste tugi- ja kriisikeskustesse vabatahtlike kaasamine.
- **Naiste tugi- ja kriisikeskuste renoveerimine:** IKEA töötajate kaasabil Tallinna Naiste Kriisikodu elutingimuste parandamine. Keskus pakub ajutist elupinda lähisuhtevägivalla ohvritele.
- **Infokaart ja kleebis abivõimaluste levitamiseks:** vajalike abi/kontaktandmetega infokaartide tasuta levitamine IKEA poes, Ohvriabi ja Politsei- ja piirivalveameti kabinetides üle Eesti, ajakirjade vahel.
- **Omakanalite kommunikatsioon:** IKEA sotsiaalmeediakanalites, uudiskirjas ja kodulehel näpunäidete jagamine, kuidas märgata vägivalda ning vajadusel abi osutada.
- **Kommunikatsioon IKEA poes:** sõnumite võimendamine ja abiinfo levitamine IKEA kaupluses, mida igapäevaselt külastab tuhandeid inimesi. Lisaks töötajatele suunatud kommunikatsioon tööruumides.
- **Üleriigiline uuring:** mõõtmaks Eesti elanike senist teadlikkust, hoiakuid ja kogemust lähisuhtevägivallaga. Uuringu sisendi kasutamine sõnumite võimendamiseks.
- **Meediasuhtlus:** teenitud meediakajastused tõstmaks teadlikkust karmist reaalsusest ja statistikast, harimaks sihtrühma lähisuhtevägivalla olemusest ning julgustamaks märkama ja abi pakkuma.
- **Meediakampaania:** teadlikkuse tõstmisele suunatud kampaania väli-, digi- ja muus meedias.
- **Mõjuisikuturundus:** teemaga kokku puutunud mõjuisikute kaasamine julgustamaks teemast avalikult kõnelema ja vägivalda märkama.
- **Unikaalne kollektsioon:** Eesti esimene lähisuhtevägivallale pühendatud kollektsioon koostöös disainer Karl Korsariga. Toodelelt teenitud kasum suunati naiste tugi- ja kriisikeskuste renoveerimisse.
- **Lansseerimisüritused:** algatuse majasisesed ja avalikud lansseerimisüritused, kus osalesid ka näiteks president Kersti Kaljulaid, sotsiaalkaitseminister Signe Riisalo, mõjuisikud ja teised olulised sidusrühmad.



Unikaalne kollektsioon



Teavituskampaania
Kampaania viisime ellu kahes osas: esimene faas aprill-mai 2023 ning teine faas jaanuar-veebruar 2024.



Tallinna Naiste Kriisikodu renoveerimine: enne ja pärast



IKEA alustas koostööd hinnatud Eesti disaineri Karl Korsariga, et tuua tähelepanu lähisuhtevägivalda probleemile (5)



Karl Korsar

Startis IKEA pikaajaline lähisuhtevägivalda vastane algatus



Foto: Andres Bevilacqua

"Algatus 'Märka vägivalda' on osa IKEA vägivallata tuua parem kodune (igapäevane) paljudele. Meie eesmärk on tuua lähisuhtevägivalda algatus, mille eesmärk on julgustada inimesi vägivallata märkama ning selle mitte kinni pigistama.



Полювина жителей ЭР знают кого-то, кто пострадал от насилия



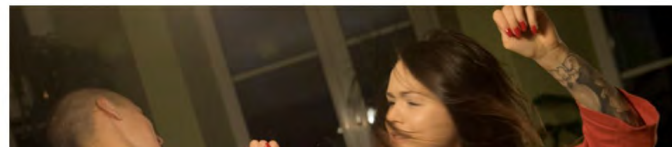
ARVAMUS

02.02.2024, 20:31

IKEA Balti turu juht: lähisuhtevägivalda ohvrid töötavad meiega kõrvuti - ole see tööandja, kes talle turvatunde annab (27)

Erasektor peaks lähisuhtevägivallavastases võitluses rohkem kaasa rääkima.

Inga Filippova

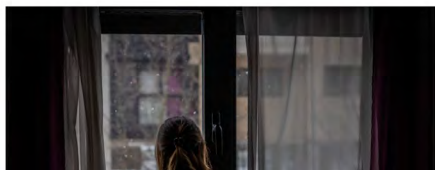


Üle kolmandiku Eesti naistest kogeb vähemalt kord elus lähisuhtevägivalda



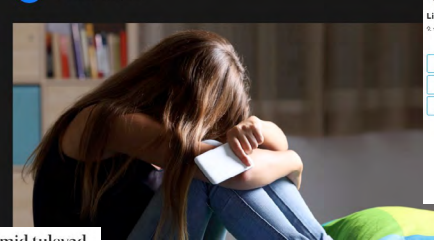
Geenius
27. jaan. 2024 kell 19:55

Jaga Facebookis
Saada e-kirjaga
Veel +



Kuidas käituda, kui kahtlustad lähisuhtevägivalda?

PM Toris
7. veebruar 2024, 12:24



Vägivald hiilib paarisuhtesse salamisi: kuidas lähisuhtevägivalda võimalikult varakult märgata?

Lii Ilves
9. veebruar 2024 kell 13:04

Jaga Facebookis
Saada e-kirjaga
Veel +



Lähisuhtevägivalda võib kogeda igalüks, olenemata soost, vanusest, haridusest, sissetulekust. Foto: Shutterstock

MÄNGUS ON MILJON EUROT > IKEA aitab hätta sattunud Eesti naised järje peale

Naine
23. november 2023, 11:38
Uuendatud 25. jaanuar 2024, 13:36



Meediasuhtlus



Lisaks Karl Korsari kunstiteosega koostööd teinud kaaluvad kollektsiooni ka rüütmik ringi kaampanaakoti. Erikolektsiooni tooted on müügil IKEA Tallinna poes, Tartu väljastuspunktis ja e-poes. Erikolektsiooni moigist saadud tulu läheb naiste tugi- ja kriisikeskuste toetamiseks.

NÄDALA ARVUD

41%

Eesti naised on IKEA äsjase uuringu põhjal kogunud lähisuhtevägivalda. Tegemist on ka politsei jaoks ühe levinuma kuriteoliigiga. Oleme ühiskonnana läbi kukkunud, kui ei suuda kodugi turvaliseks muuta.

Mure töökoostöö pärast ei pea ketagi hoidma halvast ja ohtlikust suhtest

Ettevõtjad, tulge appi lähisuhtevägivalda lahendamiseks! Ilma lihtsalt ei saa

ARVAMUS

Ka need, kes said ise kere peale, lähivad hommikule tööle

Большинство жертв домашнего насилия молчат, поэтому IKEA запускает в Эстонии социальную инициативу



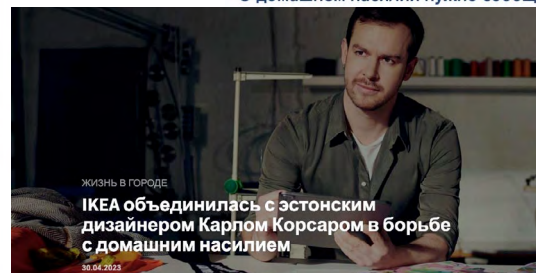
О домашнем насилии нужно сообщать!

VAHME TERVIS

Psühholoog soovib: kuidas märgata ja aidata oma lähedast vägivaldses suhtes?

Lii Ilves
24. nov 2023 kell 13:20

Jaga Facebookis
Saada e-kirjaga
Veel +



Genka tegi üleskutse kõikidele Eesti meestele!

Triin Tammi

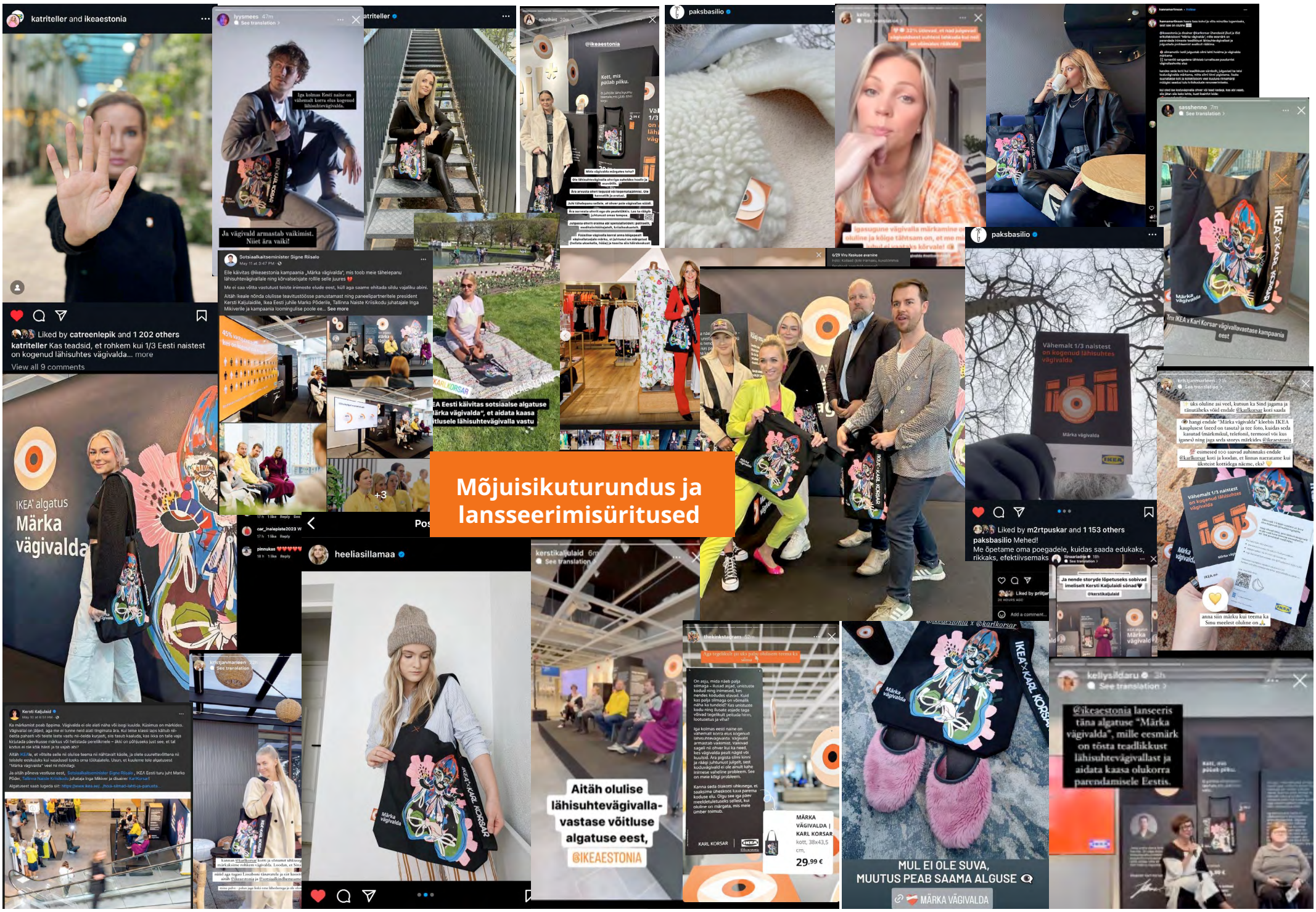


Lähisuhtevägivalda vastane algatus parandab ka Eesti naiste tugi- ja kriisikeskuste elutingimusi

Annabel Parts
15.05.2023 kell 12:47

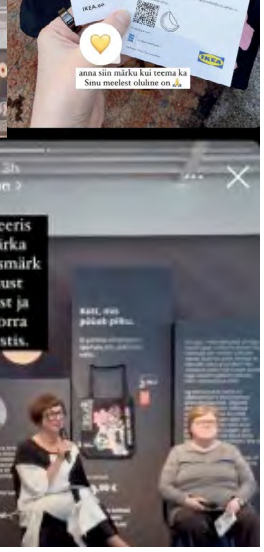
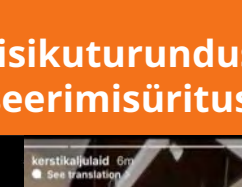
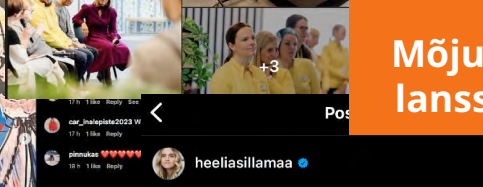
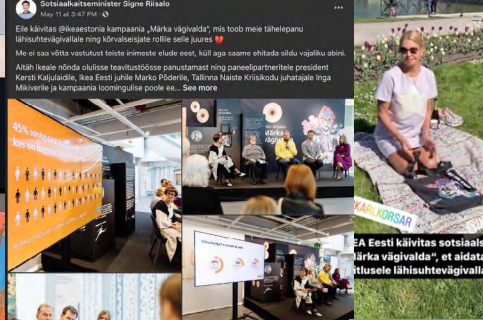
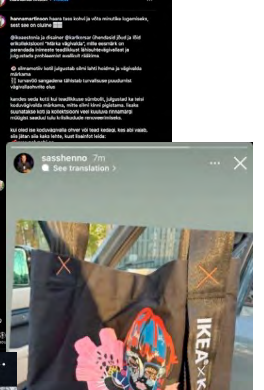
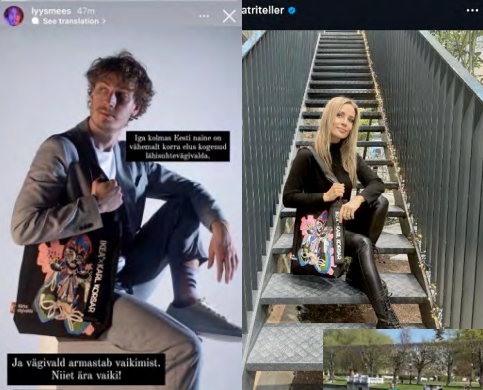


IKEA pikaajalise lähisuhtevägivalda vastase algatuse raames värskendatakse ka Eesti naiste tugi- ja kriisikeskuste elutingimusi. Foto: Shutterstock



Mõjusikuturundus ja lanseerimisüritused

Aitäh olulise lähisuhtevägivaldastase võitluse algatuse eest, @IKEAESTONIA



Aitäh olulise lähisuhtevägivaldastase võitluse algatuse eest, @IKEAESTONIA

MÄRKA VÄGIVALDA | KARL KORSAAR kott, 38x43,5 cm, 29,99 €

MUL EI OLE SUVA, MUUTUS PEAB SAAMA ALGUSE

MÄRKA VÄGIVALDA



Tulemused

- **64% usub, et algatus juhtis tähelepanu lähisuhtevägivallale kui olulisele probleemile Eesti ühiskonnas.***
- **64% on nüüd teadlikud, mida teha lähisuhtevägivalla puhul** (teadlikkus kasvas viimase kampaania ajal 12%).*
- **Meediakampanias jõudsime kokku 27 miljoni kontaktini.**
- **Üle 90 meediakajastuse, mille teenitud meediaväärtus oli ligi 2.8 miljonit.** Ei ühtegi makstud artiklit.
- **Mõjuisikute orgaaniline reach üle 310 000.**
- **Jagati 36 000 infokaarti** teadvustamiseks abivõimalusi.
- Avalikul **lansseerimisüritusel** osales üle **30 sidusrühma esindaja**, sh riigipoolsed organisatsioonid, mõjuisikud ja teised partnerid.
- **Sisekommunikatsiooni tulemusel koolitati 500 IKEA töötajat.** Teatati esimestest vägivallajuhtumitest, mille puhul tööandja pakkus vajalikku abi.
- **Tallinna Naiste Kriisikodu** läbis täieliku värskenduskuuri, mille tulemusena on lähisuhtevägivalla ohvritel kriisikodus viibides paremad elutingimused.

**Norstati kampaaniajärgne uuring 2024. aasta veebruaris.*