

## Familj

# Gillaknappen ryker i seniorernas eget sociala forum

12 mars 2022 06:00

Bort med reklam, skrollfunktion och vänjakt. Så går tankarna när ett nytt digitalt forum för 60-plussare byggs upp. Skaparen Fredrik Lenton fick idén när han såg föräldrarnas situation under pandemin.

Birgitta Johansson

Text

Björn Lilja

Text



I modern tech-miljö i Prismahuset i Helsingborg utvecklar Fredrik Lenton en digital social mötesplats för 60-plussare.

Bild: Björn Lilja

I teknikhuben Hetch i Prismahuset i Helsingborg håller en ny digital mötesplats med fokus på 60-plussare att ta form. Boomcom.se har kommit i gång, men hela projektet är under utveckling och ännu inte sjösatt i sin helhet.

Vd:n Fredrik Lenton som tidigare arbetat på det internationella kosmetikföretaget Oriflame har drivit företag tidigare, inom reklam.

Inom ramen för det nya företaget är han nu i full färd med utvecklandet av sociala medier konstruerade för att passa en äldre målgrupp. Idén kläcktes under den långa perioden av fysisk distansering under coronarestriktionerna.

– Jag såg hur isolerade mina föräldrar blev under pandemin, säger Fredrik Lenton.

Han började fundera på sociala medier där gränssnitt, funktion och innehåll från början anpassas till lite äldre människor.

– Det här är en av de snabbast växande målgrupperna. Jag gjorde research och insåg att inte fanns någon produkt utvecklad för målgruppen, säger Fredrik Lenton.

Research med bland annat intervjuer med referensgrupper har gett en bild av vilka önskemål och behov som finns. Boomcom.se har ingen reklam. Funktioner som gillaknapp, skrollande och samlande av vänner som sätter sin prägel på Facebook har valts bort.



”Jag gjorde research och insåg att inte fanns någon produkt utvecklad för målgruppen”, säger Fredrik Lenton.

Bild: Björn Lilja

Tanken var en annorlunda upplevelse, där det känns som att tiden används väl. På den digitala mötesplatsen ligger redan flera webinarier med playfunktion inom ämnesområden som trädgård, mode, relationer, biodling och whisky.

– Det ska vara en kvalitativ digital tid. Man ska lära sig något och det ska inte vara fullt med reklam, säger Fredrik Lenton.

I nästa utvecklingskede ska medlemmarna kunna bilda egna chattgrupper och kommunicera med likasinnade.

– Här kan man samlas kring mer nischade specialintressen, inte bara trädgård utan kanske cocktailtomater. Vi jobbar med vår referensgrupp för att utveckla produkten.

När deltagarna kan kontakta varandra införs också inloggning med bank-id.

– Man ska veta vem man pratar med. På så vis säkerställs också åldern och man kan inte gömma sig bakom en falsk identitet, säger Fredrik Lenton.

Den nya digitala mötesplatsen har alltså inte reklamintäkter. Deltagarna betalar en medlemsavgift, idag 69 kr i månaden.

### Kan det här bära sig på sikt?

– Det bär sig när man kommer upp i volym, målsättningen är att komma upp i volym med tanke på den växande målgruppen. Det finns också planer på att växa internationellt och göra en franchisemodell, säger Fredrik Lenton.

Hans medgrundare i företaget ansvarar för teknikutvecklingen.

– Plattformen är egenutvecklad och styrs inte av inhyrd teknik. Datan ligger på en svensk molntjänst och inte på en amerikansk.

Till visionerna hör att det med tiden ska bli en mötesplats med hybridkaraktär, förutom digitala fikamöten, kanske också fysiska möten.

– Det är väldigt viktigt att få det här rätt, säger Fredrik Lenton.

## Fakta

### Fredrik Lenton

Gör: Vd och grundare av Boomcom.se, digitalt community för personer över 60.

Bor: I Kågeröd.

Ålder: Fyller snart 45 år.

Familj: Fru och tre barn.

Intressen: Springer mycket i skogen.

Sociala medier: "Använder mig mest av att se rörliga klipp om sådant som intresserar mig och hålla kontakt med vänner."

Familj

Näringsliv

Nästa artikel under annonsen

