

Kampagne for Akuttelefonen 1813

Betydning, effekt og anbefalinger



Kampagnens betydning og effekt

Solid rækkevidde og gennemslagskraft i målgruppen – borgere i alderen 20-40 år:

- 78 % af målgruppen husker kampagnen
- 3 ud af 4 i målgruppen siger, at de på baggrund af kampagnen vil overveje nødvendigheden af deres opkald

Kampagnen blev oplevet som rygstøtte af medarbejdere i vagtcentral og i akutmodtagelser

Kommunikativt greb gav opmærksomhed og dialog om et svært budskab

- 9 ud af 10 i målgruppen synes, at kampagnen er god eller meget god og kampagnen gav dialog på sociale medier

Kendskab til 1813.dk fordoblet i målgruppen

- Fra 18 pct. til 35 pct.

Behov for at hjælpe borgerne med at forstå og skelne mellem akut og ikke-akut

- Evnen til kvalificeret at kunne vurdere akutte situationer er uændret

Høj relevans i målgruppen

- 83 pct. mener, det er godt, at Akutberedskabet sætter fokus på, at for mange ringer med ikke-akutte opkald og opfordrer til eftertanke
- 72 pct. mener, at kampagnen er **interessant**
85 pct. mener, den er **relevant***
78 pct. mener, den er **troværdig***
82 pct. mener, den er **oplysende**

= Stor borgeropbakning til denne form for kommunikation

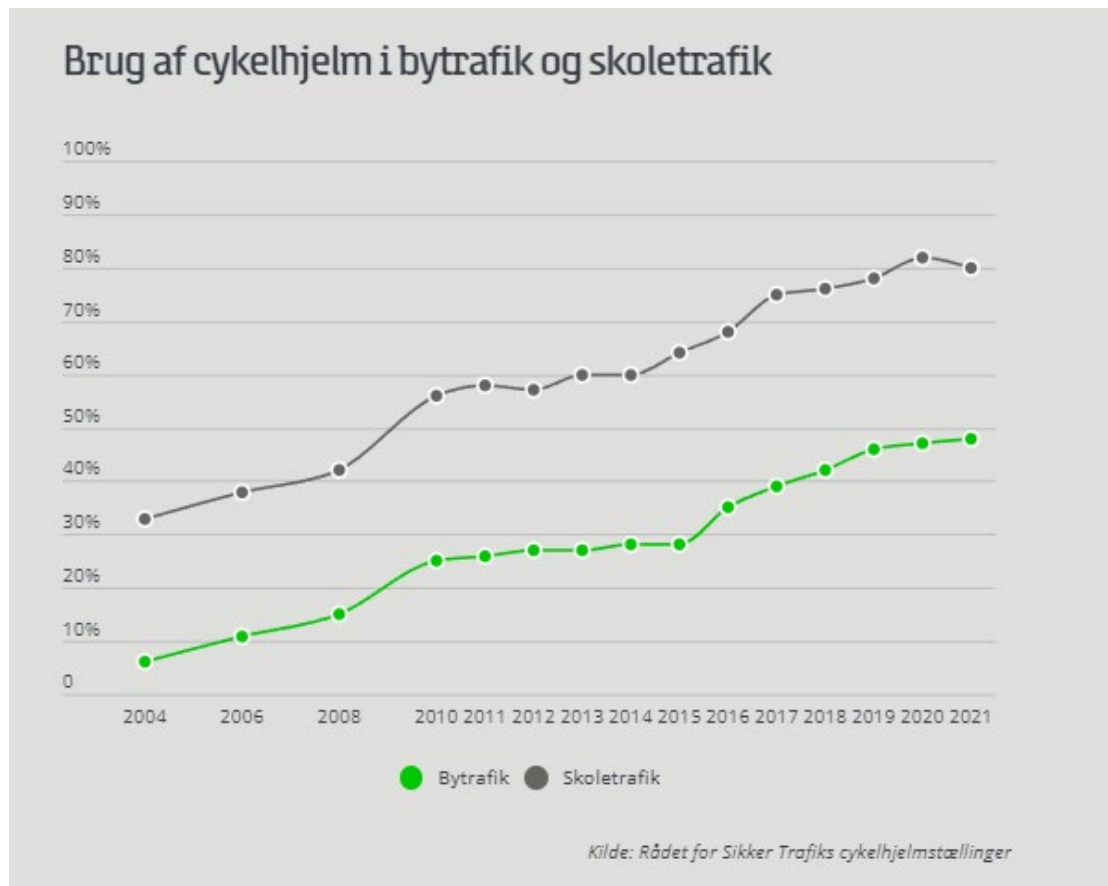
*Relevans er på niveau med NGO benchmark, mens troværdighed er højere!

Anbefalinger for kommunikation

- ❖ Der er bredt set behov for at forventningsafstemme med borgerne, hvad sundhedsydelser angår. Kampagnen bekræfter behov og belæg for at kommunikere til og med borgerne.
- ❖ Det er lykkedes at øge målgruppens bevidsthed om, at 1813 er til akutte situationer og fordoble kendskabet til 1813.dk. Der er behov for at understøtte bevidstheden over tid – i den aktuelle og andre målgrupper.
- ❖ Fremtidig kommunikation bør desuden fokusere på at støtte borgerne kvalificerede kendskab til, hvornår en situation er akut.



Kampagner – Virker de?



Mangeårig cykelhjelmkampagne

I perioden 2014-2020 gennemførte Rådet for Sikker Trafik *Nederen Forældre*-kampagnen.

I perioden steg brugen af cykelhjelm blandt skolebørn meget markant. Fra 2014 til 2020 viser de årlige nationale cykelhjelmstællinger, at brugen af cykelhjelm blandt de 10-12-årige skolebørn er steget fra 64 % til 89 %. Og blandt de +12-årige skolebørn steg brugen af cykelhjelm fra 31 % i 2014 til 63 % i 2020.

Danskernes brug af cykelhjelm er ligeledes steget støt siden 2004, hvor Rådet begyndte at registrere brugen. I 2004 brugte 6 % af danskerne cykelhjelm i bytrafikken. I 2020 var brugen steget til 47 %.

Rådet for Sikker Trafik har i hele perioden bidraget med information og kampagner. I samme periode er der ikke sket ændringer i lovgivningen om brug af cykelhjelm.