

INITIATIV 1.10: Bedre oplysning om regionens hjemmefødselsordning

Fremsat af: Socialistisk Folkeparti og Enhedslisten

Formål og indhold:

Søgningen til Region Hovedstadens hjemmefødselsordning er jævnt lav og den har også været udsat for kedelige stramninger under Corona og i forbindelse med jordemodermangel.

Yderligere henvises der på regionens hjemmesider ikke til hjemmefødsler i lige grad over for hospitalsfødsler.

Nu går vi en tid i møde, hvor vi skal lægges sammen med Region Sjælland, der har en meget populær og velfungerende hjemmefødselsordning. Naturligvis med langt mindre fødeopland end vi har. 7000 mod vores 22.000 – men procentmæssigt meget højere søgning 7-8 % mod vores 2-3 %.

Planlagte hjemmefødsler er mindre driftstunge end tilsvarende hospitals fødsler og også på CO2 er der klar fordel på hjemmebane/hjemmefødsel.

Vi ønsker, at det undersøges, hvordan vi kan forberede os på at drive en hjemmefødselsordning med samme søgning og popularitet som den man har i Region Sjælland og som har fungeret solidt de sidste 25 år.

Vi ønsker samtidig, at der refereres ligeligt til hjemmefødselsordningen, som der gøres til hospitalsfødestederne. Det er lige nu ikke muligt at få mere information på hjemmesiden.

Administrationens bemærkninger:

I 2019 etablerede Region Hovedstaden en fælles regional hjemmefødselsordning. Den regionale hjemmefødselsordning dækker fødestederne på Amager og Hvidovre Hospital, Herlev og Gentofte Hospital, Nordsjællands Hospital samt Rigshospitalet. Bornholms Hospital har egen hjemmefødselsordning.

Den regionale hjemmefødselsordning har en række kommunikationskanaler, hvor gravide og kommende forældre kan finde oplysninger og materiale om hjemmefødselsordningen.

På fødestedernes hjemmesider er det muligt at indhente information om den regionale hjemmefødselsordning. Her finder man f.eks. generel information om ordningen, herunder hvilke gravide der anbefales at kunne føde i eget hjem, informationsvideoer omkring at føde i eget hjem, information om de praktiske forberedelser til en hjemmefødsel mv.

Et nyt digitalt fødeunivers forventes lanceret ultimo oktober 2025, og skal på tværs af fødestederne samle information til fødende og gravide i Region Hovedstaden. Der er som en del heraf udarbejdet info-tv kampagner til jordemoderambulatorier, der oplyser om muligheden for at føde i eget hjem.

Region Hovedstaden afholder hjemmefødselscaféer for gravide, der ønsker at føde hjemme eller som gerne vil høre mere om muligheden for at føde hjemme. Cafeerne er et forum, hvor den gravide

og deres partnere kan møde andre kommende forældre, dele erfaringer og få bred information om hjemmefødsel. Der er en eller to hjemmefødselsjordemødre til stede, der kan svare på spørgsmål.

Region Hovedstaden lancerede i 2025 podcastserien "[To Streger](#)", der giver konkret viden om aspekter af graviditet og fødsel. I seriens første sæson indgår afsnit om at føde i eget hjem. Der planlægges med en anden sæson af serien i sidste kvartal af 2025. Her vil indgå et nyt afsnit om hjemmefødselsordningen. Desuden har den regionale hjemmefødselsordning Instagramprofilen "[Hjemmefødsel RegionH](#)", hvor gravide og kommende forældre kan følge med i ordningen herunder bl.a. opslag med nyttig viden om at føde i eget hjem.

Forslag til indsatser

Administrationen foreslår, at nuværende indsatser for oplysning og information om den regionale hjemmefødselsordning kan suppleres med en række initiativer.

Initiativ 1:

For at øge synligheden af hjemmefødselsordningen i Region Hovedstaden foreslår administrationen at integrere kommunikationsdelen for ordningen i Center for Politik og Kommunikation.

Dermed vil det nuværende årsværk, som arbejder med fødeområdet i samarbejde med hjemmefødselsordningens koordinator, kunne styrke det redaktionelle arbejde og være med til at øge kendskabet til den regionale hjemmefødselsordning på lige fod med andet indhold, der udkommer på fødeafdelingernes fælles Instagramprofilen "[Graviditet og fødsel](#)". Center for Politik og Kommunikation vil internt kunne varetage annonceringen via SoMe og sørge for udvikling af film og materiale, der kan bruges til at markedsføre hjemmefødselsordningen. Annonceringen vil løbe op i ca. 30.000 kr. årligt (for to halvårige kampagner).

Initiativ 2:

Et andet scenarie for at øge synligheden er at bestille en kampagne hos ekstern leverandør med produktion af video til hjemmeside og nedklip til SoMe.

Denne løsning kan skaleres op og ned efter dialog med Center for Politik og Kommunikation, hvis der fx ønskes at gøre brug af influencere. En større kampagne, der er udviklet hos ekstern leverandør, vurderes af administrationen til at være en uforholdsmæssig dyr omkostning, da der er tale om en meget lille målgruppe og ikke alle gravide kan godkendes til en hjemmefødsel. Udgifter til ekstern leverandør for udvikling af kampagne inkl. videoproduktion spænder fra 300.000 – 900.000 kr. Administrationen har estimeret, at der skal afsættes mellem 50.000 – 120.000 kr. årligt til annoncering afhængigt af den eksterne kampagnes omfang.

Administrationens anbefaling:

Administrationen anbefaler, at der forud for en SoMe-kampagne gennemføres en forudgående brugerundersøgelse, der har til formål at afdække barrierer og bevæggrunde for til- og fravalg af hjemmefødselsordningen.

Undersøgelsens resultater afrapporteres og inddrages i opfølgende SoMe-kampagner. Planlægning og gennemførelse af brugerundersøgelsen vil skulle varetages af en ekstern samarbejdspartner og administrationen anbefaler, at den består af interviews med medvirkende par og evt. forudgående en

bred afdækning ved brug af spørgeskema. Administrationen har estimeret, at der skal afsættes 133.330 kr. for gennemførelsen af den forudgående brugerundersøgelse.

Administrationen vurderer, at materiale og information om den regionale hjemmefødselsordning til det nye digitale fødeunivers kan opdateres uden større omkostninger, da Center for Politik og Kommunikation varetager opgaven i forbindelse med lanceringen af fødeområdets nye hjemmeside. Hvis der skal produceres en ny informationsvideo, vurderer administrationen, at der skal afsættes 130.000 kr. til ekstern videoproduktion.

Konsekvenser:

Økonomi (mio. kr.)	2026	2027	2028	2029
Etableringsudgifter	0-1,2			
Løn				
Øvrig drift	0-0,2	0-0,2	0-0,2	0-0,2
Udgifter i alt	0-1,3	0-0,2	0-0,2	0-0,2

Personale (antal)	2026	2027	2028	2029
Årsværk	0	0	0	0

Evt. uddybende beskrivelse:

Som udgangspunkt bør det kunne ordnes inden for nuværende budgetramme, men kan selvfølgelig skaleres op og ned alt efter hvilken slags information som skal være tilgængelig.

Finansiering:

Sundhedskassen	X
Den regionale udviklingskasse	
Det sociale område	

Første tekstudkast til budgetaftalen:

I Region Hovedstaden ønsker vi, at alle fødende i regionen skal opleve en tryk fødsel og have en god og sammenhængende fødselsoplevelse, så både barn og forældre får den bedste start på familielivet.

Gravide der ønsker at føde i eget hjem i deres vante omgivelser, har ret til at få jordemoderhjælp ved en hjemmefødsel. Vi afsætter derfor X mio. kr. til en kommunikationsstrategi om den regionale hjemmefødselsordning for at udbrede kendskabet til muligheden for at føde i eget hjem, blandt gravide og kommende forældre.