

”Hjælp til rygestop”

- **En kampagneguide for kommunerne**
2. kampagneperiode
oktober 2015

**FÅ HJÆLP TIL
DIT RYGESTOP**

80 31 31 31

**FÅ HJÆLP TIL
DIT RYGESTOP**

SMS ”RYGESTOP” til 1231

I ugerne 43 og 44 2015 gennemfører Sundhedsstyrelsen 2. kampagneperiode af 'Hjælp til rygestop' – kampagnen. 'Hjælp til rygestop' kampagnen giver alle landets kommuner mulighed for at sætte rygestop på den kommunale dagsorden. Kampagnen gennemføres som del af regeringens forstærkede indsats overfor storrygere (personer, der ryger > 15 cigaretter dagligt eller tilsvarende i andre former for tobak) i perioden 2014 - 2017.

Kampagnen gennemføres i 3 kampagneperioder:

Første kampagneperiode var i ugerne 12 - 13 i 2015

Anden kampagneperiode i ugerne 43 - 44

Tredje kampagneperiode i ugerne 35 - 36 i 2016

Sundhedsstyrelsen har mange gode erfaringer med at samarbejde med kommunerne om kampagner. Og vi ved, at kombinationen mellem de nationale kampagneaktiviteter, fx TV, radio, digital, og lokale kommunale aktiviteter giver den bedste effekt blandt målgruppen. Samtidig giver det nationale fokus kommunerne mulighed for at understøtte egne aktiviteter på rygeområdet.

Vi har i denne guide samlet følgende:

- Evalueringsresultater fra første kampagneperiode
- Forslag til kommunale kampagneaktiviteter
- Information om bestilling af materialer
- Gode tips til, hvordan kommunen kan organisere sine kampagneaktiviteter.

Nogle kommuner har stor erfaring med denne type indsatser og andre mere begrænsede erfaringer. Denne guide tager udgangspunkt i de kommuner, der har begrænsede erfaringer.

I er meget velkomne til at kontakte én af os for hjælp, eller hvis I har spørgsmål til denne guide, materialerne eller kampagnen generelt.

Med venlig hilsen

Anne Rygaard Hjorthøj
Akademisk medarbejder
Sundhedsstyrelsen
Telefon: 72 22 77 47
E-mail: arb@sst.dk

Rikke Primdahl
Specialkonsulent
Sundhedsstyrelsen
Telefon: 72 22 85 01
E-mail: rpn@sst.dk

Indholdsfortegnelse

Om kampagnen	4
Materialer	5
Forslag til aktiviteter	7
Brug af Stoplinen	11
Tips til organisering af indsatsen.....	12
Kort om (stor) rygning	13

Om kampagnen

Kampagnens målgruppe er storrygere, men kampagnen har især fokus på de kortuddannede storrygere. Kampagnen baserer sig på personlige beretninger fra en række ex-rygere og lægger vægt på de positive gevinster ved rygestop. På den måde er kampagnen tænkt som en håndsækning og tilbud om støtte til rygestop – som det fremgår af kampagnens budskab: **”Få hjælp til dit rygestop”**. Det kommunikative redskab er den personlige identifikation, der sigter på at styrke motivationen til igangsættelse af rygestop.

Som ved første kampagneperiode vil der også denne gang være et stort centralt medieindtryk i TV, radio, print og digital (fx Facebook og webbannere). Denne kampagneperiode inddrager 3 nye personer; en rådgiver fra Stoplinien og 2 ex-rygere, hvoraf den ene er stoppet via Stoplinien. Radioindtrykket er i denne kampagneperiode forlænget til også at køre i uge 45, da radio har vist sig at være et centralt medie for netop denne kampagne.

Formålet med den forstærkede indsats overfor storrygere er at bidrage til at begrænse omfanget af tobaksrelateret sygdom og død i Danmark og til at mindske den sociale ulighed i sundhed, der kan tilskrives tobaksrygning. Kampagnens konkrete formål er at øge andelen af rygere, som påbegynder et rygestopforsøg og øge andelen af de rygere, som opsøger støtte og hjælp, når de igangsætter et rygestopforsøg.

Erfaringer fra første kampagneperiode

Da kampagnen kørte første gang blev den godt modtaget af målgruppen. Antallet af henvendelser til Stoplinien var 5-doblet i kampagneugerne, og i særlig grad fra lidt ældre, mænd og storrygere. Mange af de, der havde set kampagnen, oplyste at den havde fået dem til at reflektere over deres rygeadfærd, og dette passer godt med at flere kommuner angav at opleve en stigning i efterspørgslen på rygestopkurser.

Materialer

Trykte materialer, der kan bestilles

Sundhedsstyrelsen har trykt en række materialer, som alle kommuner har mulighed for at få tilsendt. Alle materialer har ”kontakt Stoplinien på telefon eller sms” som handlingsanvisning.

Følgende materialer kan bestilles på <http://sst.schultzboghandel.dk/>

- Flyers (postkortstørrelse)
- Plakater i hhv. A1, A3, A4
- Standere
- Floor Graphics
- Visitkort henvendt til gravide
- Plakater henvendt til gravide
- T-shirts i str. S, M, L, XL
- Bolcher med kampagnelogo
- Roll Up banner til events/arrangementer. Bemærk. Der kan max bestilles 1 stk. Roll up pr. kommune

Materialerne kan bestilles fra 28. august, og sendes inden for ca. 3 hverdage efter bestilling.

Der kan kun bestilles materialer, så længe lager haves.

Materialerne er gratis, men kommunen betaler selv forsendelse.

NB! Der produceres et begrænset antal materialer til kampagnen. Det er derfor vigtigt, at overskydende materialer gemmes og genbruges. Dette gælder især for meget dyre materialer som fx Roll Up bannere.

I forbindelse med den sidste kampagneperiode i 2016 vil der være mulighed for at bestille flere materialer. Information om deadline for dette følge, når tiden nærmer sig.

Stoplinien har også produceret en række plakater med deres logo og kontaklinformationer bl.a. blokke, visitkort og mønter til indkøbsvogne. De kan bestilles her:

<http://www.stoplinien.dk/sundhedsfaglige/bestil-materialer>

Eksempler på plakater



Download digitale materialer – og indsæt eget kommunelogo

Kommunerne har mulighed for selv at downloade materialer og trykke, hvor der er relevant. Materialerne downloades fra Stoplinien.dk/download. Kommunen har derved mulighed for at indsætte eget logo/navn på flyers og plakater.

Følgende materialer kan downloades:

- Plakater
- Flyers (postkortstørrelse)
- Visitkort
- Skabelon til pressemeddelelse
- Skabelon til følgebrev til frontpersonale og samarbejdspartnere
- Web bannere
- Kampagnelogo
- Film: web film til brug på hjemmeside mv, samt film uden lyd til brug på infoskærme.

Forslag til aktiviteter

Information til borgere

Uddeling af materialer

Sundhedsstyrelsen har udarbejdet en række materialer til brug for kommunen. Overvej hvor målgruppen færdes og placer fx plakater, floorstickers, flyers synligt for målgruppen. Indtænk både kommunens egne steder og private steder i lokalområdet, fx:

- Borgerservice
- Biblioteker
- Apoteker eller Matas
- Caféer
- Fitnesscentre
- Kultur-/musiksteder
- Biografer
- Idrætsinstitutioner
- Supermarkeder
- Benzintanke

Eller få ansatte i kommunen eller private samarbejdspartnere til at uddele flyers/bolcher fx på gågaden, i et storcenter, ved supermarkeder eller benzintanke. Bolcher er tænkt som en lettere anledning til at komme i kontakt med målgruppen.

Brug af kommunale infoskærme

Der er udviklet en film uden lyd, der er versioneret til at bruge på infoskærme på fx biblioteker eller borgerservice.

Kommunens hjemmeside/Facebook: Logo, bannere, webfilm

Brug kommunens hjemmeside og evt. Facebook til at oplyse om kampagnen og kommunale rygestoptilbud. Brug de digitale materialer der kan downloades fra Stoplinien.dk/download.

Sundhedsstyrelsen og Stoplinien har lanceret en Facebook-side i forbindelse med "Hjælp til rygestop".

Facebook-siden er eksponeret på div. kampagnematerialer, ligesom der i kampagneperioden gennemføres en annoncekampagne for siden på Facebook. Med 2-3 ugentlige indlæg på tidslinien, vil Facebook-siden eksponere kampagneindholdet og andet relevant rygestopsinformation samt drive brugerne til Stopliniens hjemmeside.

Kommunerne kan sende billeder mv. til brug på den nationale Facebook siden ved at sende materiale i en mail senest 14 dage inden arrangementet til: fbstoplinien@suf.kk.dk.

Bemærk: Den nationale FB side har ikke mulighed for at reklamere for lokale rygestop tilbud, men vil meget gerne fortælle gode historier mv.

Samarbejde med lokale aktører

Mange lokale foreninger og virksomheder har god adgang til målgruppen. Derfor kan det være en god idé invitere disse til at medvirke til at udbrede kendskabet til kampagnen og budskabet om, at der findes gratis hjælp til rygestop.

De lokale afdelinger af patient- og ældreforeninger, brancheforeninger, fagforeninger, sportsklubber, virksomheder eller handelsstandsforeninger kan involveres i at udbrede budskabet til målgruppen.

Det kan gøres ved fx:

- Omtale kampagnen og lokale rygestoptilbud i deres medlemsblade eller gennem andre kommunikationskanaler
- At have materialer/plakater liggende synlig for målgruppen i deres lokaler
- At udpege rollemodeller, fx anførere/trænere for lokale sportshold, der kan fungere som talsmænd for den lokale kampagne i pressen
- Få en person fra kommunen til at uddele materialer eller evt. holde et kort oplæg i forbindelse med evt. arrangementer, hvor mange fra målgrupperne deltager
- Medvirke til at arrangere events eller bemande en stand i forbindelse med øvrige arrangementer

Nogle patientforeninger har specifikke tilbud til kommuner om fx rygestopforedrag til unge (ung-til yngre) eller lungefunktionsmålinger som kunne være del af en event/arrangement. Undersøg hvad der findes i kommunens lokalområde.

Kommunen kan også besøge ungdomsuddannelser – især på erhvervs- og produktionsskoler er der mange rygere. Der findes materialer særligt rettede til unge på xhale.dk. Kampagnen kan også bruges til at hjælpe skolen i gang med at udvikle en rygepolitik.

Samarbejde med praktiserende læger i kommunen

Praktiserende læger er muligvis ikke fuldt orienteret om alle kommunens tilbud. Det er derfor generelt en god idé, at kommunen samarbejder med de praktiserende læger i lokalområdet omkring henvisning til kommunale rygestoptilbud fra de praktiserende læger. Kommunen kan også bestille materialer, som praktiserende læger kan have liggende i deres konsultation. Bemærk: De praktiserende læger bliver orienteret om kampagnen via PLO, men får **ikke** tilsendt materialer direkte. Dette skal gå gennem kommunen.

Events/arrangementer

I første kampagneperiode afholdt Ålborg, Kolding og Odense kommune i samarbejde med Sundhedsstyrelsen startevents for kampagnen i de lokale storcentre. Flere øvrige kommune har på eget initiativ afholdt lignende events.

Tilbagemeldingerne fra alle events har været meget positive i form at mange interesserede borgere – såvel unge som ældre. Borgerne opfattede initiativet som en håndsækning og kommunerne oplevede et øget antal henvendelser til de kommunale rygestoptilbud.

Starteventen bestod i, at 3-4 rygestopinstruktører fra de respektive kommuner uddelte informationsmaterialer om rygestop, tilbød kuliltemåling og rådgav borgere om rygestop. Rygestopinstruktørerne var placeret på centerets centrale torv, hvor en stand var dekoreret med bl.a.:

- kampagnestandere og roll up bannere
- borde med flyers/foldere
- rygestopinstruktørerne var iført kampagne T-shirts

Alle kommuner kan med fordel gennemføre lignende event i storcentre, på gågaden, i supermarkeder eller andre steder, hvor der er let mulighed for kontakt til målgruppen. Kommunen kan også samarbejde med øvrige aktører omkring kampagnearrangementer fx praktiserende læger, tandlæger eller sygdomsbekæmpende organisationer.

Kommuner kan i forbindelse med arrangementer/events med fordel bestille kampagne T-shirts, standere og roll ups. Se info om bestilling af materialer.

Information til kommunalt ansatte

Information til bosteder, herberger og væresteder

Blandt socialt udsatte og psykisk syge er antallet af rygere meget højt. Kommunen kan informere om kampagnen, kommunens rygestoptilbud og evt. give tilbud om besøg af rygestopinstruktør.

Læs mere i publikationen ”Fremme af røgfrihed på væresteder, varmestuer og lignende”

<http://sundhedsstyrelsen.dk/publ/Publ2013/06jun/RoegfriVaeresteder.pdf>

Information til sundhedsplejersker

Informere sundhedsplejerskerne om indsatsen, så de kan tage emnet op under evt. graviditetssamtaler og efter barnets fødsel.

Læs mere i publikationen: <http://sundhedsstyrelsen.dk/publ/Publ2013/11nov/RenLuft.pdf>

Involvering af personale med borgerkontakt

Brug kampagnen som anledning til at involvere de personalegrupper, der har direkte borgerkontakt fx i hjemmeplejen eller under kommunens beskæftigelsesindsats. Involvering kan foregå på forskellige niveauer, fx:

- Personalet informeres om kampagnen, kommunens tilbud og evt. hvordan en samtale om rygning kan tages om. Informationen kan foregå pr. brev eller ved møder/temadage
- Dialog med personalets oplevelser og erfaringer med rygesamtaler
- Involvering af personalet i evt. events/arrangementer med fokus på rygning

Brug lokalpressen - pressemeddelelse

Den lokale presse er god at involvere i indsatsen, fordi de har mange læsere i målgruppen.

Presseomtale kan understøtte eventuelle annoncer, kommunen indrykker omkring rygestoptilbud og promovere kommunale rygestoptilbud.

Sundhedsstyrelsen har lavet en skabelon til pressemeddelelse med forslag til pressevinkler. Denne kan være et udgangspunkt for den lokale presses egen vinkling. I kan ved kontakt til den lokale presse med fordel supplere jeres fortællinger med citater fra folk i kommunen fx borgmesteren, med information om lokale rygestoptilbud mv.

Sundhedsstyrelsen kan kontaktes for evt. rådgivning i forbindelse med presse.



Brug af Stoplinien

Kampagnens handlingsanvisning er at kontakte Stoplinien. For kommunen har det mange fordele at bruge Stopliniens tilbud og henvise til Stopliniens tlf. 8031 3131, der er gratis for kommunen at bruge:

- **Supplement til lokale tilbud**
Stoplinien tilbyder telefoniske rådgivningssamtaler, som kan tilbydes borgere, der ikke er interesseret i et kursus fx pga. skiftende arbejdstider, problemer med børnepasning, lang afstand mellem bopæl og kursussted. Stopliniens tilbud kan bidrage til at den enkelte kommune kan tilbyde en vifte af forskelligartede rygestoptilbud.
- **Sparer ressourcer**
Tilmeldingssted for lokale rygestopkurser – det vil kunne spare kommunen for ressourcer. Dette kan fx gøres ved at angive Stopliniens tlf. nr. på lokalt materiale om rygestop. Hvis kommunerne benytter Kræftens Bekæmpelses Rsiden.dk, kan yderligere en del administration af kurser spares, da Stoplinien får mulighed for at tilmelde borgere direkte til kommunernes kurser.
- **Øger tilgængeligheden for borgeren**
Rygestoptilbud bliver let tilgængelig, da Stoplinien har åbent 46 timer/uge – både dag og aften. Desuden tilbydes borgeren mulighed for at bestille en samtale ved at sende en sms med teksten 'rygestop' til 1231, hvorefter en rådgiver ringer op. Dette sker oftest samme dag, som sms'en er sendt og senest tre hverdage efter.
- **Udgangspunkt i borgerens behov**
Rådgivningen på Stoplinien kan foregå, når det passer borgeren. Der er således ingen ventetid på at få rådgivning. Samtalerne tager i gennemsnit 20 minutter, men der bruges den tid, der er nødvendig. Stoplinien har erfarne rygestoprådgivere, der er uddannede til at tale med alle grupper fx også børn/unge, psykisk syge og gravide
- **Let at kommunikere**
Et tilmeldingssted for alle rygestoptilbud er enkelt budskab at kommunikere i markedsføringen.
- **Øger andelen af rygere der får et rygestoptilbud**
Rådgivningssamtaler på Stoplinien bidrager til at øge andelen af rygende borgere, der hvert år modtager et tilbud om rygestop. Stoplinien udarbejder en gang årligt en oversigt over borgernes brug af Stoplinien fordelt på kommuner.
- **Skræddersyet tilbud til gravide rygere**
Tilbud om telefonisk rådgivningsforløb for gravide rygere og deres partner. Der kan tilbydes op til 7-8 samtaler (og flere hvis nødvendigt), så samtalerne kan fortsætte til efter fødslen

Tips til organisering af indsatsen

I alle kommuner er der fagpersonale, som kan indgå i informationsindsatsen. Det kan for eksempel være hjemmehjælpere, praksiskonsulenter, sundhedsplejersker eller sagsbehandlere. Blandt de materialer der kan downloades, findes en skabelon til et følgebrev, som kommunen kan bruge til frontmedarbejdere.

Det kan det være en god idé samtidig at etablere et samarbejde med organisationer og firmaer udenfor kommunen, som kan bidrage med at udbrede budskabet om mulighederne for gratis rygestop. Det kan for eksempel være praktiserende læger, sportsklubber, patientforeninger, apoteker eller private firmaer. Det behøver ikke at koste mange ressourcer, derimod kan kommunen opleve at få ekstra ressourcer til at gennemføre oplysning.

Vælg en lokal koordinator

Kommunen kan med fordel udpege en person, der er ansvarlig for at koordinere kommunens indsats omkring kampagnen og det samarbejde, I etablerer.

Koordinatorens opgaver er at:

- Koordinere mellem forskellige aktører
- Orienter fagpersonale
- Informere borgere
- Organisere indsatser
- Være ansvarlig for kontakten til pressen

Koordinatoren behøver ikke nødvendigvis at have stort sundhedsfagligt kendskab til rygeområdet men skal i så fald kunne trække på viden fra personer med sundhedsfagligt kendskab til området.

Etablér en koordinationsgruppe

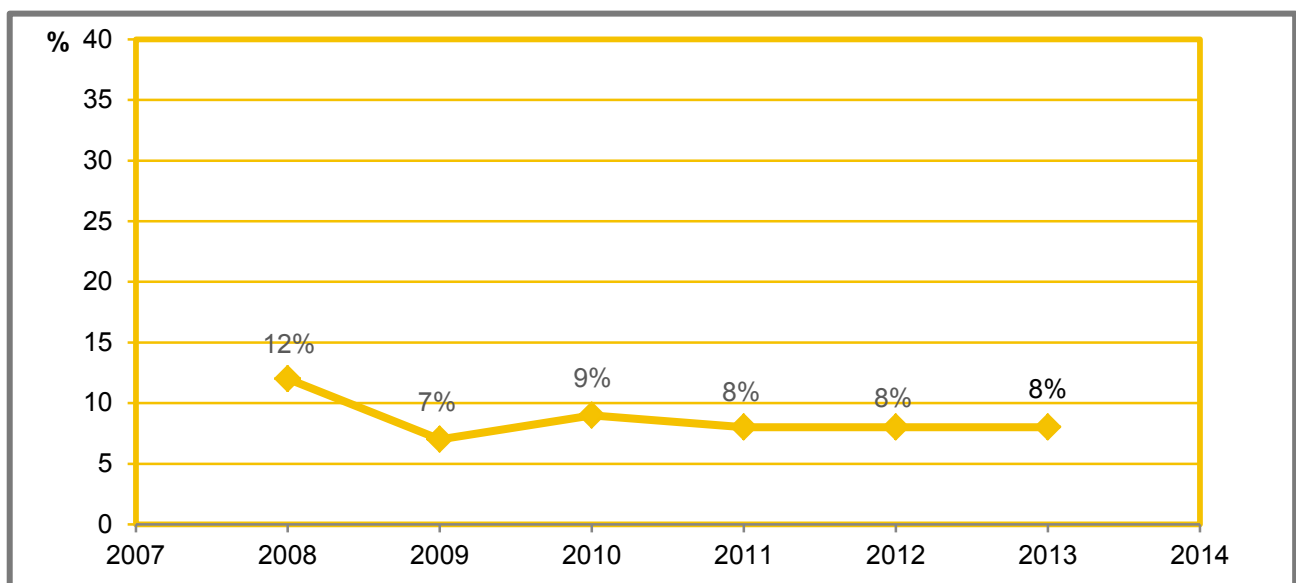
- En koordinationsgruppe kan være en fordel i forhold til at sikre koordination mellem de forskellige faggrupper, der skal udføre indsatsen. Sammensætningen vil afhænge af organiseringen i den enkelte kommune, fx: Kommunens koordinator samt:
- En repræsentant fra sundhedsforvaltningen (eventuelt samme person som koordinator)
- En repræsentant fra ældre/plejeområdet
- En repræsentant fra sundhedsplejen
- En person der arbejder med lokale rygestoptilbud
- En person fra det lokale apotek

Kort om (stor)rygning

Rygere har en øget risiko for udvikling af en lang række sygdomme – både dødelige og ikke-dødelige. Beregninger viser, at rygning kan relateres til 13.000 – 14.000 dødsfald om året, hvilket svarer til næsten hvert fjerde dødsfald i Danmark (Juel et al. 2006).

Uanset hvor meget man ryger, er det forbundet med en forhøjet sygdomsrisiko. Risikoen for en rygerelateret sygdom øges imidlertid med rygemængde, inhalering samt antallet af år, der er blevet røget. Storrygere (personer, der ryger 15 eller flere cigaretter om dagen) lever i gennemsnit otte til ti år kortere end personer, der aldrig har røget, og smårygere (personer, der ryger 14 eller færre cigaretter om dagen) lever gennemsnitlig fem år kortere end personer, der aldrig har røget. Eksrygere lever omkring to år kortere end personer, der aldrig har røget (Juel et al. 2013). Rygning er således blandt de enkeltfaktorer, der kan forebygges, og som betyder mest for folkesundheden i Danmark.

8 % af den danske befolkning er storrygere (Danskernes Rygevaner 2013), og har været faldende, men ligger nu forholdsvis stabilt.



Faldet i andelen af storrygere har ikke været ligeligt fordelt over uddannelsesgrupper. Således er der en større andel blandt personer med lang uddannelse end personer med kort uddannelse, der er holdt op med at ryge eller har undladt at begynde at ryge (Koch et al. 2012). Blandt personer med grundskole som højeste afsluttede uddannelse er 14,4 % storrygere, mod kun 2,6 blandt personer med lang videregående uddannelse (Sundhedsstyrelsen 2014). Blandt personer udenfor arbejdsmarkedet er 23,9 % storrygere og blandt socialt udsatte beskrives langt højere forekomst. Det har resulteret i en stigende social ulighed i rygning. En undersøgelse om social ulighed i dødelighed viser, at rygning og alkohol kan forklare størstedelen af den sociale ulighed i dødelighed og næsten hele den stigning, der har været i uligheden sundhed siden 1985 (Juel et al. 2013).