



**But Why? Kampagneevaluering  
Resultater fra kvantitativ  
Forældre måling**

Sundhedsstyrelsen

Senior Research Executive, Bjarne Lindemose

December 2018

P. nr. 63507

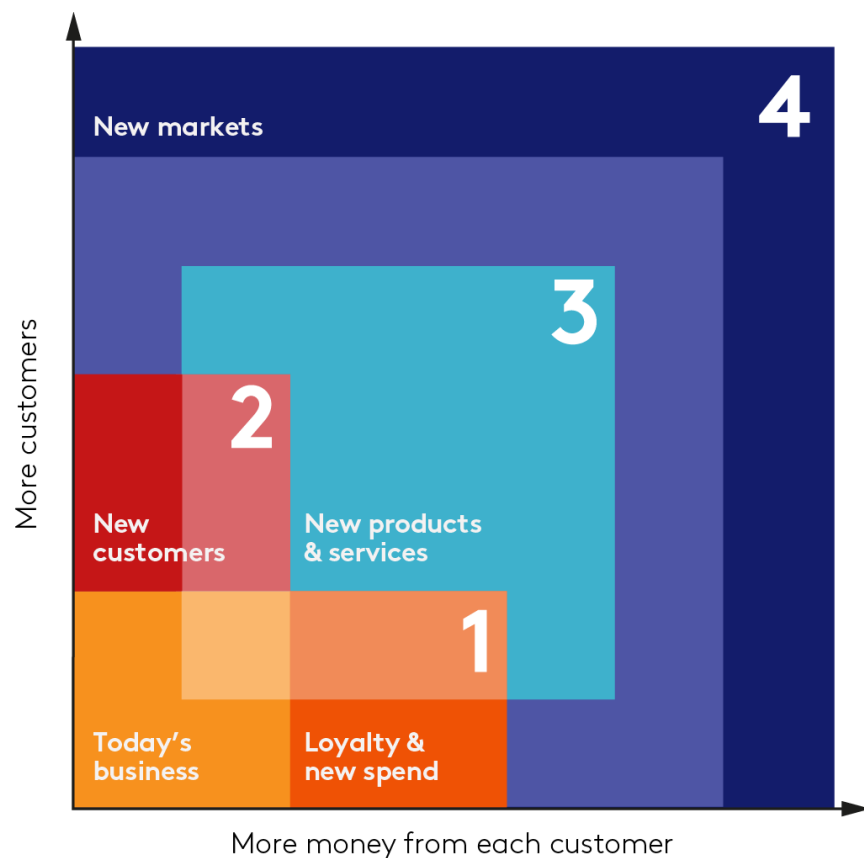


**SUNDHEDSSTYRELSEN**

# Indhold

1	Hovedresultater og anbefalinger	4
2	Baggrund og formål	6
3	Metode	7
4	Resultater	9
5	Statistisk usikkerhed og basestørrelser	25
6	Bilag: Kampagne-statistik m.m.	29

# Indledning



## Forretningsmæssige udfordring:

For mange unge starter fortsat med at ryge. I forbindelse med "Kampagne til forebyggelse af rygestart blandt børn og unge 2017-2020" er der ligeledes udviklet en indsats rettet mod forældre til teenagere.

Som hjælp til disse forældre til teenagere har Sundhedsstyrelsen igangsat "But Why smoke" kampagnen. Her kan forældre få gode råd til hvordan der tales med deres teenagere om rygning.

Nærværende rapport evaluerer kampagnens kommunikative effekt i målgruppen, og giver information om målgruppens holdninger/overvejelser ift. kampagnen og kommunikationen i samme.

Resultaterne fra denne analyse, skal danne grundlag for planlægning og optimering/justering af den løbende kampagne.

# Hovedresultater - I

## Kampagne kendskab:

Meget begrænset kendskab i målgruppen. 0% har besøgt But Why hjemmesiden. 3% af forældrene kender til den men har ikke besøgt den.

I alt 2% af forældrene siger de tidligere har set eller hørt om den forældre-rettede kampagne. Blandt forældre med to eller flere børn er andelen 5%.

Blandt de i alt 18 forældre, der har set kampagneelementer tidligere, svarer 30% at de har set det på Facebook, 29% siger TV mens 18% nævner Internettet.

I Bilag - sidst i denne rapport - findes relevant kampagne-statistik.

# Hovedresultater - II

## Kvalitet af materialet:

Generelt modtages materialet positivt, 63%. Blot 6% vurderer materialet dårligt. Cirka en tredjedel er dog ikke i stand til at besvare (og angiver således et "Ved ikke").

På spørgsmålet om hvorvidt forældrene mener de kan bruge rådene i forældrematerialet, svarer 56% "Ja, i høj grad" eller "Ja, i nogen grad". Blot 8% mener slet ikke de kan bruge materialet.

Adspurgte om hvorvidt forældrene tror deres teenagere kender til de unge-rettede But Why kampagner; svarer 9% at deres teenagere kender til kampagnen.

## Hovedresultater - III

**Brug af cigaretter m.m. :** Langt størstedelen (88%) af de adspurgte forældre svarer at deres teenagere hverken bruger snus, ryger cigaretter eller anvender e-cigaretter. På totalniveau siger 8% at deres teenagere ryger cigaretter – denne andel stiger med teenagerens alder.

**Bekymring og risiko:** Blandt de i alt 76 forældre, hvis teenager ryger, svarer hele 94% at de er bekymrede i ”høj grad” eller ”nogen grad”. Blandt de forældre, der ikke har teenagere, der ryger vurderes risikoen meget lav for at netop deres teenager begynder at ryge; således svarer 91% Lav risiko” eller ”Ingen risiko”.

**Samtale med den unge/Holdning til rygning:** Hele 93% af forældrene har talt med deres teenagere om rygning. På spørgsmålet om hvad forældrene tror, er deres teenagers holdning til rygning, svarer 85% at cigaretter er usundt, efterfulgt ”Det er ulækkert at ryge” (59%) samt ”Det smager dårligt” (31%).

**Samtale (skole/institution) – klasseaftaler:** I alt har 28% af forældrene talt om rygning på deres teenagers skole/institution. Jo yngre teenager jo højere andel af forældre har talt om rygning med de øvrige forældre i klassen. I alt svarer 17% af forældrene at de har klasseaftaler vedrørende rygning. Højeste andel af klasseaftaler ses blandt forældre med 15-16 årige teenagere.

# Baggrund og formål med kampagnen

Kampagnen er en del af Patienternes Kræftplan (august 2016), hvor visionen om en røgfri generation i 2030 beskrives. Sundhedsstyrelsen har derfor valgt at gennemføre en holdningsændrende og normsættende kampagne, som taler for en røgfri norm og ungekultur, vis primære formål er at forebygge rygestart blandt børn og unge i perioden 2017-2020.

Kampagnen skal sikre opmærksomhed gennem involvering fra målgruppen, rammesættende tiltag og viden, samtidig med at der er fokus på at give forældrene redskaber til at støtte deres unge i at forblive røgfrie.

Kampagnen finansieres af satspuljemidler fra satspuljeaftalen på sundhedsområdet for 2017 – 2020. Kampagnen afvikles i 2017, 2018, 2019 og 2020 med kampagnestart 23. oktober 2017. Sundhedsstyrelsen ønsker således en evaluering af kampagnen over en 4 årig periode.

Kampagnen evalueres årligt i den primære unge-målgruppe. Herudover evalueres det forældrerettede tiltag i 2018.

Nærværende rapport indeholder resultaterne fra forældre-del evalueringen.

# Metode

**Målgruppe:** Forældre med unge i alderen 14-19 år.

**Metode:** Kvantitativ dataindsamling via online spørgeskema i GallupForum (onlinepanel).  
Datamaterialet er vejlet på forældres køn samt Region.

**Stikprøvestørrelse:** 804 forældre

Fordelingen kan ses på rapportens bagerste side.

**Interviewene er foretaget i perioden:** 23. november til 4. december, 2018.



# Kampagne elementer

## Kampagne film

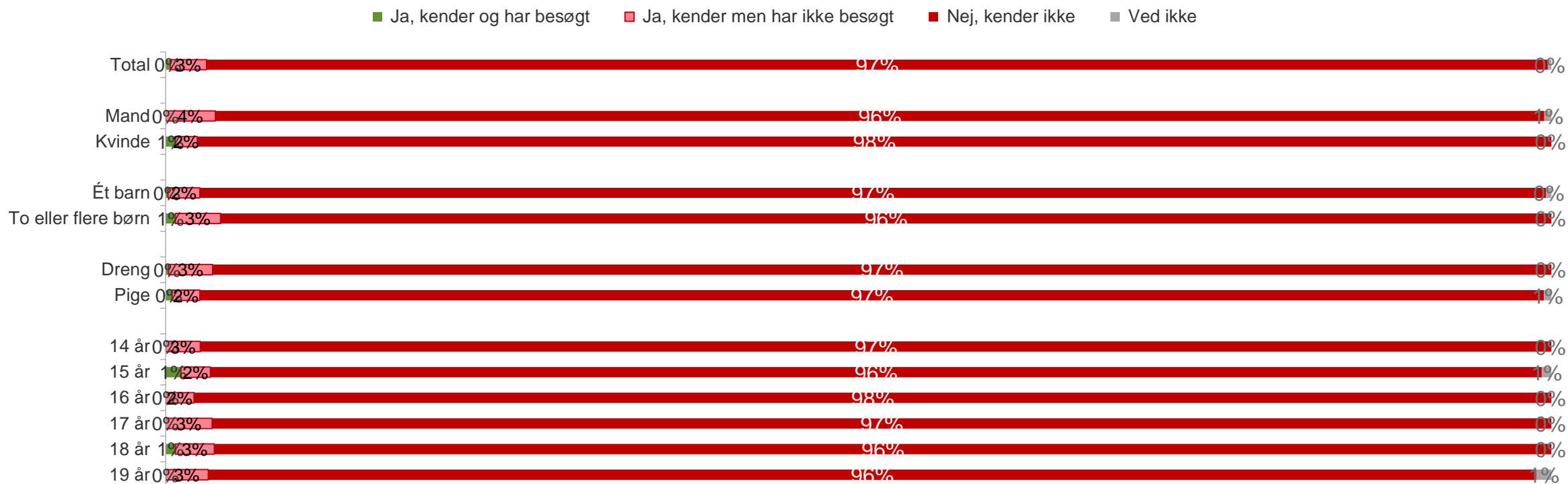


# But Why - forældreundersøgelse

**Q011:** Sundhedsstyrelsen gennemfører en kampagne kaldet BUT WHY? der har til hensigt at få færre unge til at ryge eller begynde at ryge. Kampagnen består af en del rettet mod de unge 14-19 årige og en del rettet mod forældrene.

De følgende spørgsmål handler om kampagnens forældredel.

Kender du denne But why smoke: Hvorfor egentlig ryge? hjemmeside – og har du besøgt den?



Base: Total: 804

# But Why - forældreundersøgelse

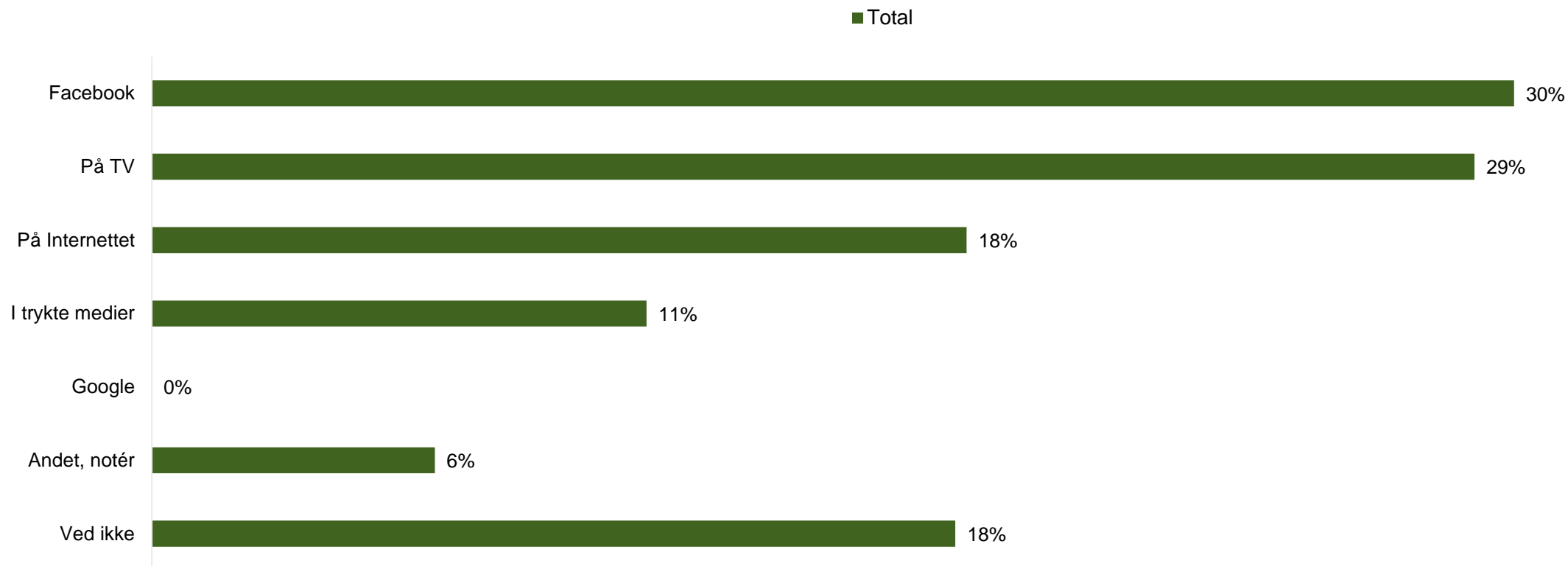
**Q014:** Det du netop har set er elementer fra den forældre-rettede del af "BUT WHY? kampagnen" Har du tidligere set eller hørt om den forældre-rettede del af kampagnen?



Base: Total: 804

# But Why - forældreundersøgelse

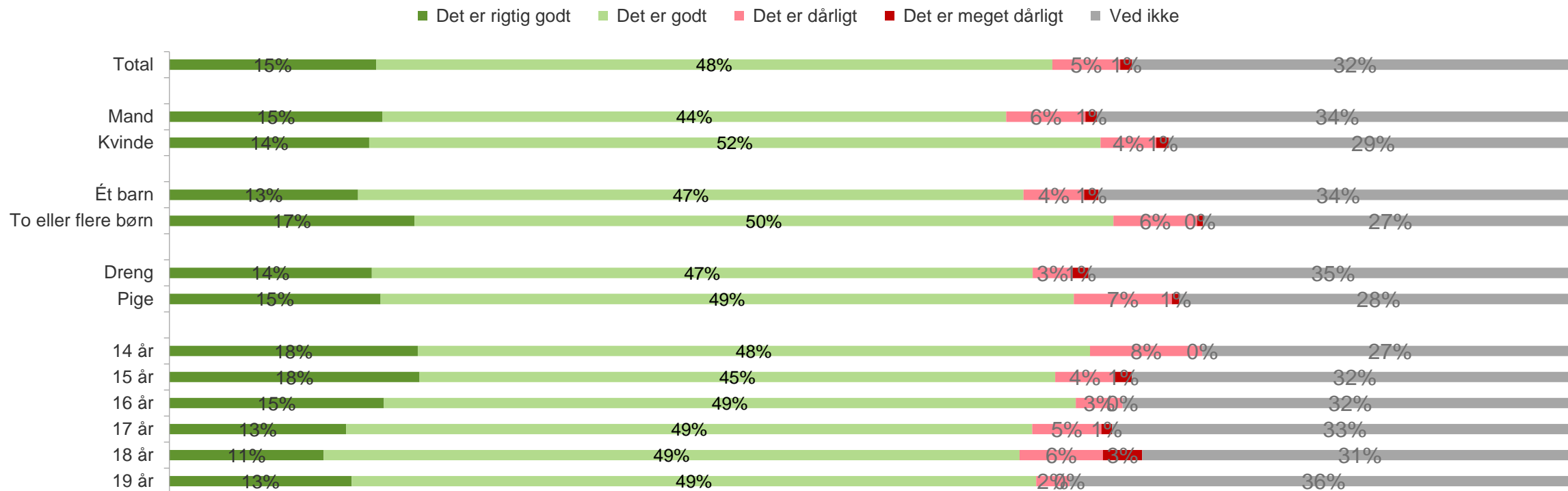
**Q030:** Hvor har du tidligere set elementer fra den forældre-rettede del af BUT WHY? kampagnen?



Base: Total: 18

# But Why - forældreundersøgelse

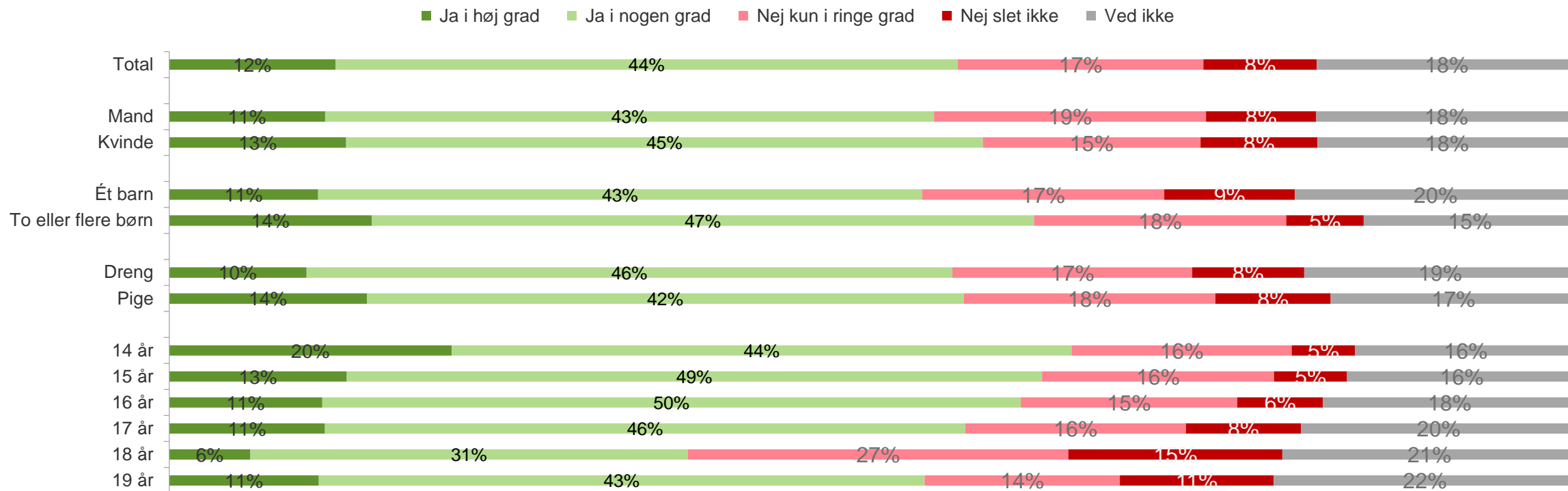
**Q015:** Hvad synes du alt i alt om det forældre-rettede materiale i "BUT WHY?" kampagnen (film, hjemmeside m.m.)?



Base: Total: 804

# But Why - forældreundersøgelse

**Q016:** Tror du, at du kan bruge de råd, der er i forældrematerialet til at tage dialogen med din teenager om rygning?

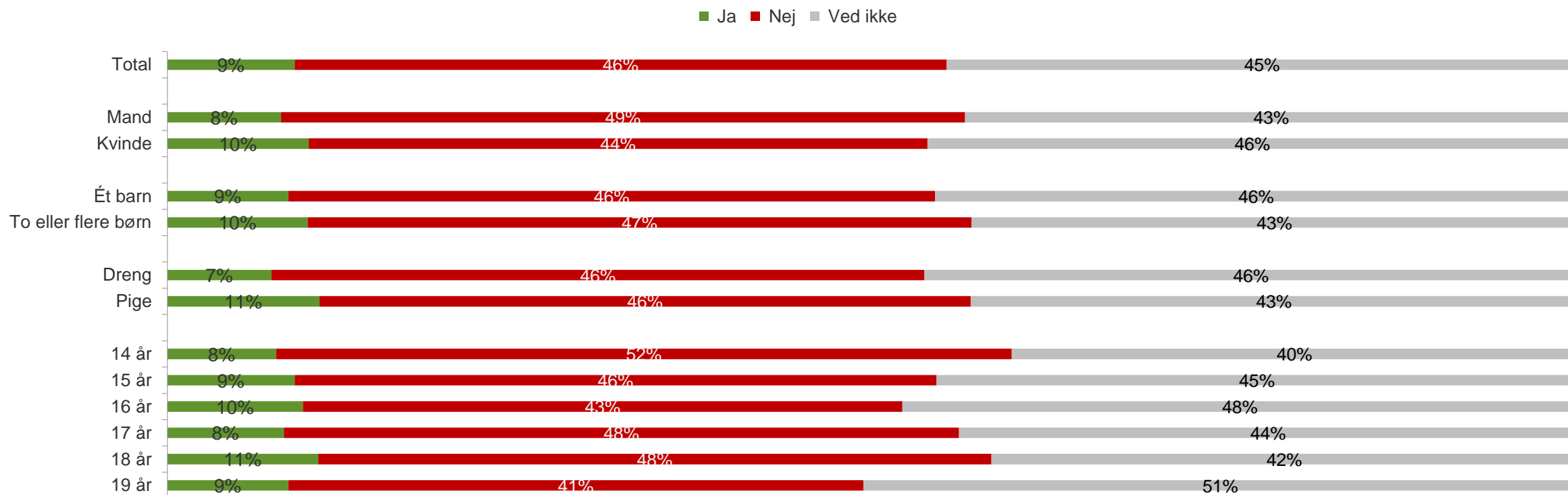


Base: Total: 804

# But Why - forældreundersøgelse

**Q017:** Er det dit indtryk at din teenager har kendskab til unge-delen af BUT WHY? kampagnen?

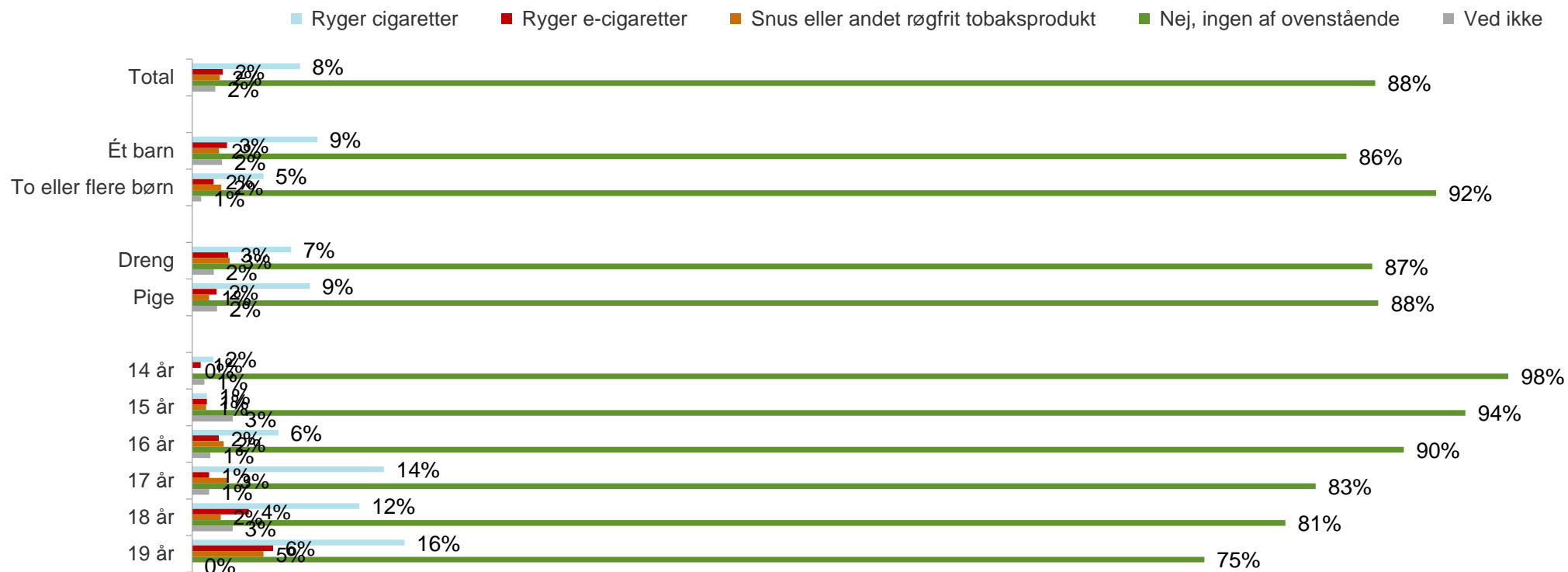
Kampagnen har udover to korte videofilm omkring unge og den første rygeerfaring, også bestået af printmateriale uddelt på uddannelsessteder samt personlige indlæg af en række kendte unge youtubere og bloggere som fx. Victoria Garber og Geggo.



Base: Total: 804

# But Why - forældreundersøgelse

**Q018:** Bruger eller anvender din teenager, et eller flere af nedenstående produkter – enten fast eller en gang i mellem fx til fester? Gerne flere svar

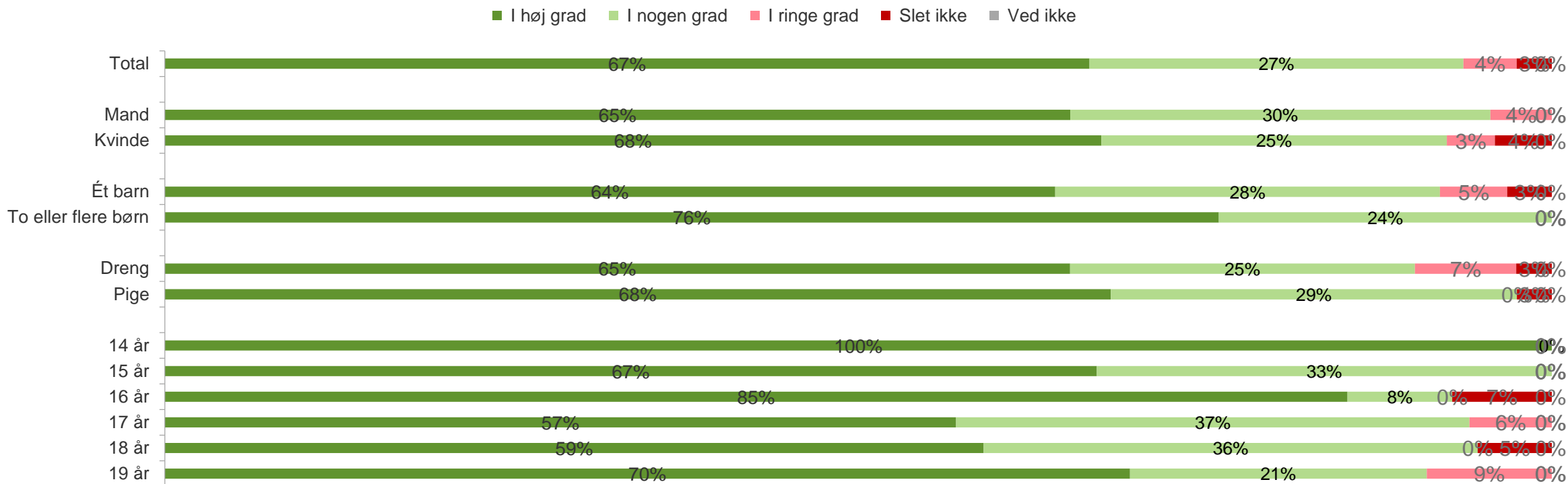


Base: Total: 804



# But Why - forældreundersøgelse

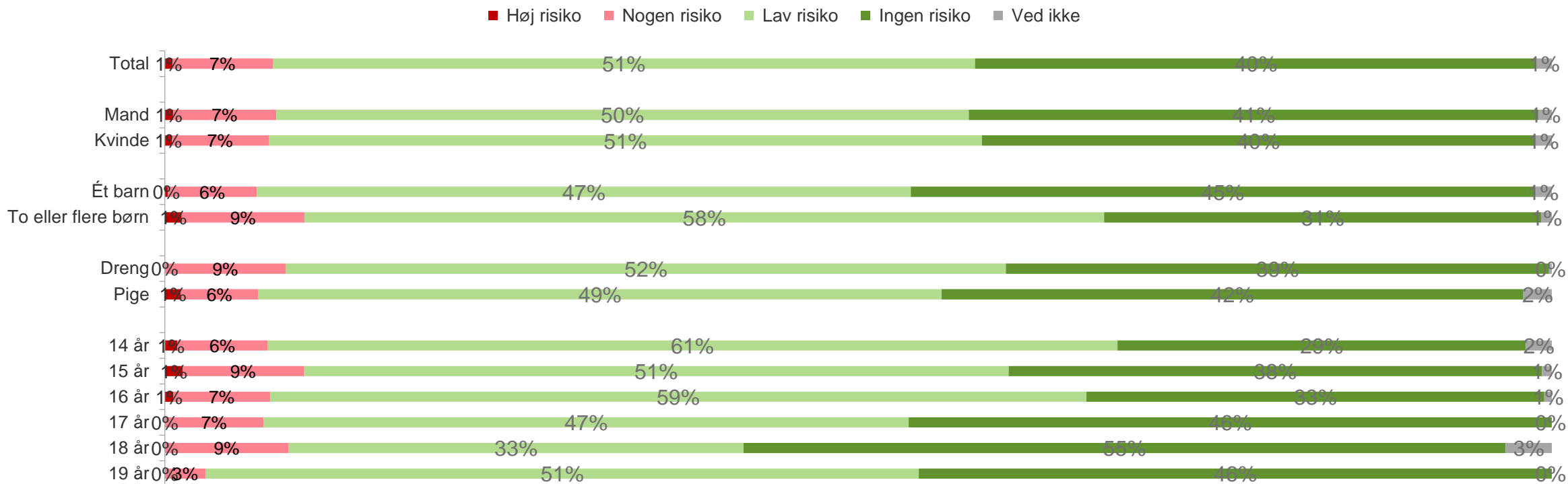
**Q026:** I hvor høj grad bekymrer det dig at din teenager ryger (enten fast eller lejlighedsvist)?



Base: Total: 76 (Ryger cigaretter/bruger e-cigaretter)

# But Why - forældreundersøgelse

**Q027:** Hvordan vil du vurdere risikoen for at netop din teenager begynder at ryge (enten fast eller lejlighedsvist)?



Base: Total: 728 (Ryger ikke cigaretter/bruger ikke e-cigaretter)

# But Why - forældreundersøgelse

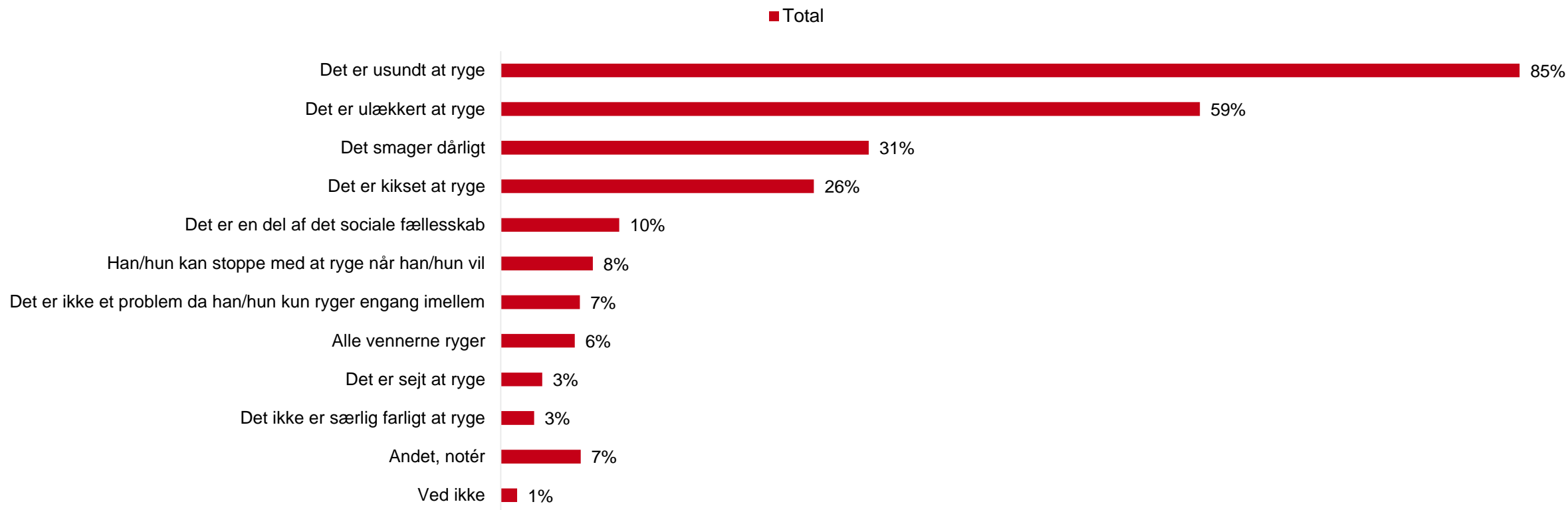
**Q023:** Har du talt med din teenager om det at ryge eller begynde at ryge?



Base: Total: 804

# But Why - forældreundersøgelse

**Q019:** Hvilken holdning tror du din teenager har til rygning? Gerne flere svar



Base: Total: 804

## But Why - forældreundersøgelse

**Q019:** Hvilken holdning tror du din teenager har til rygning?

Åbne svar fra svarmuligheden "Andet, notér"



Base: Total: 154

# But Why - forældreundersøgelse

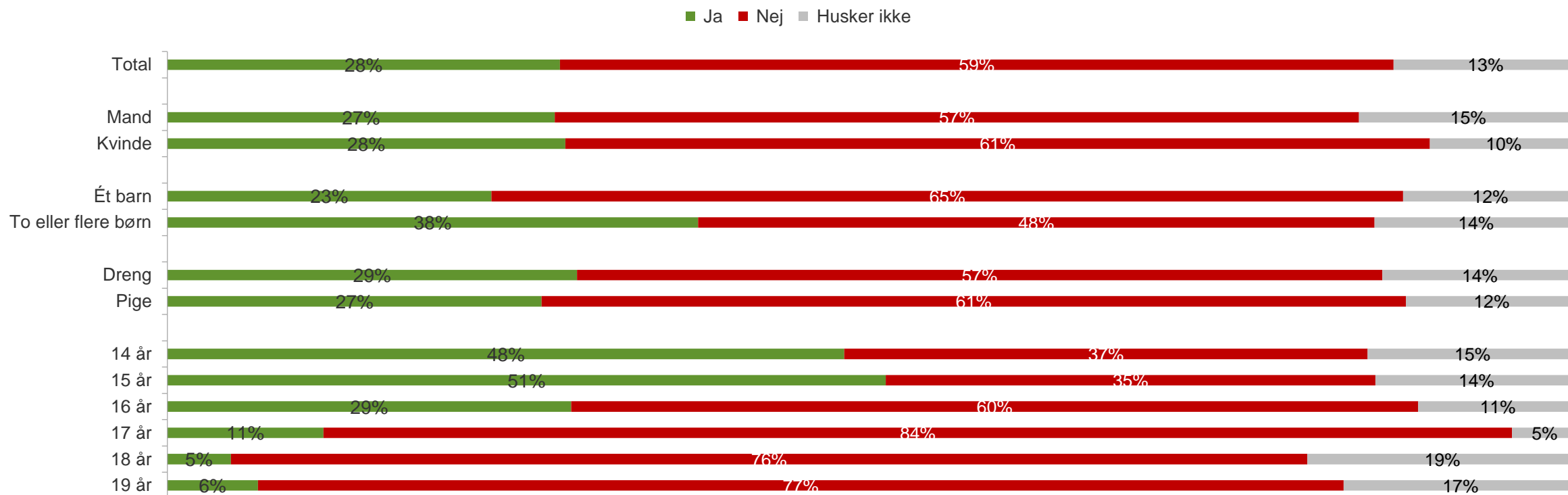
**Q020:** Cirka hvor mange elever er der i din teenagers klasse?

**Q021:** Cirka hvor mange i din teenagers klasse tror du ryger, enten fast eller som fetryger?

Total		Forælder: Mand	Forælder: Kvinde	Ét barn	To eller flere børn	Dreng	Pige	14 år	15 år	16 år	17 år	18 år	19 år
Gns antal elever i klasse	22,71	22,92	22,49	23,03	22,13	22,43	22,98	21,64	21,74	22,05	24,83	23,89	22,88
Gns antal der ryger (fast eller fest)	5,79	5,75	5,83	6,25	5,03	5,28	6,33	2,67	3,32	6,44	8,69	9,96	8,87
Andel	25%	25%	26%	27%	23%	24%	28%	12%	15%	29%	35%	42%	39%

# But Why - forældreundersøgelse

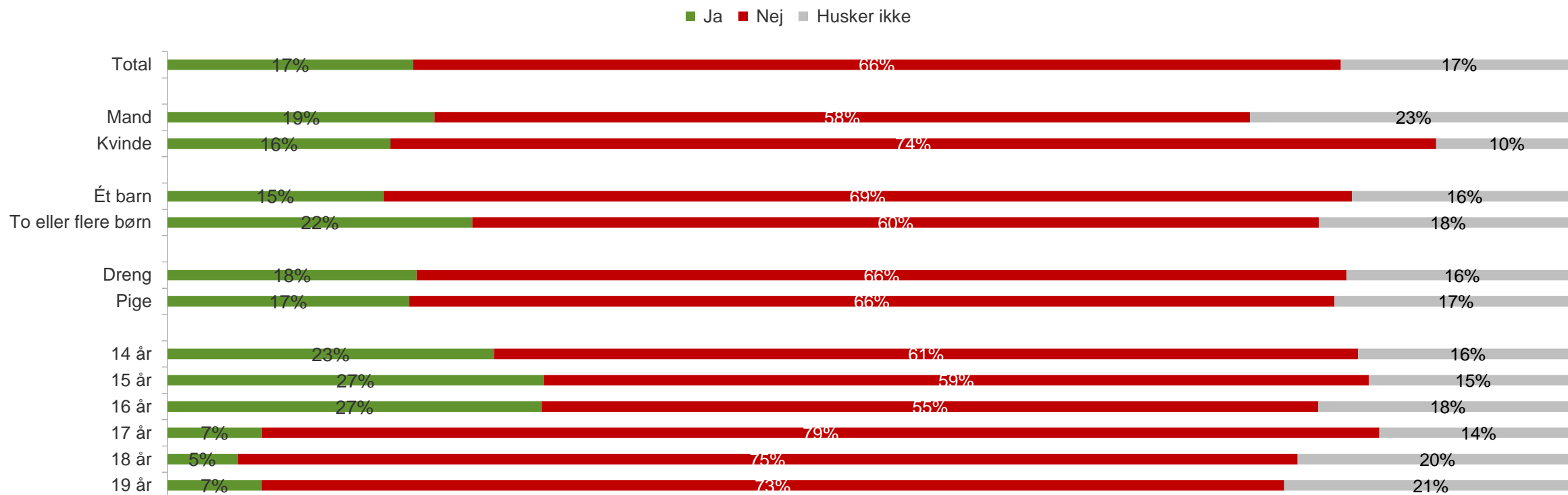
**Q022:** Har I talt om rygning og røgfri tobak på din teenagers skole/uddannelsesinstitution – for eksempel i forbindelse med et forældremøde?



Base: Total: 738

# But Why - forældreundersøgelse

**Q024:** Er der lavet klasseaftaler om rygning i din teenagers klasse?

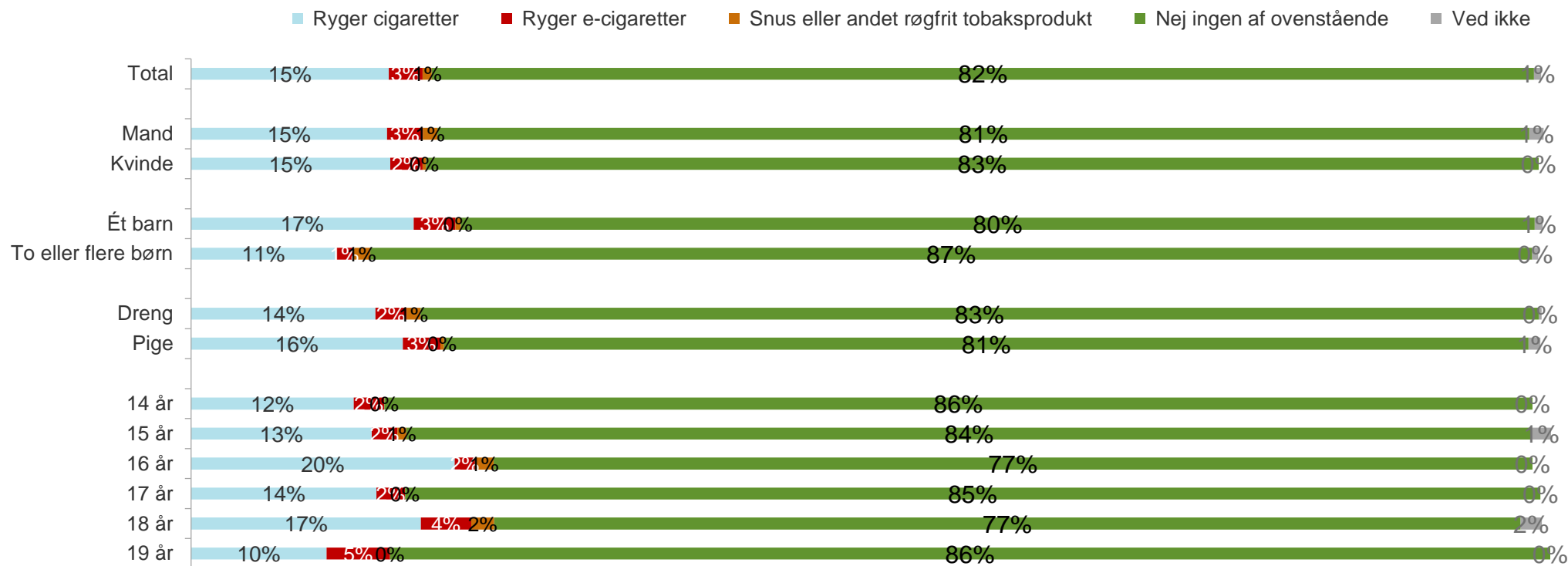


Base: Total: 738



# But Why - forældreundersøgelse

**Q025:** Ryger eller anvender du selv ét eller flere af nedenstående produkter (enten fast eller lejlighedsvist)?



Base: Total: 804

# Statistisk usikkerhed

De procenttal, der gengives i resultatafsnittet, er behæftet med en vis usikkerhed hidrørende fra, at man i stedet for at spørge alle i populationen kun har spurgt et mindre udvalg af dem.

Usikkerheden kan angives som 95% sikkerhedsgrænse. Det betyder, at det sande procenttal med 95 % sikkerhed ligger indenfor et givent interval.

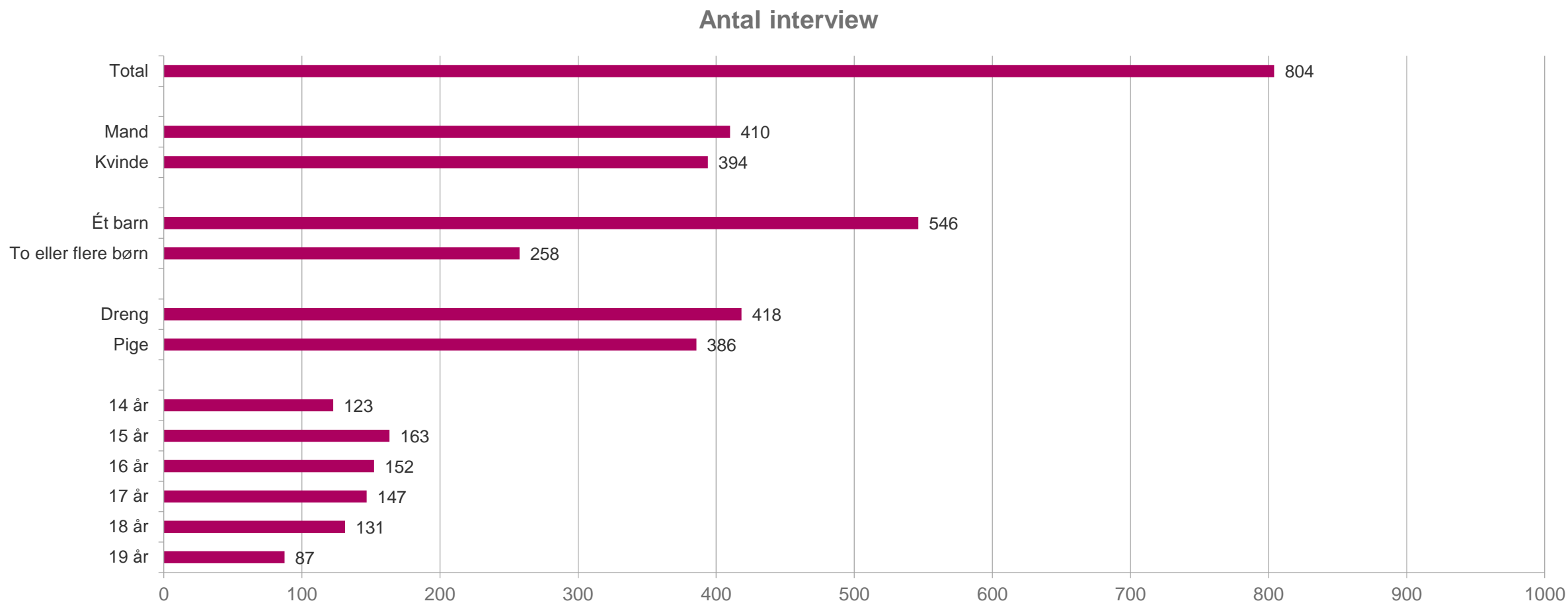
Dette interval er baseret på basestørrelse.

Følgende slides viser en oversigt over størrelsen på de statistiske usikkerheder, samt basestørrelser.

# Statistisk usikkerhed

Stikprøve- størrelse	5% eller 95%	10% eller 90%	15% eller 85%	20% eller 80%	25% eller 75%	30% eller 70%	35% eller 65%	40% eller 60%	45% eller 55%	50%
50	6,0	8,3	9,9	11,1	12,0	12,7	13,2	13,6	13,8	13,9
75	4,9	6,8	8,1	9,1	9,8	10,4	10,8	11,1	11,3	11,3
100	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	8,9	9,3	9,6	9,8	9,8
150	3,5	4,8	5,7	6,4	6,9	7,3	7,6	7,8	8,0	8,0
200	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,6	6,8	6,9	6,9
250	2,7	3,7	4,4	5,0	5,4	5,7	5,9	6,1	6,2	6,2
300	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7
400	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
500	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
600	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,8	3,9	4,0	4,0
700	1,6	2,2	2,7	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
800	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3
1.000	1,4	1,9	2,2	2,5	2,8	3,0	3,0	3,0	3,1	3,1
1.200	1,2	1,7	2,0	2,3	2,5	2,6	2,7	2,8	2,8	2,8
2.000	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2
2.500	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0
7.000	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2

# Base



# **Bilag**

## **Kampagnestatistik m.m.**

# Kampagne – statistik - I

Til nuancering af resultaterne fra denne forældremåling er her samlet relevant statistik for kampagnen omfang og effekt.

Denne information er leveret af Sundhedsstyrelsens bureauer; ADVICE og Vizeum:

- Det samlede mediebudget for forældredelen for 2018 er DKK 272.725,-
- I alt har kampagnen genereret 22800 besøg på sitet, fordelt på 18699 besøgende.
- Bounce rate er på 10,51% svarende til at 9 ud af 10 bliver hængende, når man først har fundet frem til sitet.
- Den gennemsnitlige tid brugt på sitet er 2.06 minutter – hvilket vurderes som over middel (i det omfang man kan lave benchmark på tværs af websites).

På de følgende sider findes; Adwords, Adwords søgetermer, Facebook Reach, Facebook Video samt Facebook materialet.

Kampagne Rygestop

	Eksp.	Klik	Pris	CPC	CTR	Gns. Pos.	Eksp.andel på Søgenetværket
mar	5.166	399	3.150,64 kr.	7,90 kr.	8%	1,36	95%
apr	7.024	513	4.462,43 kr.	8,70 kr.	7%	1,38	94%
maj	6.923	609	5.454,84 kr.	8,96 kr.	9%	1,38	94%
jun	5.474	522	5.391,22 kr.	10,33 kr.	10%	1,34	95%
jul	3.989	289	4.156,68 kr.	14,38 kr.	7%	1,59	94%
aug	16.874	766	10.010,14 kr.	13,07 kr.	5%	1,91	83%
sep	14.815	1.032	11.047,49 kr.	10,70 kr.	7%	1,38	79%
okt	3.762	416	4.452,49 kr.	10,70 kr.	11%	1,14	81%
nov	7.700	853	8.558,23 kr.	10,03 kr.	11%	1,17	93%
dec	6.152	614	5.723,94 kr.	9,32 kr.	10%	1,27	93%
Grand Total	77.879	6.013	62.408,10 kr.	10,38 kr.	8%	1,46	90%

Periode: 9.3.18-31.12.18  
Kilde: Google Ads

Rygestopkampagnen har i alt haft **77.879 annonce-visninger** og **6.013 klik** på Google Ads, hvilket vil sige at i 8% (CTR) af dem der har setannoncerne, har valgt at klikke på dem.

Gennem kontinuerlig søgeordsanalyse er CTR'en steget måned for måned, hvilket indikerer høj relevans for brugerne.

Der har været fokus på at holde prisen per klik (CPC) lav. Især i sommermånederne har mange søgninger resulteret i højere klikpriser og dermed større omkostninger. Dog lander kampagnen stadig under budget.

# Adwords - Søgetermer

Top 10 søgetermer, der har drevet mest trafik til siden

1. Stop med at ryge
2. Stop rygning
3. Hvordan stopper man med at ryge
4. Fakta om rygning
5. Unge og rygning
6. Hvad gør rygning ved kroppen
7. Hvorfor ryger unge
8. Ryge stop
9. Rygning fakta
10. Rygning unge

Annonce der har drevet mest trafik til siden

Hvorfor egentligt ryge? | Få gode råd om rygestop

Annonce [www.butwhysmoke.dk](http://www.butwhysmoke.dk)

Sundhedsstyrelsen har samlet gode råd om unge og rygning. Læs mere her.



# Facebook – Reach

Post navn	Timing	Reach	Eksponeringer	Frekvens	Klik	CTR	Budget
Video #1 v1 Hvorfor starter teenagere med at ryge?	Uge 11	149.112	281.553	1,89	2.092	0,74%	21.875
Video #1 v2 Hvorfor starter teenagere med at ryge?	Uge 11	145.202	307.959	2,12	2.610	0,85%	21.875
Video #2 v1 Hvad skal jeg sige til min teenager, hvis jeg selv ryger?	Uge 12	131.990	261.316	1,98	874	0,33%	21.875
Video #2 v2 Hvad skal jeg sige til min teenager, hvis jeg selv ryger?	Uge 12	117.531	235.691	2,01	560	0,24%	21.875
Video #3 v1 Hvad gør jeg, hvis min teenager ryger?	Uge 14	129.148	243.679	1,89	1.153	0,47%	21.875
Video #3 v2 Hvad gør jeg, hvis min teenager ryger?	Uge 14	107.263	233.159	2,17	778	0,33%	21.875
Video #4 v1 5 gode råd om unge og rygning	Uge 15	100.798	231.651	2,30	734	0,32%	21.875
Video #4 v2 5 gode råd om unge og rygning	Uge 15	73.582	199.233	2,71	356	0,18%	21.875
Billede #1 Rygning forårsager den vildeste popularitet	Uge 12-13	50.325	152.235	3,03	735	0,48%	14.247
Billede #2 Rygning viser, at du hænger ud med alle de seje	Uge 15-16	53.072	171.135	3,22	897	0,52%	15.000
		<b>228.019</b>	<b>2.317.611</b>	<b>2,33</b>	<b>10.789</b>	<b>0,45%</b>	<b>204.247</b>

På Facebook har kampagnen distribueret **4 videoer**. Der er lavet to posts pr. video, da der har været to forskellige tekst-varianter. Som opfølgning på videoerne har været **2 billedposts**, der er blevet brugt til geneksponering af de brugere, der viste interesse i videoposts ved at se 25% af video.

De enkelte videoposts er **gennemsnitligt nået ud til omkring 180.000 personer**, når begge tekst-varianter sammenholdes. Der har været en gennemsnitlig frekvens på cirka 2 på videoposts og lidt højere på de opfølgende billedposts.

Videoposts har været optimeret mod video views (View Through Rate), men kampagnen har også sendt nogle besøgende ind til butwhysmoke.dk. **10.789 klik** er blevet genereret på tværs af video- og billedposts med størst volumen og klikrate (CTR) på den første videopost. Men de opfølgende billedposts har været gode til at forlænge interessen vurderet ud fra CTR.

# Facebook – Video

Post navn	Reach	Eksponeringer	Første 3 sek.	25%	50%	75%	100%
Video #1 v1 Hvorfor starter teenagere med at ryge?	149.112	281.553	97.763	9.115	5.114	3.501	2.317
Video #1 v2 Hvorfor starter teenagere med at ryge?	145.202	307.959	104.634	10.444	5.813	3.861	2.468
Video #2 v1 Hvad skal jeg sige til min teenager, hvis jeg selv ryger?	131.990	261.316	94.707	14.330	6.827	4.316	2.025
Video #2 v2 Hvad skal jeg sige til min teenager, hvis jeg selv ryger?	117.531	235.691	88.740	13.918	6.761	4.460	2.587
Video #3 v1 Hvad gør jeg, hvis min teenager ryger?	129.148	243.679	87.780	8.649	3.859	2.279	1.499
Video #3 v2 Hvad gør jeg, hvis min teenager ryger?	107.263	233.159	87.257	8.357	3.772	2.284	1.581
Video #4 v1 5 gode råd om unge og rygning	100.798	231.651	69.980	5.508	2.751	1.942	1.440
Video #4 v2 5 gode råd om unge og rygning	73.582	199.233	59.498	6.212	3.173	2.244	1.727
	<b>119.328</b>	<b>1.994.241</b>	<b>690.359</b>	<b>76.533</b>	<b>38.070</b>	<b>24.887</b>	<b>15.644</b>
			<b>35%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>

Kampagnens videoposts har været optimeret mod at generere video vews i målgruppen ”P35+, forældre til teenagere 13-18 år”


De 4 videoer har samlet opnået ca. 2 mio. eksponeringer. Heraf har knap **700.000 (35%) set med de første 3 sekunder** (som ifølge Facebook definerer et view).

Herefter har videoerne haft **svært ved at holde interessen** og 25% inde i videoerne er kun 4% stadig med. Dette er den pulje, som vi ønskede at arbejde videre med ift. retargeting med billedposts, så denne målgruppe måtte vi undervejs udvide til at inkludere brugere, der havde set 10% at videoerne for at få volumen nok igennem.


På tværs af de 4 videoer har **gennemsnitlig 1% set videoerne helt igennem**. Videoerne har en gennemsnitlig spillelængde på 1,5 minut, hvilket har været lang tid at skulle fastholde denne målgruppes interesse. Det skal nævnes til sammenligning, at den gennemsnitlige visningstid for en video på Facebook er 2 sekunder og gennemsnittet for disse videoer ligger på 4-5 sekunder. Så videoerne her ser ud til at være kommet fint fra start, men **mister hurtigt brugernes interesse**. Det kan der være flere årsager til: Længden på videoerne, tempoet i klipningen, målgruppens tålmodighed...

Baseret på video performance er der meget lille forskel mellem tekst-variationerne for de enkelte posts. Så fremadrettet bør det overvejes, om det giver mening at lave to versioner af den enkelte post. Det er nemmere at kontrollere reach og frekvens, når der kun er én enkelt variant i rotation.

# Facebook – Materiale

**Hvorfor ryger teenagere, egentlig?**  
Sponsored · 🌐

Hvis du ryger og har teenagere i huset, er det særligt vigtigt at tage snakken om rygning. Se med og få gode råd om, hvordan du kan tale med din teenager om rygning – selv om du selv ryger.



Hjælp din teenager:  
Hold hjemmet røgfrit.

Hvad skal jeg sige til min teenager, hvis jeg selv ryger?

Her får du viden om unge og rygning, finder gode råd til at snakke med din teenager og kan teste din holdning til rygning.

[Learn More](#)

Videopost

**Hvorfor ryger teenagere, egentlig?**  
Sponsored · 🌐



Unge begynder tit at ryge, fordi de gerne vil være en del af en bestemt gruppe. Er du bekymret for din teenager, men i tvivl om hvordan du kan få gang i en snak om rygning?



HVORFOR RYGER  
TEENAGERE, EGENTLIG?

BUTWHYSMOKE.DK

Sådan snakker du med din teenager om rygning

Få viden om unge og rygning, find gode råd til at snakke...

[Learn More](#)

83 Reactions 71 Comments 64 Shares

 Like  Comment  Share

Billedpost