

STUD

Sundhedsstyrelsen

KUN MED KONDOM ER I ALENE I SENGEN

Mere end hver 4. ung på 25 år har haft en seksygdom. Hvis du ikke bruger kondom, er du også sammen med din partners tidligere partnere.

Spil RUB* it på mobilen, bliv topscorer og vind en rejse for to til Red Mountain Skiteethal eller masser af kondomer.

SMS RUB til 1919* og få linket til gratis download. *Tilbudet er gratis, gælder i 2013.

8=>
KUN MED KONDOM

SEX

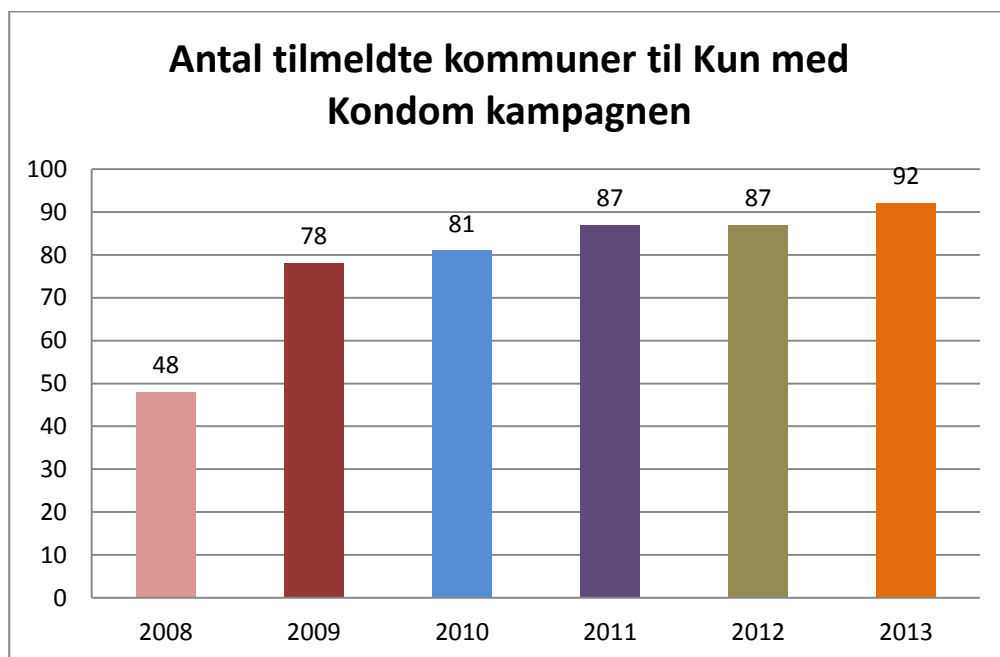
I Solid DANCE

f /KUNMEDKONDOM

Evaluering af Kun med Kondom-kampagnen 2013

Kommune der er tilmeldt kampagnen med selvstændige aktiviteter

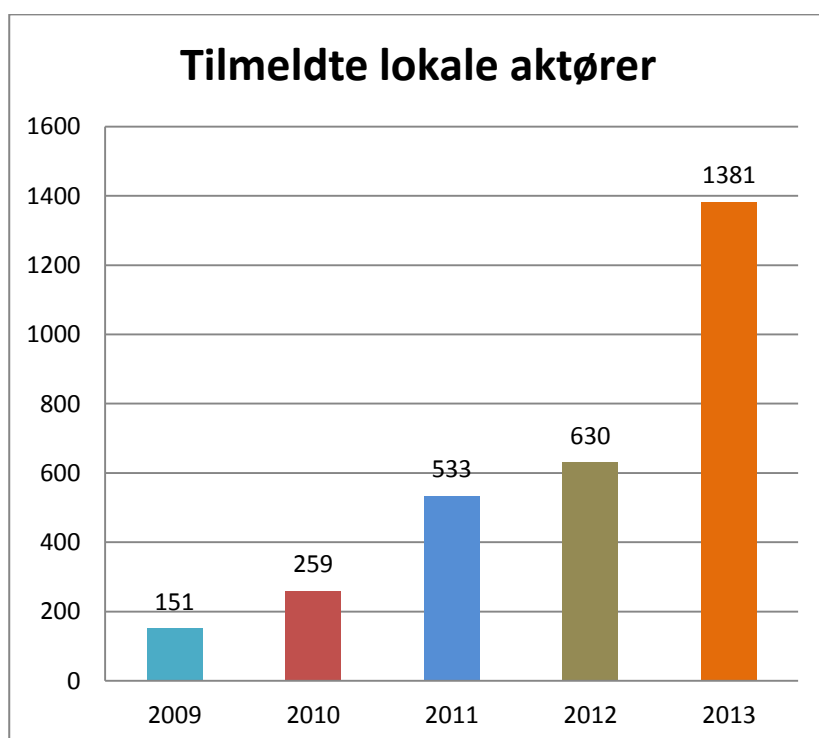
I 2013 havde 92 ud af 98 kommuner tilmeldt sig kampagnen. Dermed satte kampagnen igen rekord med 94 % af alle kommuner tilmeldt kampagnen.



Antal tilmeldte lokale aktører

I 2013 var der tilmeldt 931 lokale aktører, hvilket er ca. 50 % flere end i 2012, hvor der var tilmeldt 630 lokale aktører. Blandt de tilmeldte aktører i 2013 var der 240 uddannelsesinstitutioner, 27 !Solid forretninger og 197 7-Eleven forretninger og 106 fredagsbarer med kondom-tema.

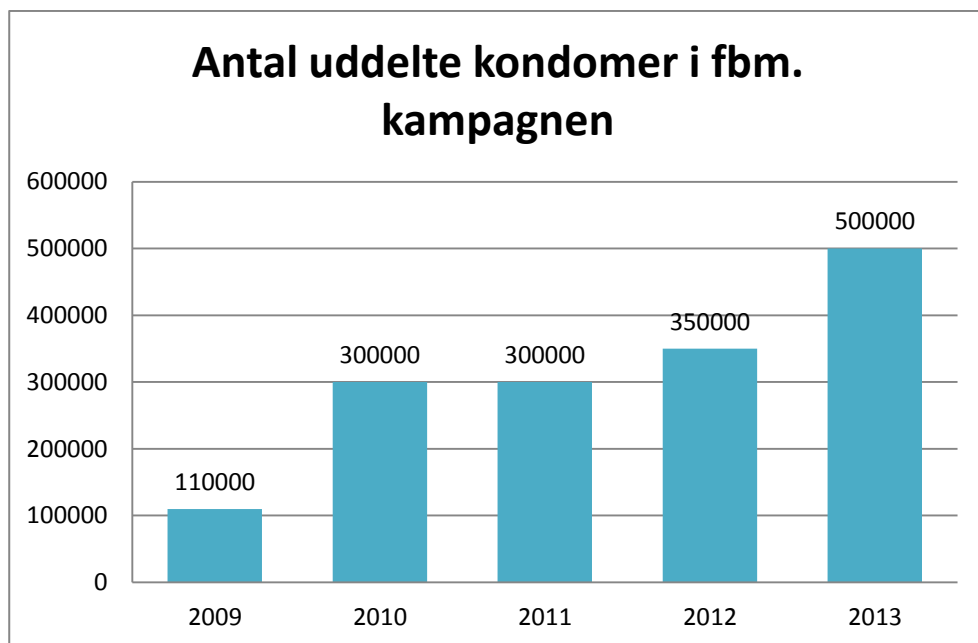
Derudover deltog 450 apoteker i kampagnen, så der i alt var 1381 lokale aktører i 2013.



Uddelte kondomer

Kampagne-kondomerne er blevet en central del af kampagnen, og der er i årene blevet arbejdet med at layoute pakningerne, så de passer til den samlede kampagne. I 2013 blev der uddelt 500.000 via kommuner, uddannelsesinstitutioner, diskoteker, 7-Eleven og !Solid m.m.

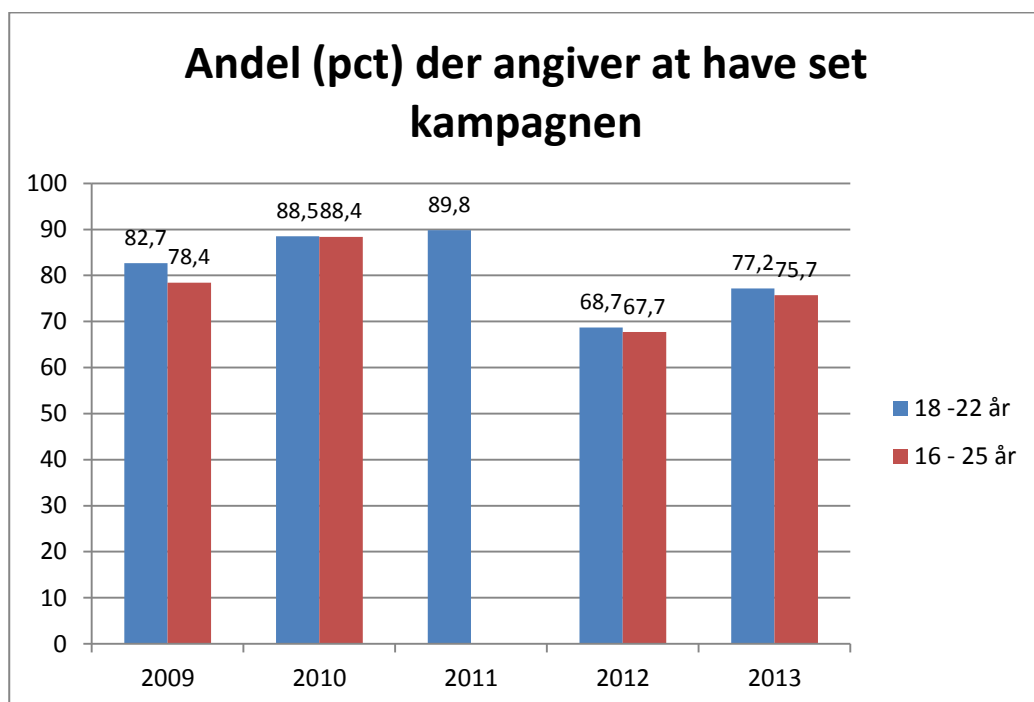
Sammenlignet med 2012 er det en stigning på 43 % - i 2012 blev der uddelt 350.000 kondomer.



Andel der har set kampagnen

Kun med Kondom-kampagnen har vist sig at have rigtig godt fat i målgruppen. Efter et relativt stort fald i andelen af unge der så kampagnen i 2012, er kampagnen igen oppe omkring 80 % af målgruppen, som ser kampagnen.

En del af kampagnen har været pressearbejde og radioindslag samt radio-spots. Dækningen herfor er ikke talt med i denne opgørelse.

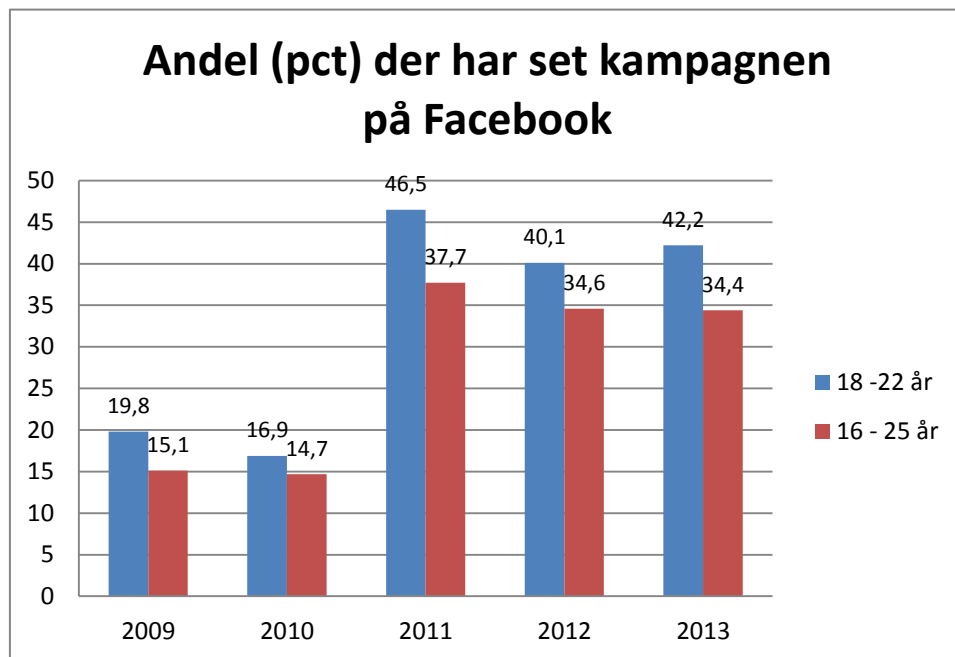


Facebook

Facebook er kampagnens profil på nettet. Frem til 2010 havde kampagnen sin egen hjemmeside, herefter er siden blevet nedlagt og indholdet er overført til Facebook.

I september måned 2013 har i alt **387.169** unikke brugere set indhold knyttet til facebook.com/kunmedkondom og **55.499** unikke brugere har besøgt siden.

Andelen, der har set kampagnen på facebook, ligger på niveau med tidligere år.



Pressedækning

I lighed med tidligere år er der i forbindelse med kampagnen lavet en indsats for at servicere nationale, regionale og lokale medier.

Samlet set har presseindsatser givet 334 presseomtaler, som er fremkommet på basis af en Infomedia-søgning. Herudover har kampagnen udtalt sig i en række interview i regionalradioer og lokalradioer, som ikke er med i opgørelsen.

Pressedækningen er en stigning på 19 % ift. 2012, hvor vi havde 280 pressehits på daværende infomediasøgning.

Kampagnens relevans

Cirka halvdelen af de unge, der har deltaget i evalueringen, har angivet, at de synes, at kampagnen er relevant eller meget relevant for dem. Selvom det er lidt lavere end sidste år, er det dog et meget fint resultat, især når det tages i betragtning, at en del af målgruppen endnu ikke er debuteret seksuelt, hvorfor kampagnen ikke er relevant for dem.

