

ADVICE

sig det videre™

EVALUERING AF SUNDHEDSSTYRELSENS UGE 40 ALKOHOLKAMPAGNE - 2014

Indhold



- ▶ Om alkoholkampagnen 2014
- ▶ Om undersøgelsen
- ▶ Hovedkonklusioner
- ▶ Detailresultater
 - ▶ Alkoholvaner
 - ▶ Kendskab til Sundhedsstyrelsens anbefalinger
 - ▶ Holdninger
 - ▶ Motivation for ændring af alkoholvaner
 - ▶ Kampagnen – kendskab, relevans og effekter
- ▶ Kampagnesite

Om alkoholkampagnen 2014

- ▶ **Fakta om kampagnen:** Sundhedsstyrelsen har i alkoholkampagnen, gennemført i uge 40, 41 og 42 2014, sat fokus på alkoholvaner blandt de 45 til 65-årige mænd med kortere uddannelser.
- ▶ **Primær målgruppe:** Mænd i alderen 45-65 år med kortere uddannelser (har maksimalt gennemført en gymnasial- eller erhvervsuddannelse).
- ▶ **Formål og budskab:** De primære mål med kampagnen har været at motivere til nedsættelse af alkoholforbruget samt øge kendskabet til Sundhedsstyrelsens lavrisikogrænse på 14 genstande for mænd. Kampagnens budskab er: "Hold lidt igen – og hold lidt længere" og "Gør som flere og flere mænd. Hold dig under 14 genstande om ugen og få mere af livet med".
- ▶ **Kampagneelementer.** Kampagneelementerne er udbredt via en landsdækkende mediekampagne samt lokale indsatser via kommuner, jobcentre, arbejdspladser, apoteker m.fl. og består af følgende elementer:
 - ▶ Landsdækkende TV-kampagne med skuespilleren Thomas Bo Larsen, der giver målgruppen en kammeratlig, men kærlig opsang om, at "det jo ikke er for sjov med de der alkoholgrænser".
 - ▶ Landsdækkende onlinebannerkampagne
 - ▶ Plakat og folder
 - ▶ Guide til sundere alkoholvaner
 - ▶ Fakta ark: 1. "Alkohol på arbejdet", 2. "Alkoholforbrug og skader", 3. "Behandlingstilbud", 4. "Samtalen", 5. "Tegn, signaler", 6. "Til lederen".
 - ▶ Infoskærmspot
 - ▶ Hjemmeside
 - ▶ Konkurrence
 - ▶ Mailfooter

Om undersøgelsen

▶ Metode

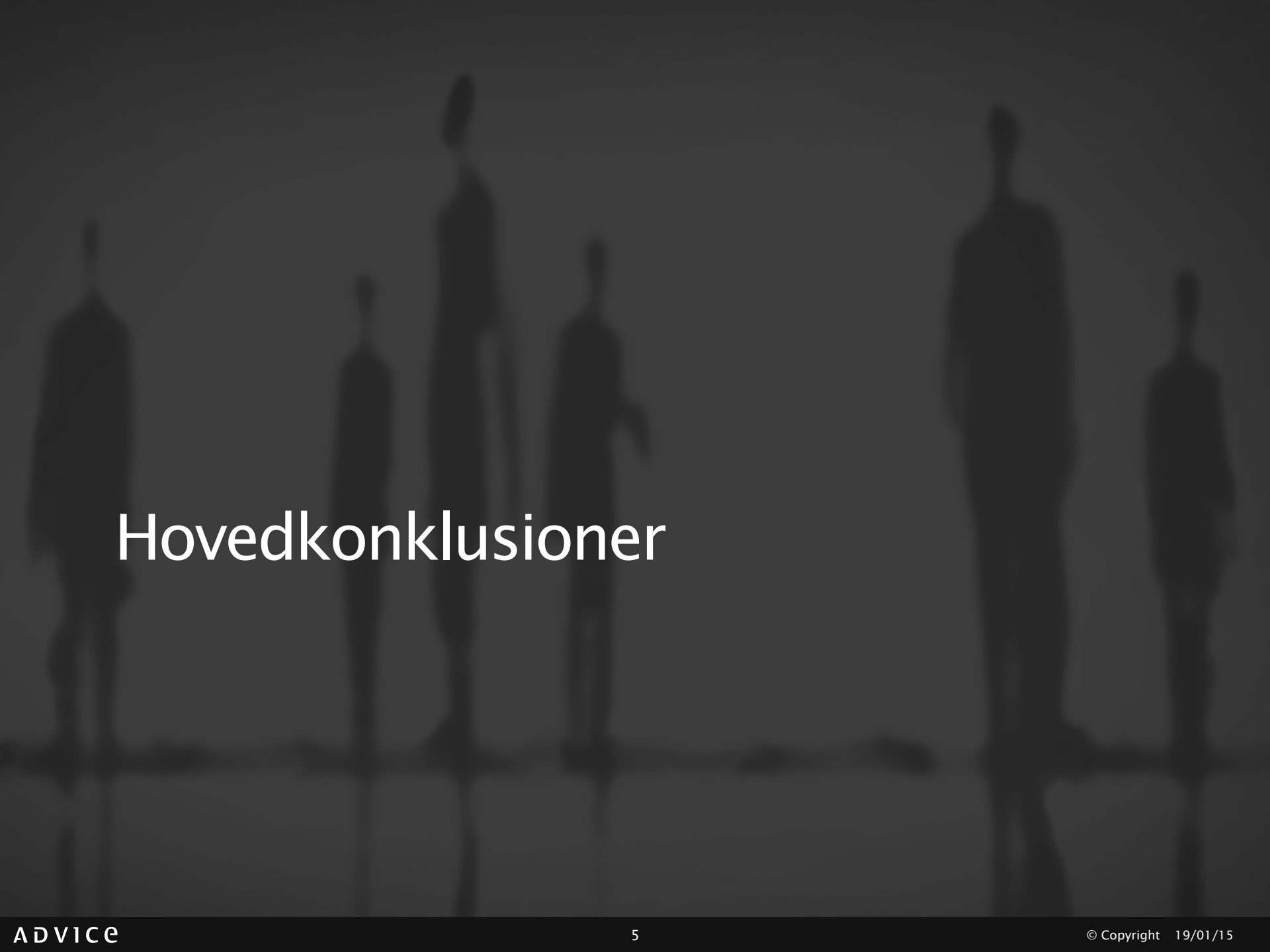
- ▶ Data er indsamlet via et online spørgeskema og datagrundlaget er indsamlet med henblik på repræsentativitet i forhold til populationsfordelingen for mænd i alderen 45-65 år.
- ▶ Respondenterne er efterfølgende vægtet i forhold til Danmarks Statistiks opgørelse af populationsfordelingen på alder, uddannelse og region.

▶ Præmåling

- ▶ Præmåling er indsamlet i perioden 5/9 til 17/9 2014 med besvarelser fra 968 respondenter.

▶ Postmåling

- ▶ Indsamlet i perioden 21/10 til 27/10 2014 med besvarelser fra 1019 respondenter.



Hovedkonklusioner

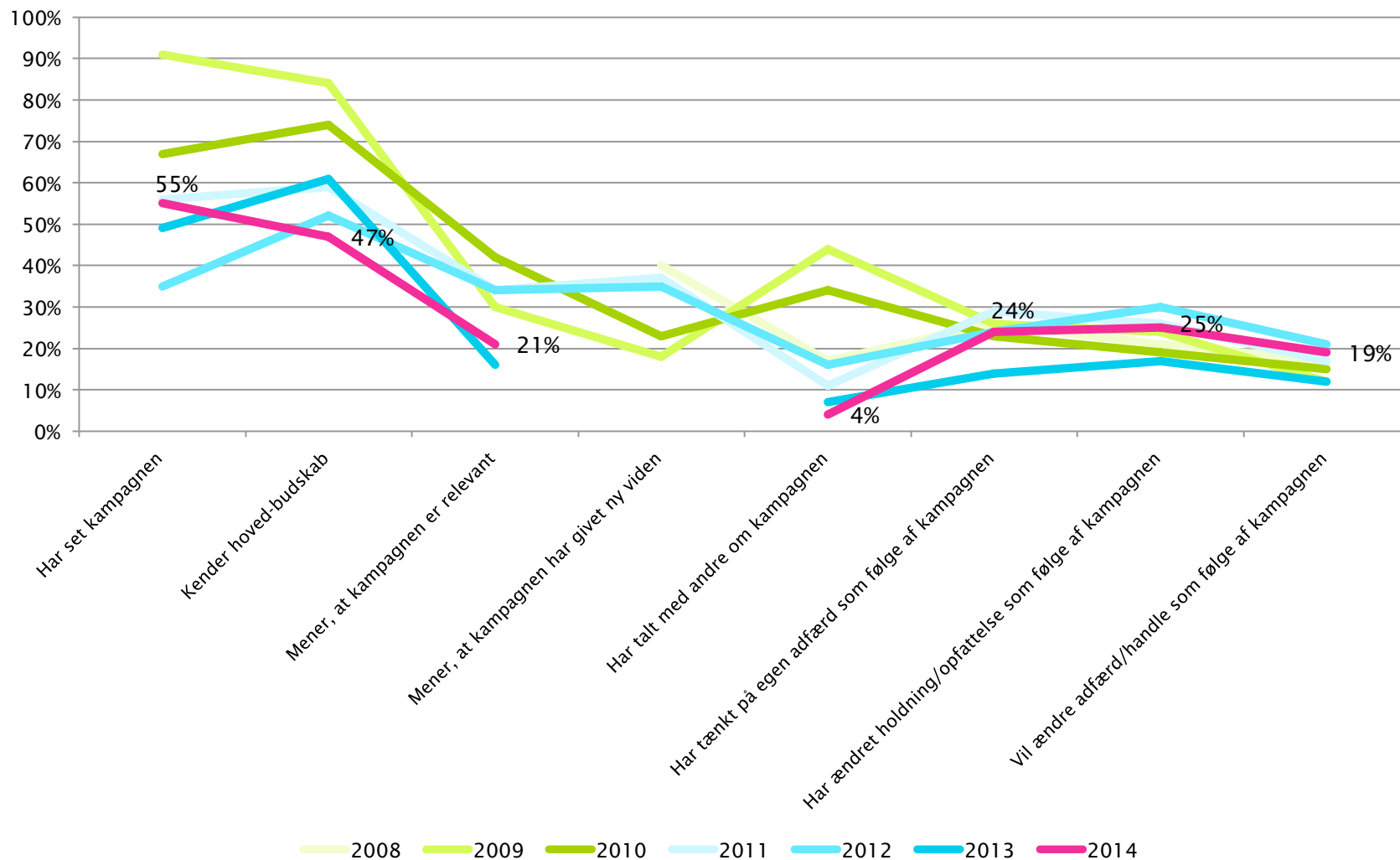
Hovedkonklusioner (I)

- ▶ **Mere end hver anden (55%) har set kampagnen.**
- ▶ **Personlig relevans og relevans for andre:** Hver femte finder kampagnen personligt relevant. Mere end hver anden ser kampagnen som relevant for nogen de kender.
- ▶ **Øger kendskab til anbefalinger:** Næsten halvdelen (47%) kender til Sundhedsstyrelsens lavrisikogrænse efter kampagnen. Det er en stigning på næsten 20 procentpoint ift. kendskabet før kampagnen (29%).
- ▶ **Rammer særligt dem der drikker over lavrisikogrænsen:** På flere punkter synes kampagnen at have lykket sig med at gøre særligt indtryk blandt den del af målgruppen, som det er særligt relevant at ramme – den femtedel af respondenterne, der på en gennemsnitsuge drikker mere end lavrisikogrænsen
 - ▶ **Relevans:** 52% oplever kampagnen som personligt relevant (21% for alle respondenter).
 - ▶ **Tanker omkring eget alkoholforbrug:** 44% svarer, at kampagnen i høj/nogen grad har fået dem til at tænke på, hvor meget de drikker. (24% for alle respondenter)
 - ▶ **Overvejelse om nedsættelse af forbrug:** 31% svarer, at kampagnen i høj/nogen grad har fået dem til at overveje at nedsætte forbruget. (19% for alle respondenter). Men, at der kan være et stykke fra tanker og overvejelser til handling, viser sig ved, at hver tiende i denne gruppe, at de vil forsøge at følge anbefalingerne om lavrisikogrænsen mod 60% af alle respondenter.
- ▶ **Hver fjerde ændrer syn på helbredsmæssige konsekvenser af alkohol:** 25% svarer, at kampagnen i høj/nogen grad ændret deres syn på helbredsmæssige konsekvenser.
- ▶ **Motiverer hver femte til samtaler om alkohol:** 18% svarer, at kampagnen i høj/nogen grad får dem til at overveje at tale med en ven, kollega eller familiemedlem om deres alkoholforbrug.

Hovedkonklusioner (II)

- ▶ **Alkoholvaner – hver tredje har drukket mere end lavrisikogrænsen. Hver femte gør det i gennemsnit hver uge**
 - ▶ Hver tredje har drukket mere end lavrisikogrænsen inden for den seneste måned. Hver femte drikker på en gennemsnituge mere end lavrisikogrænsen, hvoraf ca. halvdelen også overskrider højrisikogrænsen.
 - ▶ Tre ud af ti (30%) svarer, at det ofte/en gang imellem er svært at sige nej tak til at drikke alkohol i sociale sammenhænge. Det gælder for 53% af de, der i gennemsnit drikker over lavrisikogrænsen.
- ▶ **Motivation for omlægning af vaner – familie er central ift. motivation og dialog**
 - ▶ **Hensyn til sundhed og familie betyder mest:** Ønsket om at leve sundere (66%), at få mere energi og overskud (58%) og at have mere overskud til familien (56%) har nogen/stor betydning for motivation for at drikke mindre.
 - ▶ **Opfordring fra familie lige så vigtig som lægens:** For 58% vil en opfordring fra *familien* i høj/nogen grad motivere til at drikke mindre alkohol. For 53% vil en anbefaling fra *lægen* motivere.
 - ▶ **Positiv indstilling til dialog:** Tre ud af fire er positivt indstillede over for at blive konfronteret med eget forbrug af en *ven* eller et *familiemedlem* og overfor at tale med et *familiemedlem* om deres forbrug. Halvdelen kunne finde på at tale med en *kollega* om dennes alkoholforbrug.
 - ▶ Blandt de der gennemsnitligt overskrider lavrisikogrænsen synes barriererne større. Flere (22%) svarer, at de vil reagere negativt på selv at blive konfronteret (alle respondenter 11%) og færre (61%) kunne finde på at tale med et familiemedlem om dennes alkoholforbrug.
- ▶ **Intention om nedsættelse af alkoholforbrug næste år?**
 - ▶ Hver fjerde (24%) oplever, at nogle af deres venner er begyndt at drikke mindre alkohol og vælger at sige nej tak indimellem. Hver femte (19%) overvejer at drikke mindre næste år og tilsvarende (21%) vurderer, at nogen af deres venner overvejer at drikke mindre.

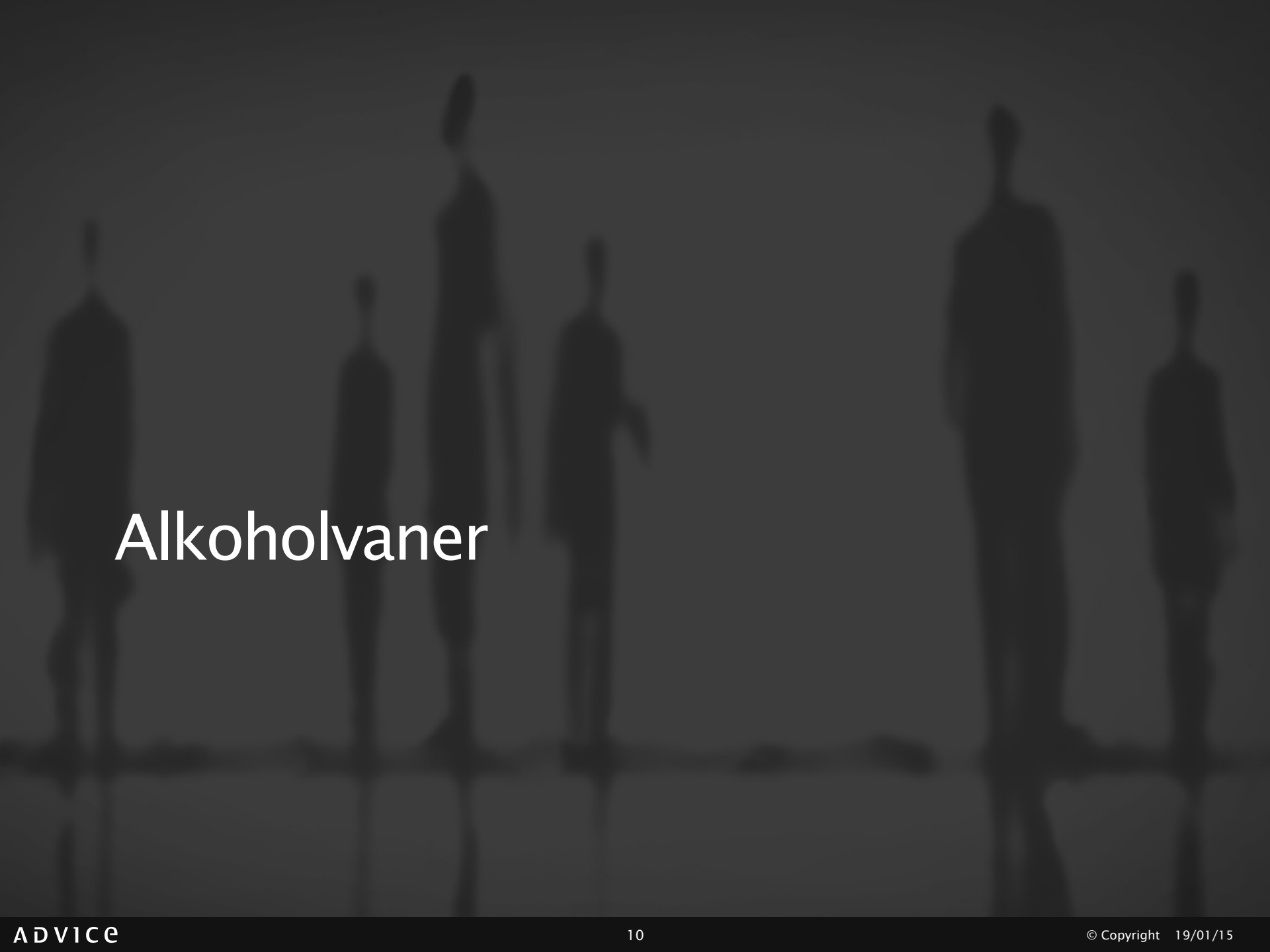
Benchmark ift. Uge 40 kampagner 2008-2014



Alkoholkampagnens målopfyldelse

- ▶ Nedenstående opgørelse viser kampagnens målsætninger og målopfyldelse. Kampagnen performer bedre ift. andel der har set kampagnen og som målsat ift. andel, der overvejer at drikke mindre.
- ▶ På parametrene relevans, tænkt på egen adfærd og ændret holdning/opfattelse *underperformer* kampagnen. Dog performer kampagnen på disse parametre markant *bedre* end målsat, når der ses isoleret på de, der drikker mere end lavrisikogrænsen.

UGE 40	MAL	REALISERET
Har set kampagnen	40%	55%
Heraf:		
Kender budskabet om 14 genstande (Lavrisikogrænse)	60%	47% (Dog stigning på 18 %-point fra præ-måling)
Mener kampagnen er personligt relevant	40%	21% (56% blandt dem som drikker over lavrisikogrænsen)
Har tænkt på egen adfærd som følge af kampagnen	40%	24% (44% blandt dem som drikker over lavrisikogrænsen)
Har ændret holdning/opfattelse som følge af kampagnen (syn på helbredsmæssige konsekvenser af alkohol)	35%	25% (27,5% blandt dem som drikker over lavrisikogrænsen)
Angiver at de vil ændre adfærd som følge af kampagnen	20%	19% (31% blandt dem som drikker over lavrisikogrænsen)

The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people standing on a stage. They are silhouetted against a lighter background, and their reflections are visible on the floor. The overall mood is somber and professional.

Alkoholvaner

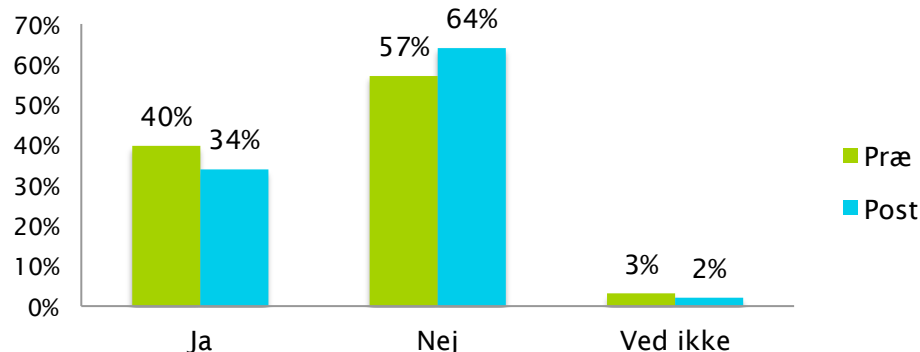
Gennemsnitligt alkoholforbrug: Tre ud af fire drikker under lavrisikogrænsen

- ▶ **Lavrisikogrænse – 14 genstande**
 - ▶ Sammenlagt omkring tre ud af fire svarer, at de på en gennemsnitsuge holder sig indenfor lavrisikogrænsen og drikker 14 eller færre genstande ugentligt.
 - ▶ Hver femte (21%) drikker i gennemsnit mere end 14 genstande.
 - ▶ Aldersforskelle: Flest 45-49 årige (84%) og 50-54 årige (79%) svarer, at de drikker 14 eller færre genstande om ugen.
- ▶ **Højrisikogrænse – 21 genstande**
 - ▶ Flere end otte ud af ti svarer sammenlagt, at de på en gennemsnituge holder sig inden for højrisikogrænsen og drikker 21 eller færre genstande ugentligt.
 - ▶ Omkring halvdelen af de som drikker mere end 14 genstande (10%) drikker også i gennemsnit mere end højrisikogrænsen.

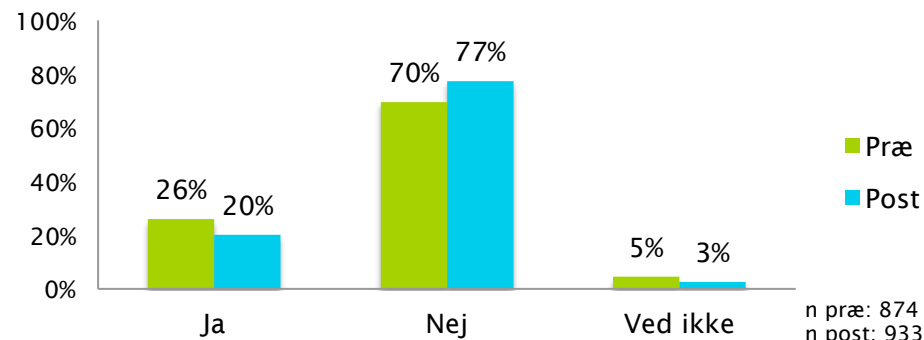
Alkoholforbrug seneste måned: Flere end hver tredje har drukket mere end lavrisikogrænsen.

- ▶ **Lavrisikogrænse – 14 genstande**
 - ▶ Flere end hver tredje svarer i postmålingen, at de har drukket mere end 14 genstande på en uge inden for den seneste måned.
 - ▶ Det er procentvist et lille fald (6%-point) sammenlignet med før kampagnen.
- ▶ **Højrisikogrænse – 21 genstande**
 - ▶ Hver femte svarer i postmålingen, at de har drukket mere end 21 genstande på en uge inden for den seneste måned.
 - ▶ Det er procentvist et lille fald (6%-point) sammenlignet med før kampagnen.

Har du drukket mere end lavrisikogrænsen på 14 for mænd på en uge inden for den seneste måned?



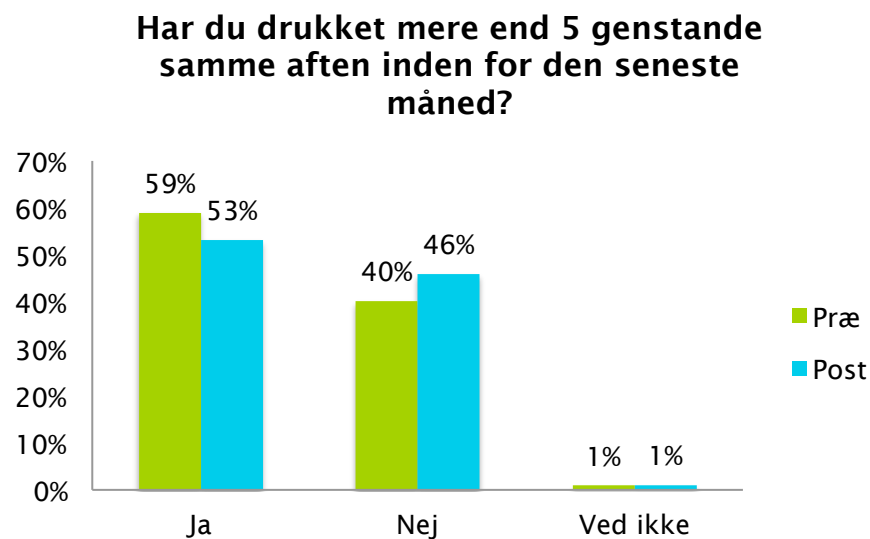
Har du drukket mere end højrisikogrænsen på 21 for mænd på en uge inden for den seneste måned?



n præ: 874
n post: 933

Lidt over halvdelen har drukket mere end 5 genstande ved en enkelt lejlighed den seneste måned

- ▶ Lidt over halvdelen har drukket mere end 5 genstande ved en enkelt lejlighed den seneste måned
 - ▶ 53% svarer i posttesten, at de har drukket mere end 5 genstande ved en enkelt lejlighed inden for den seneste måned.
 - ▶ Det er procentvist et lille fald (6%-point) sammenlignet med før kampagnen.

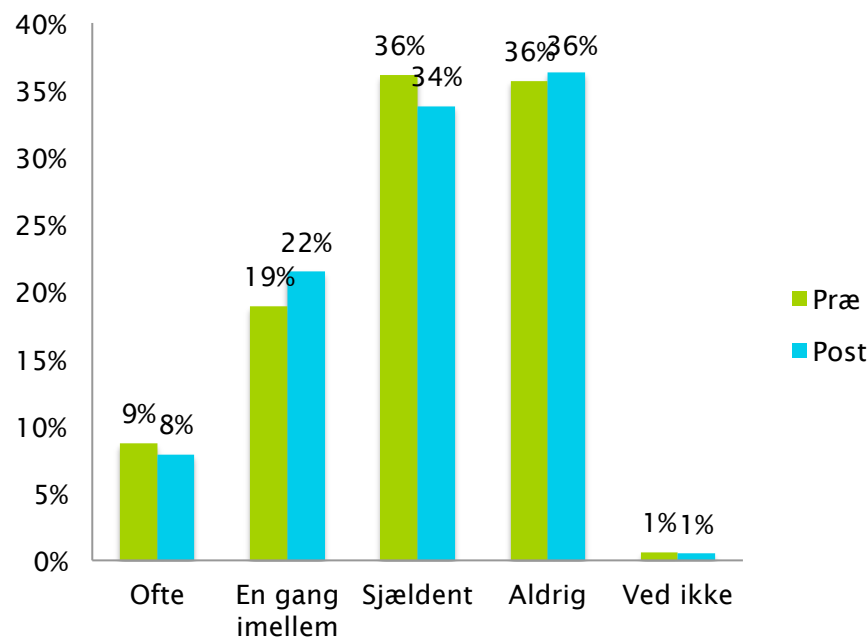


n præ: 874
n post: 933

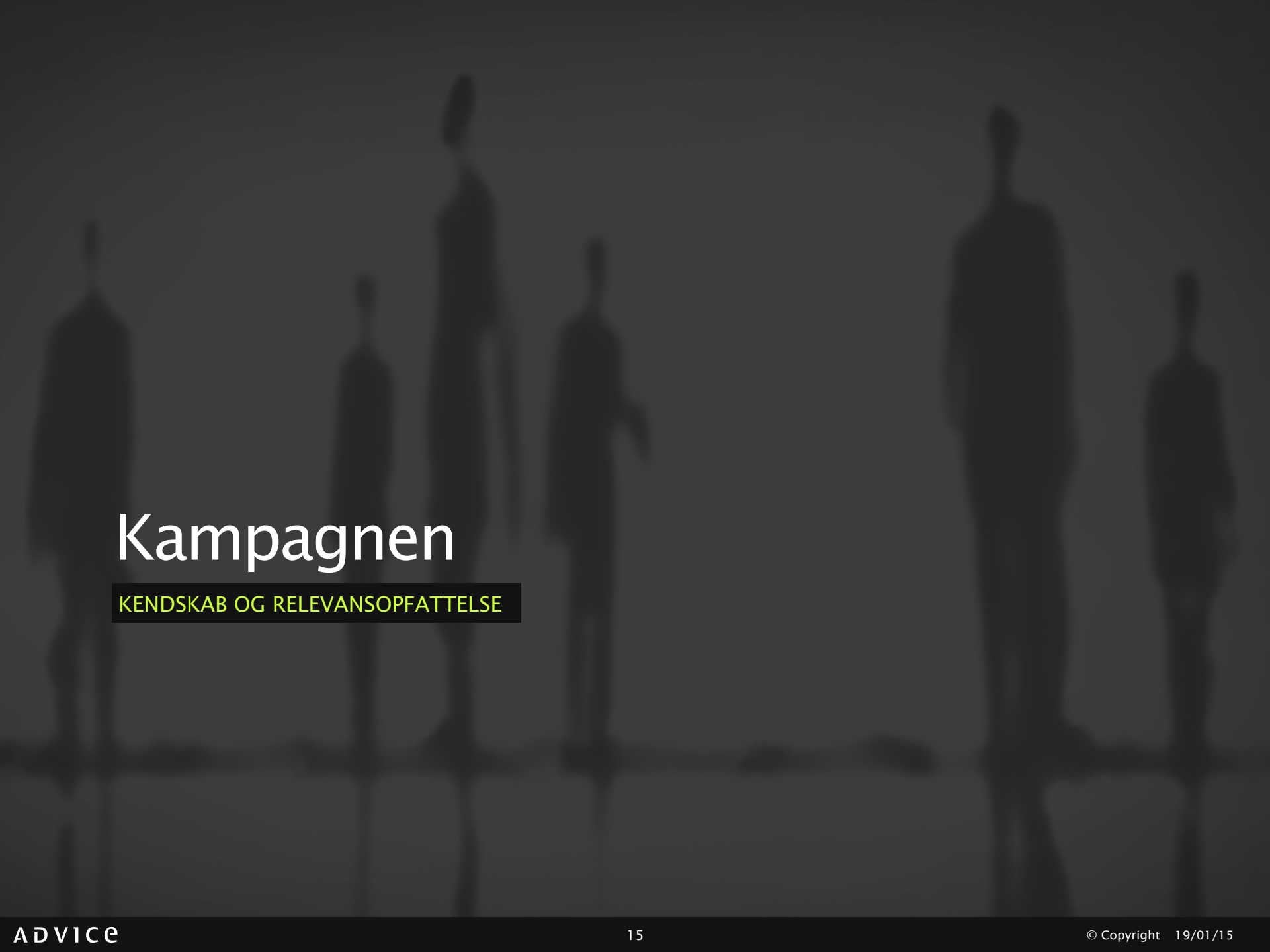
Tæt på hver tredje oplever, at det kan være svært at sige nej til alkohol i sociale sammenhænge

- ▶ Næsten en ud af tre respondenter oplever det som svært at sige nej tak til alkohol i sociale sammenhænge.
- ▶ Dem der drikker over lavrisikogrænsen oplever det som sværere at sige nej tak.
 - ▶ Flere end halvdelen (53%), blandt de der svarer, at de i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen, svarer således, at de en gang imellem eller ofte oplever, at det kan være svært at sige nej til alkohol i sociale sammenhænge.

Hvor ofte oplever du, at det kan være svært at sige nej tak til at drikke alkohol i sociale sammenhænge?



n præ: 874
n post: 933

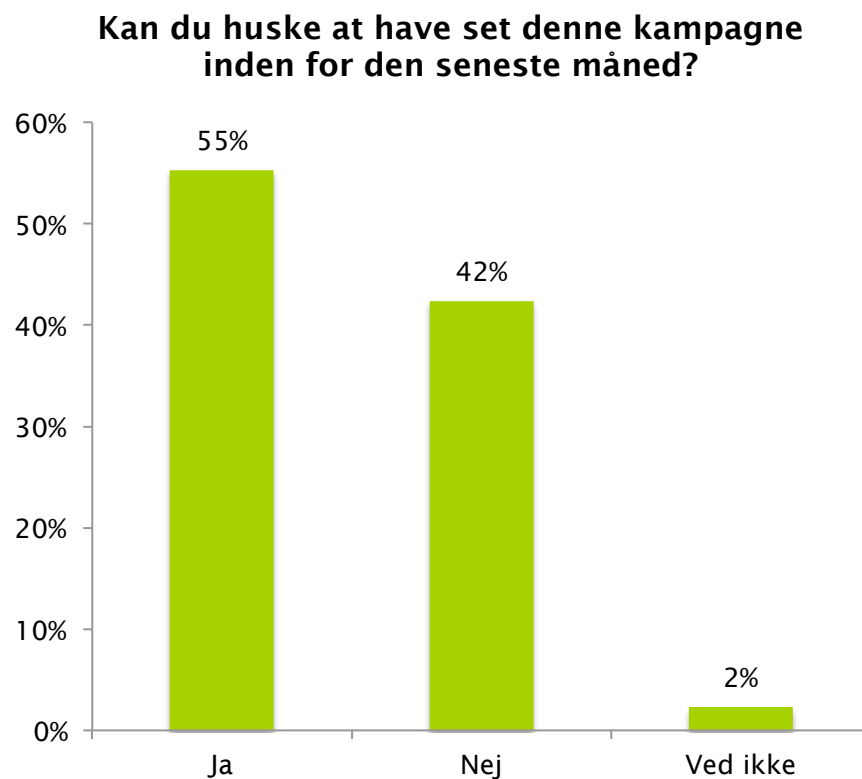
The background of the slide features a series of dark silhouettes of people standing in a line, receding into the distance. The silhouettes are dark against a lighter, hazy background, creating a sense of depth and movement. The overall tone is professional and modern.

Kampagnen

KENDSKAB OG RELEVANSOPFATTELSE

Flere end halvdelen har set kampagnen

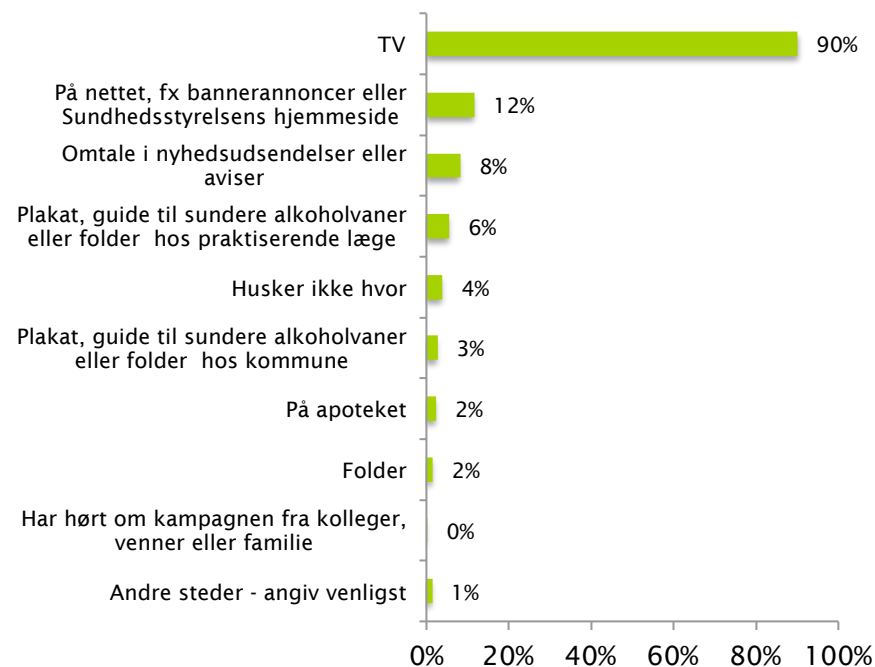
- ▶ Flere end halvdelen af målgruppen (55%) har set kampagnen.
- ▶ **Aldersforskelle**
 - ▶ Flest i aldersgruppen 50-59 årige (60%) og færrest aldersgruppen 45-49 årige (50%) har set kampagnen.



Langt flest har set kampagnen i tv

- ▶ Ni ud af ti (90%) blandt dem, der har set kampagnen svarer, at de har set den i TV.

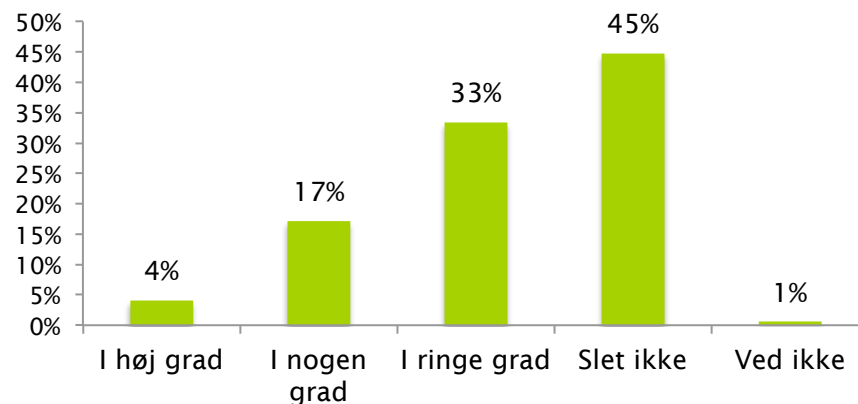
Hvor har du set eller hørt noget til kampagnen? (Vælg gerne flere steder)



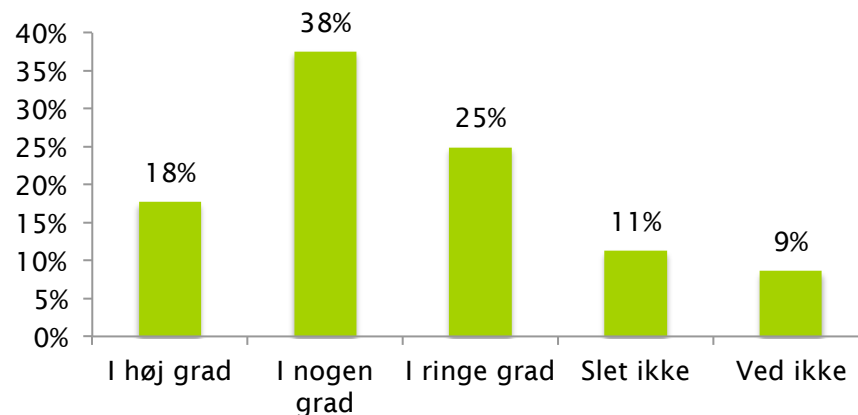
Opleves som særligt relevant blandt de der drikker over lavrisikogrænsen

- ▶ **Oplevelse af personlig relevans**
 - ▶ Hver femte (21%) svarer i høj/nogen grad, at kampagnen er personligt relevant.
 - ▶ Aldersforskelle: Flest i aldersgrupperne 55-59 årige (25%) og 60-65 årige (25%) synes, at kampagnen er relevant for dem.
- ▶ **Vurdering af relevans for andre**
 - ▶ Flere end halvdelen (56%) svarer sammenlagt, at kampagnen er relevant for nogen de kender.
- ▶ **Opleves især som personlig relevant blandt de der drikker mere end lavrisikogrænsen**
 - ▶ Blandt dem, der svarer, at de i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen, svarer sammenlagt over halvdelen (52%), at de synes, at kampagnen er relevant for dem.
 - ▶ Seks ud af ti (61%) svarer, at kampagnen er relevant for nogen de kender.

I hvor høj grad synes du, at kampagnen er relevant for dig?



I hvor høj grad synes du, at kampagnen er relevant for nogle, du kender?



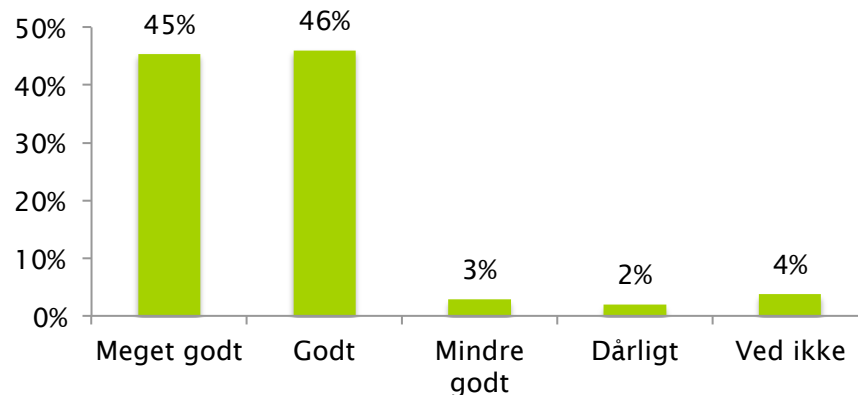
n post: 578

Stor opbakning til Sundhedsstyrelsens alkoholkampagne

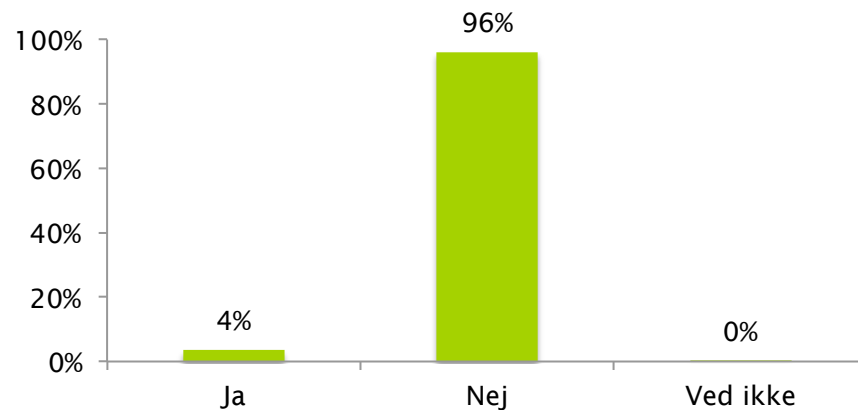
► Positiv indstilling til alkoholkampagne

- Flere end ni ud af ti (91%) svarer, at det er godt eller meget godt, at Sundhedsstyrelsen står bag kampagner som denne.
 - Blandt dem, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen, er der flere (10%), der svarer, at det er mindre godt eller dårligt, at Sundhedsstyrelsen står bag kampagner som denne.
-
- ## ► Kampagnen har ikke medført mange samtaler i målgruppen
- Kun 4% blandt dem, der set kampagnen svarer, at de har talt eller skrevet med nogen om kampagnen.

Hvad synes du om, at Sundhedsstyrelsen står bag kampagner som denne?



Har du talt eller skrevet med nogen om kampagnen?



n post: 578



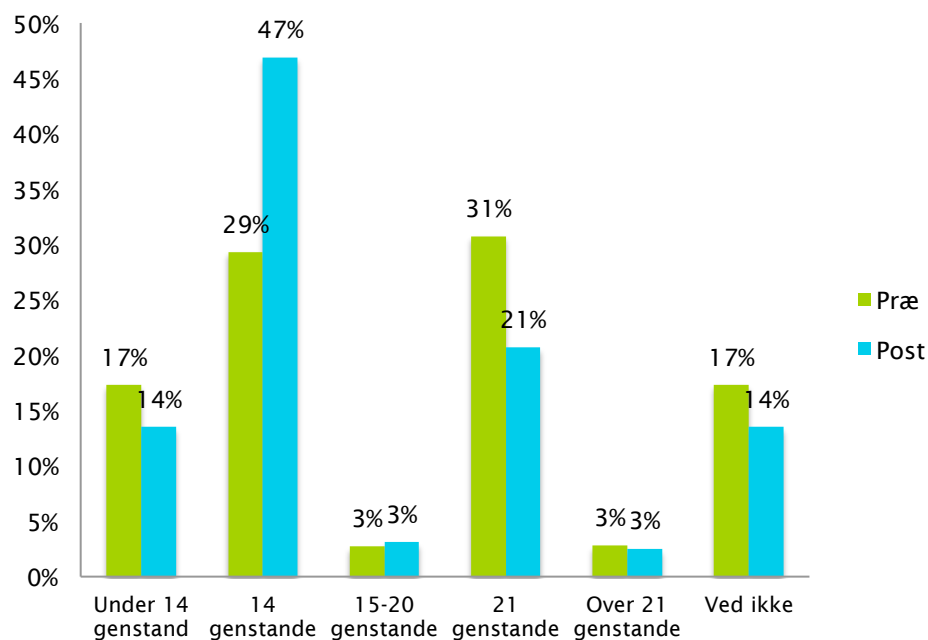
Kendskab til sundhedsstyrelsens anbefalinger

RISIKOGRÆNSER OG VIDEN OM ALKOHOLS SKADELIGE VIRKNINGER

Øget kendskab til lavrisikogrænsen efter kampagnen

- ▶ **Kendskab til lavrisikogrænse er steget efter kampagnen**
 - ▶ I postmålingen svarer næsten halvdelen (47%) korrekt, at lavrisikogrænsen er 14 genstande.
 - ▶ Det er en stigning på næsten 20 procentpoint sammenlignet med før kampagnen, hvor det er færre end hver tredje (29%).

Som mange har du lav risiko for at blive syg på grund af alkohol ved et forbrug på __ genstande om ugen

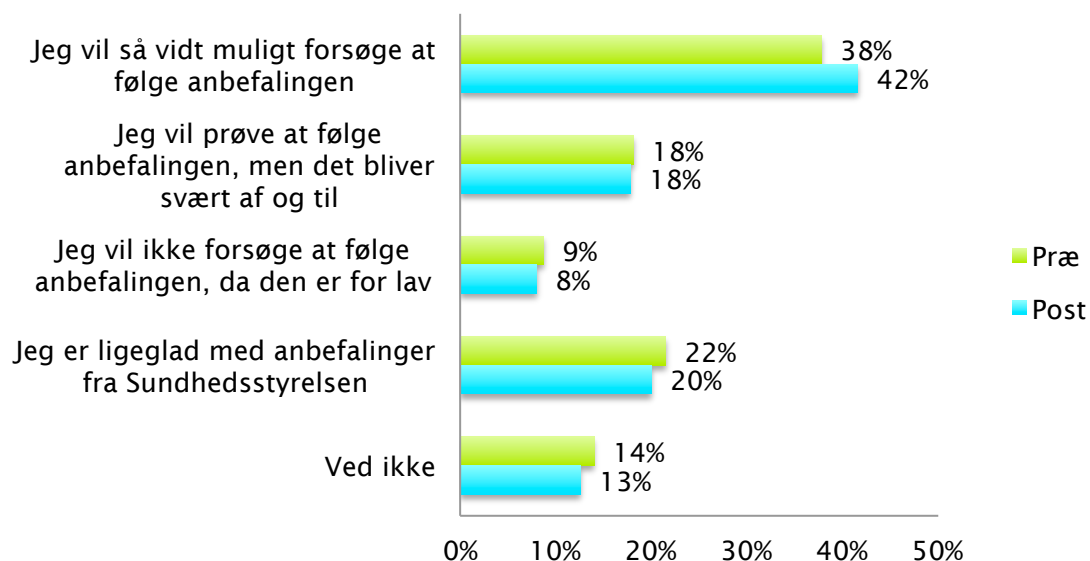


n præ: 968
n post: 1019

Holdning til lavrisikogrænsen

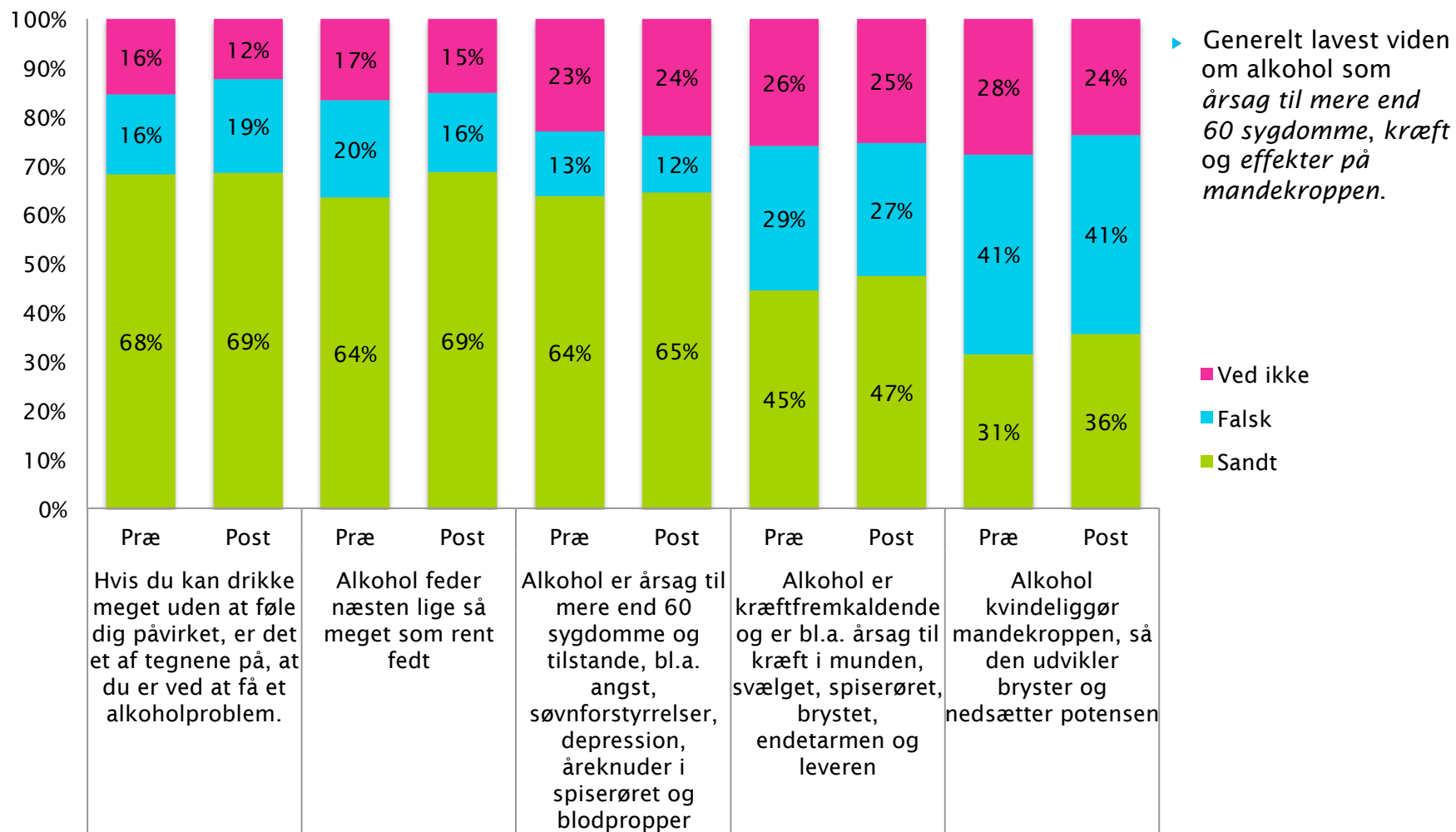
- ▶ **Sammenlagt seks ud af 10 (postmåling) vil prøve at følge anbefalingen**
 - ▶ Heraf svarer 42%, at de så vidt vil forsøge at følge anbefalingerne.
 - ▶ 18% svarer, at de vil forsøge, men at de vil opleve det som svært
- ▶ **Hvorfor ikke følge anbefalingerne?**
 - ▶ Hver femte (20%) svarer, at de er ligeglade med anbefalingerne fra Sundhedsstyrelsen.
 - ▶ Næsten hver tiende (8%) svarer, at de ikke vil følge anbefalingerne, da de er for lave
- ▶ **Forskelle ift. størrelse på alkoholforbrug**
 - ▶ Blandt mænd, der svarer, at de i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen svarer mindre end hver tiende (9%), at de vil forsøge at følge anbefalingerne
 - ▶ Her tredje (32%) svarer, at de synes anbefalingen er for lav.
 - ▶ Hver femte (19%), at de er ligeglade med anbefalinger fra Sundhedsstyrelsen.

Hvad mener du om lavrisikogrænsen på 14 for mænd?



n præ: 874
n post: 933

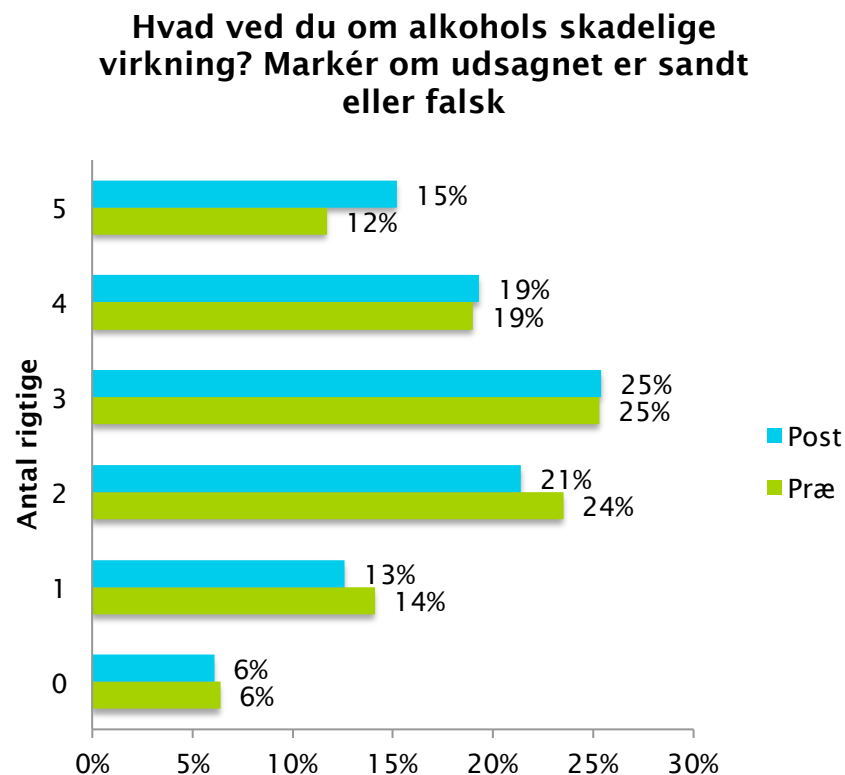
Stort set uændret vidensniveau om alkohols skadelige virkninger efter kampagnen



n præ: 968
n post: 1019

Kendskab til alkohols skadelige virkninger

- ▶ **Små stigninger i kendskab**
 - ▶ I postmålingen har respondenterne i gennemsnit 2,8 rigtige besvarelser ud af 5 mulige, Det er en smule højere end præmålingens gennemsnit på 2,7.
- ▶ **De der drikker mest ved mest**
 - ▶ De der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen har flere rigtige besvarelser (3,1) end de, der i gennemsnit drikker færre end lavrisikogrænsen (2,8).



n præ: 968
n post: 1019

Seks ud af ti er interesseret i viden om alkohols skadelige virkninger

► De interesserede

- Omkring seks ud af ti (59%) svarer, at de i høj/nogen grad er interesseret i at vide, hvordan alkohol skader deres helbred. Flere end syv ud af ti (71%) svarer, at de i høj/nogen grad er interesseret i offentlige myndigheders anbefalinger om sundhed.

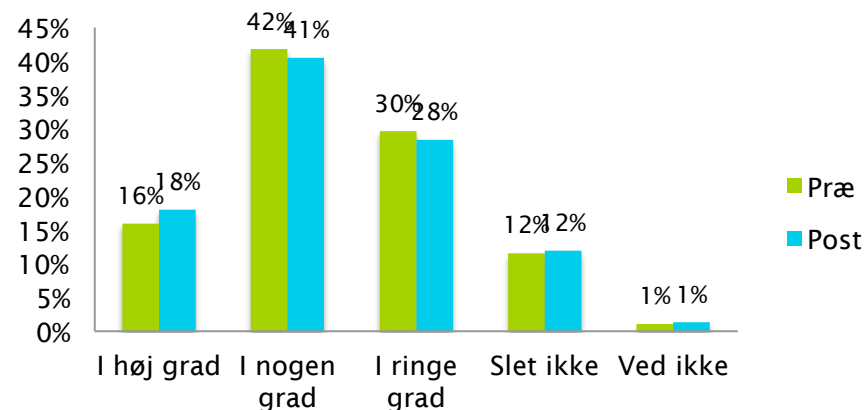
► De uinteresserede

- Omkring fire ud af ti (40%) svarer, at de i ringe grad/slet ikke er interesseret i viden om alkohols skadelige virkninger. Omkring tre ud af ti (30%) svarer, at de i ringe grad/slet ikke er interesseret i offentlige myndigheders anbefalinger.

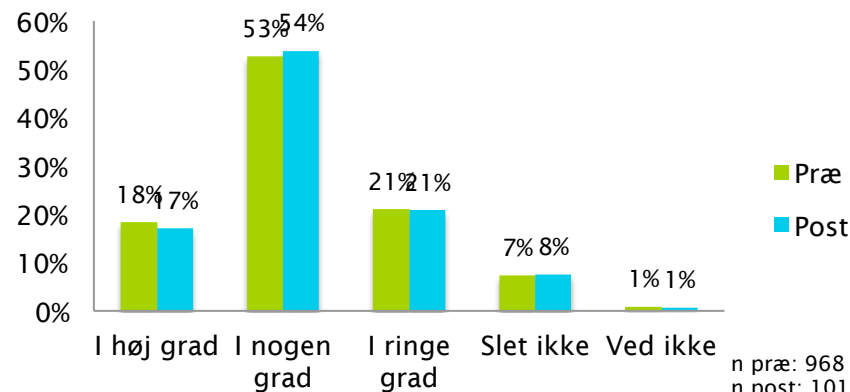
► Forskelle ift. størrelse af alkoholforbrug

- Flere end hver tredje (36%), blandt dem der gennemsnitligt drikker mere end lavrisiko-grænsen, svarer, at de i ringe grad/slet ikke er interesseret i anbefalinger fra offentlige myndigheder.

I hvor høj grad er du interesseret i at vide, hvordan alkohol skader dit helbred?



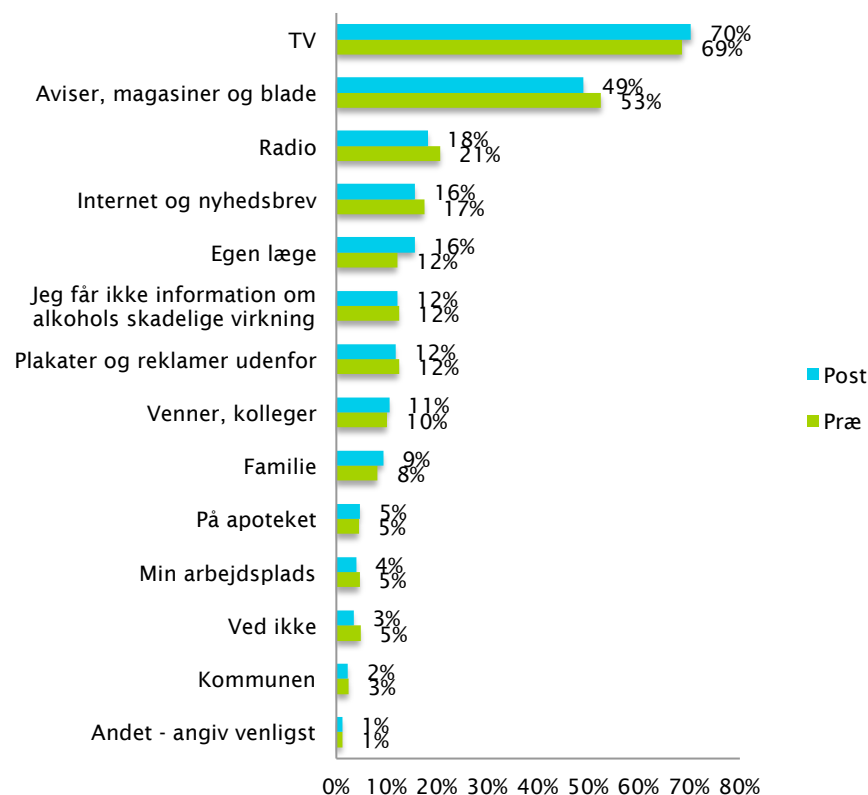
Er du generelt interesseret i offentlige myndigheders anbefalinger om sundhed?



TV er den primære kilde til viden om alkohols skadelige virkninger

- Syv ud af ti svarer, at de får deres primære viden om alkohols skadelige virkning fra TV. Omkring halvdelen svarer, at den stammer fra aviser, magasiner og blade.

Hvorfra får du primært din information om alkohols skadelige virkning? (Vælg gerne flere)



n præ: 968
n post: 1019



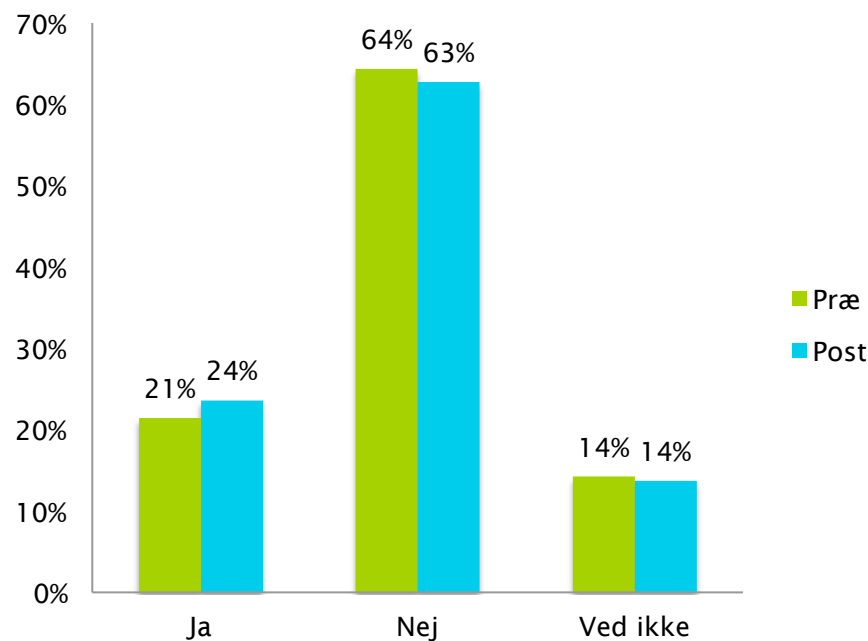
Alkoholforbrug

HOLDNINGER, MOTIVATIONSFAKTORER OG KAMPAGNEEFFEKTER IFT. OVERVEJELSER OG ADFÆRD

Flere end hver femte oplever, at nogen af deres venner har nedsat alkoholforbruget

- ▶ Flere end hver femte svarer, at de oplever, at nogen af deres venner er begyndt at drikke mindre og vælger at sige "nej tak" indimellem.

Oplever du, at der er nogen af dine venner, som er begyndt at drikke mindre og vælger at sige "nej tak" indimellem?

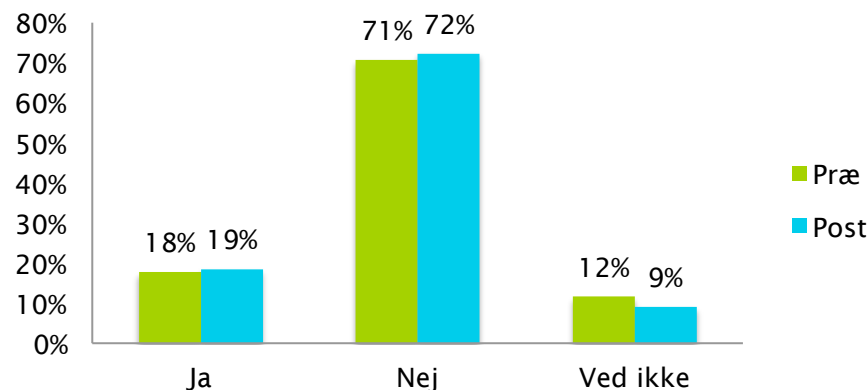


n præ: 968
n post: 1019

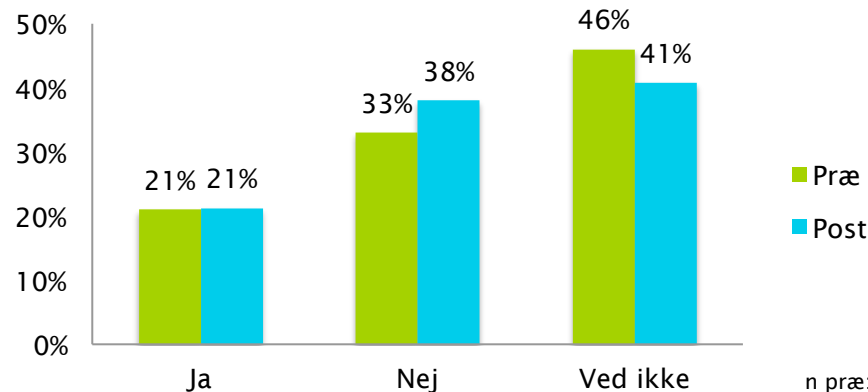
Hver femte overvejer at nedsætte forbruget i det næste år – og tror, at deres venner overvejer det samme

- ▶ Især de der drikker mest overvejer at nedsætte forbruget
 - ▶ Fire ud af ti (39%) blandt de, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen svarer, at de overvejer at drikke mindre alkohol næste år.
 - ▶ Blandt de, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen, svarer næsten hver tredje (31%), at de tror at nogen af deres venner overvejer at drikke mindre alkohol næste år.

Overvejer du at drikke mindre alkohol i det næste år?



Tror du, at der er nogen af dine venner, der overvejer at drikke mindre?

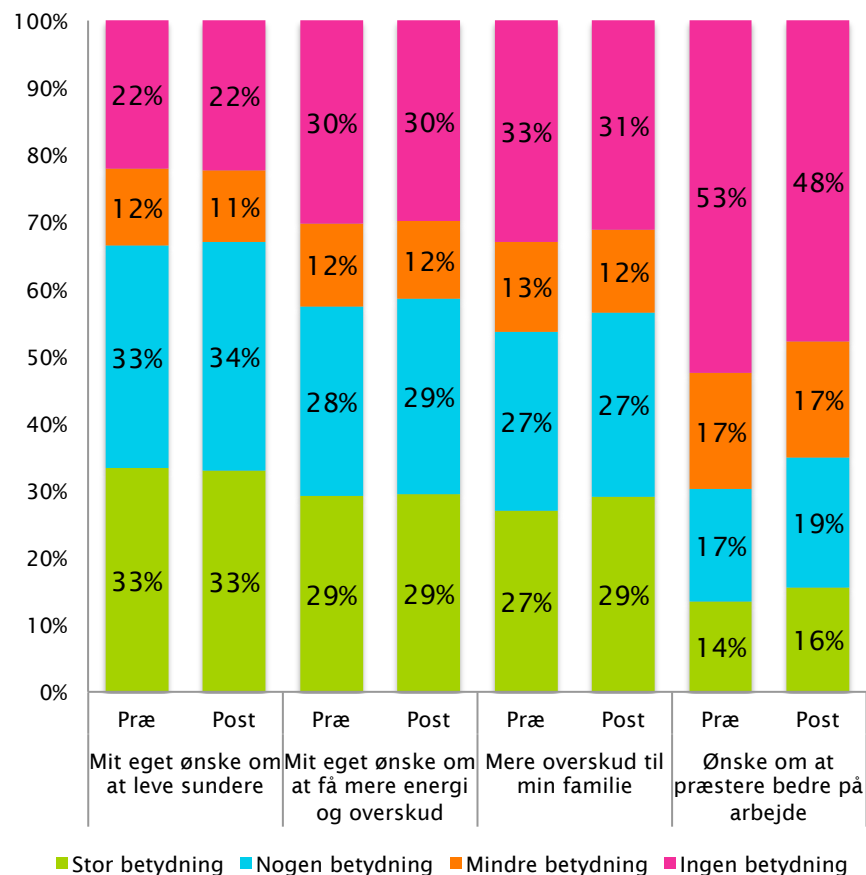


n præ: 968
n post: 1019

Ønsket om at leve sundere er den vigtigste motivation

- ▶ **Ønsket om sundere livsstil**
 - ▶ Ønsket om at leve sundere er den største motivation for at drikke mindre alkohol. To ud af tre svarer, at dette kunne have betydning for at drikke mindre alkohol.
- ▶ **Familie**
 - ▶ Flere end halvdelen svarer, at mere overskud til familien og et generelt ønske om mere energi og overskud har betydning.
- ▶ **Arbejde**
 - ▶ Omkring hver tredje svarer, at ønsket om at præstere bedre på arbejdet har betydning.
 - ▶ Det er i særlig grad de 45-49 årige (42%) og 50-54 årige (44%), der svarer, at ønsket om at præstere bedre på arbejdet kunne motivere dem til at drikke mindre.
- ▶ **Forskelle ift. mængden af forbrug**
 - ▶ De mænd, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen svarer i højere grad, at et ønske om at få mere energi og overskud (71%) kunne motivere dem til at drikke mindre.

Hvad kunne motivere dig til at drikke mindre alkohol?

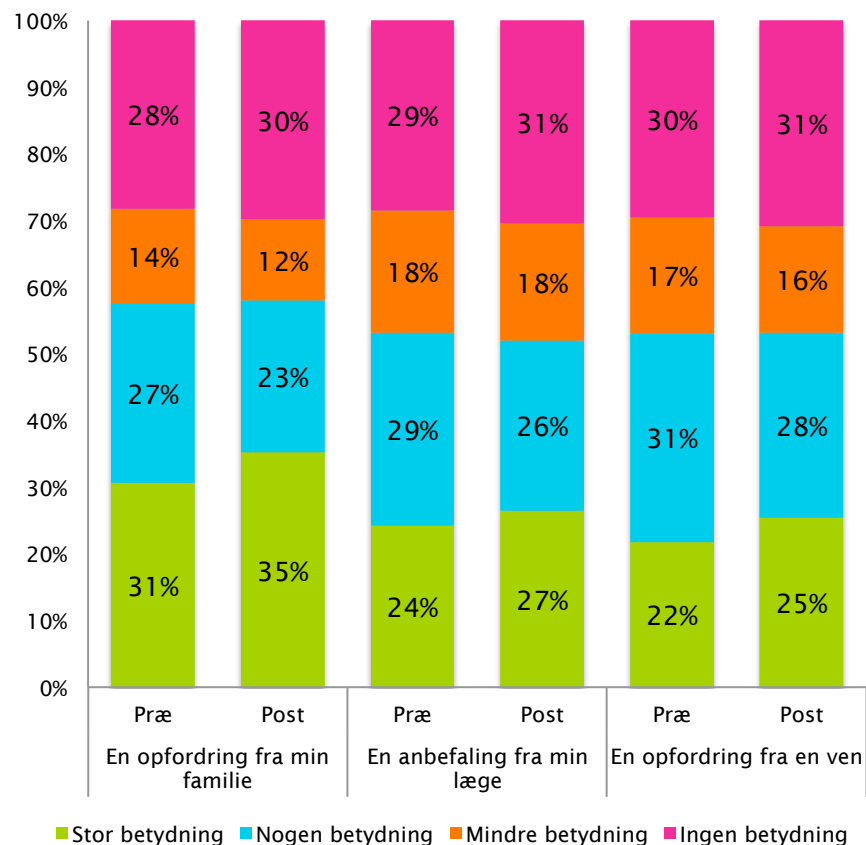


n præ: 968
n post: 1019

Opfordring fra familien ligeså vigtigt som en anbefaling fra lægen

- ▶ **En opfordring fra familien er den største motivationsfaktor**
 - ▶ Flere end halvdelen svarer, at en opfordring/anbefaling fra familien, lægen eller vennerne ville motivere dem til at drikke mindre alkohol.
 - ▶ Der er procentvist lidt flere, der svarer, at en opfordring fra familien ville have betydning end det er tilfældet ift. anbefaling fra læge/opfordring fra en ven.

Hvad kunne motivere dig til at drikke mindre alkohol?

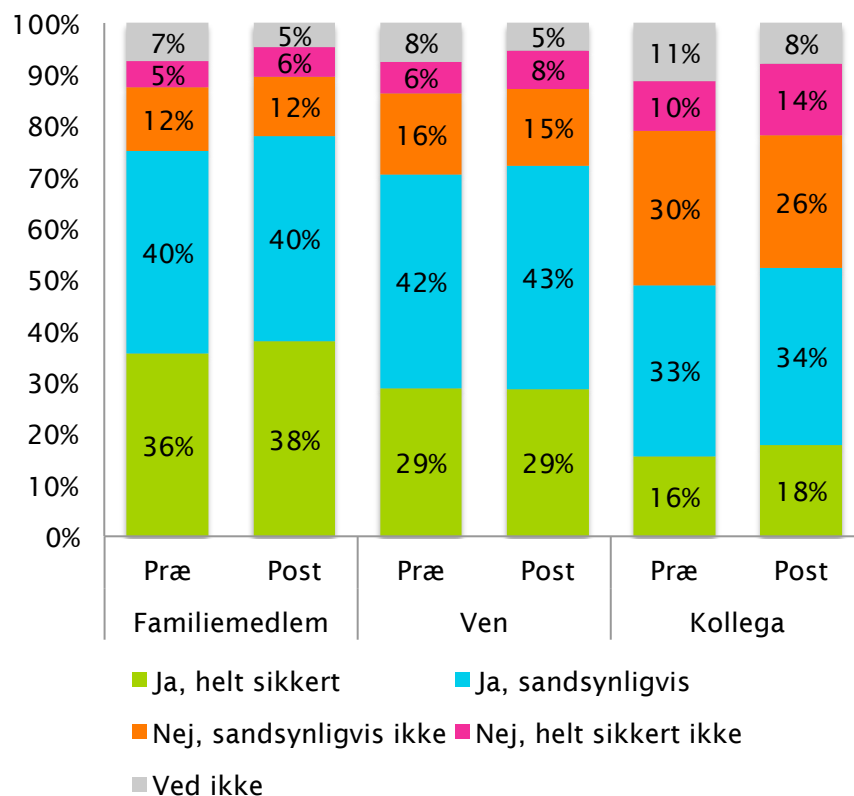


n præ: 968
n post: 1019

Flertallet vil tale med familiemedlemmer og venner om alkoholforbrug

- ▶ **Flest kunne finde på at tale med et familiemedlem om alkoholforbrug**
 - ▶ Flere end tre ud af fire (78% postmåling) kunne samlet set (helt sikkert/sandsynligvis) finde på at tale med et familiemedlem om, at han eller hun drikker for meget.
 - ▶ Flere end 7 ud af 10 (71% postmåling) kunne finde på at tale med en ven om alkoholforbrug.
 - ▶ Halvdelen (52% postmåling) kunne finde på at tale med en kollega om dennes alkoholforbrug.
- ▶ **Størst barrierer for de der drikker mest**
 - ▶ Færre blandt dem, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen angiver, at de kunne finde på at tale med et familiemedlem (61%), en ven (54%) eller en kollega (39%) om, at han/hun drikker for meget.

Kunne du finde på at tale med en af nedenstående om, at han eller hun drikker for meget?

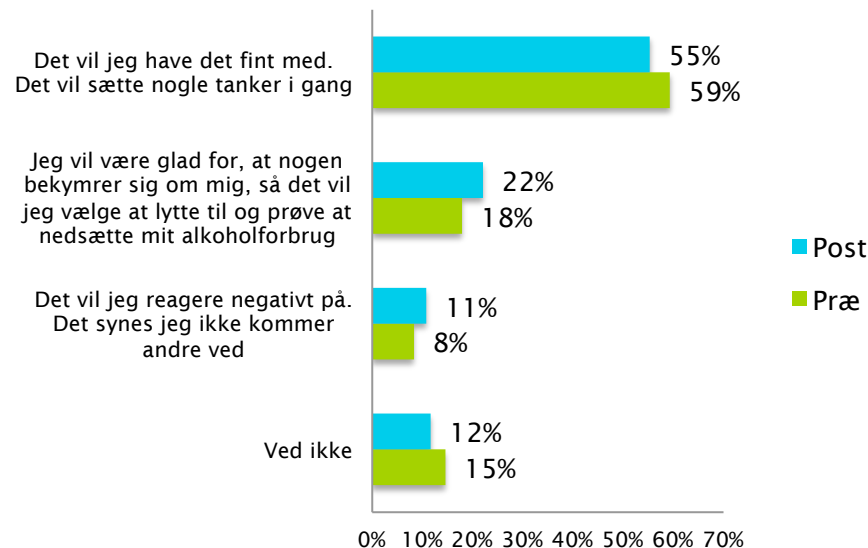


n præ: 968
n post: 1019

Høj villighed til at indgå i dialog om eget forbrug

- ▶ **De fleste er positivt indstillede over for dialog**
 - ▶ Sammenlagt er flere end tre ud af fire (77%) positivt indstillet overfor at blive konfronteret med deres alkoholforbrug af et familiemedlem eller en ven.
- ▶ **De der drikker mest er mere skarpt opdelt i holdninger**
 - ▶ Blandt de mænd, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen svarer flere, at de ville reagere negativt (22%).
 - ▶ Men der er også en større andel (64%), der svarer, at de ville have det fint med det, og at det ville sætte nogle tanker i gang.

Hvordan ville du reagere, hvis et familiemedlem eller en ven talte med dig om dit alkoholforbrug? (marker den svarmulighed, du mener, vil passe bedst på din reaktion)

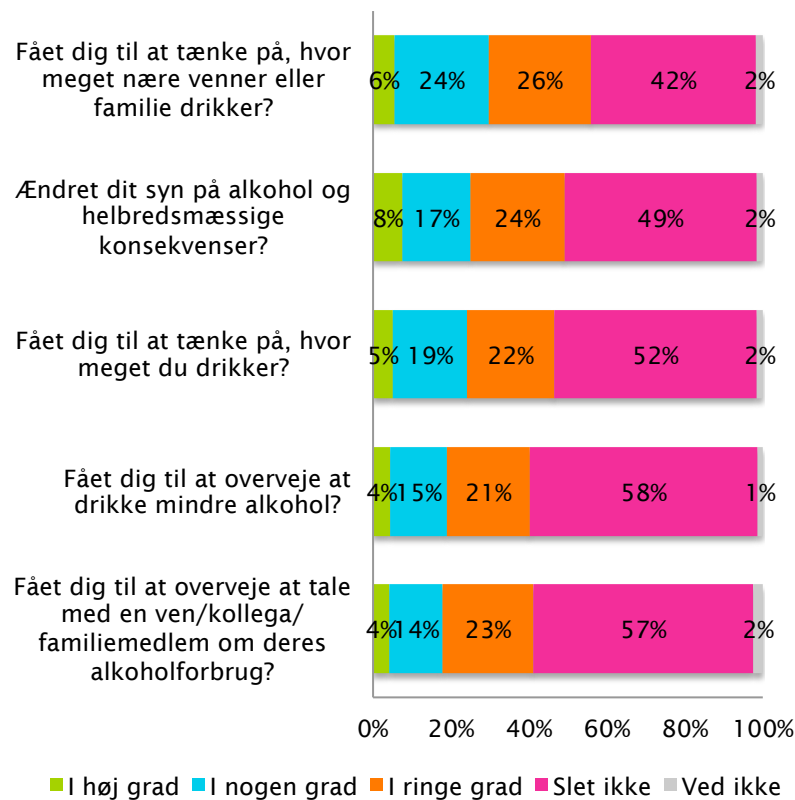


n præ: 968
n post: 1019

Størst effekt ift. overvejelser og ændringer i holdninger og adfærd blandt de der drikker mest og de ældre

- ▶ **Overvejelser omkring eget og andres alkoholforbrug**
 - ▶ For hver fjerde har kampagnen i høj/nogen grad fået dem til at tænke på hvor meget de selv drikker (24%).
 - ▶ Tre ud af ti (30%) svarer, at kampagnen i høj/nogen grad har fået dem til at tænke over nære venner/families forbrug.
- ▶ **Flere med højt forbrug har tænkt over eget forbrug**
 - ▶ Blandt de, der i gennemsnit drikker mere end lavrisikogrænsen svarer flere end fire ud af ti (44%), at kampagnen i høj/nogen grad har fået dem til at tænke over, hvor meget de drikker.
 - ▶ Blandt mænd i aldersgruppen 60-65 år svarer hver tredje (33%), at kampagnen i høj/nogen grad har fået dem til at tænke over hvor meget de drikker.
- ▶ **Flere med højt forbrug overvejer at nedsætte det**
 - ▶ Hver femte (19%) svarer, at kampagnen i høj/nogen grad har fået dem til at overveje at drikke mindre alkohol. Næsten hver tredje (31%) af dem, der drikker over lavrisikogrænsen, overvejer sammenlagt dette.
- ▶ **Ændret syn på helbredsmæssige konsekvenser**
 - ▶ Hver fjerde (25%) svarer sammenlagt, at kampagnen har ændret deres syn på alkohol og helbredsmæssige konsekvenser
- ▶ **Motivation til samtaler om alkoholforbrug**
 - ▶ Hver femte (18%) svarer, at kampagnen har fået dem til at overveje at tale med en ven/kollega/familiemedlem om deres alkoholforbrug.

I hvor høj grad har kampagnen...



n post: 578

The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people standing in a line, their forms rendered as dark silhouettes against a slightly lighter, textured background. The figures are positioned at various intervals, creating a sense of depth and a group dynamic. The overall tone is professional and minimalist.

Kampagnesite

Trafik på holdigen.dk

- ▶ Kampagnesitets menupunkter har i perioden 29/ til 13/10 2012 i alt haft 19.495 klik/besøg. Heraf tegner menupunktet "Vind en bowlingtur" sig for de 15.062.


Danish Health and Medicines Authority

Skriv søgeord

Sundhed
&
behandling

Medicin
&
medicinsk udstyr

Uddannelse,
autorisation &
tilsyn

> Om os

> Nyheder

> Kampagner

> Udgivelser

> English

Kampagner / Alkoholkampagne 2014

Kampagner

- > Medieindrykning
- > Evaluering
- > Alkoholkampagne 2014
 - Test dine alkoholvaner
 - Sådan skader alkohol
 - Vil du drikke mindre?
 - Fakta om alkohol
 - Her kan du få hjælp
 - Vind en bowlingtur

Hold lidt igen - og hold lidt længere

29. september 2014



sig det videre™