

SUND BY NETVÆRKET – SAMLET LEVERANCERAPPORT

Rekruttering til rygestop*

*En samlet leverance af flere analyser rettet imod at forstå 30-59 årige der ryger dagligt og informere og inspirere udviklingen af en national kampagne, der kan rekruttere målgruppen til evidensbaserede rygestopstilbud.

Indhold

1	Indledning	3
2	Målgruppeindsigter på tværs	10
3	Tre personaer der udfolder indsigter der ikke går på tværs	30
4	Case-evidens og kampagneinspiration	38



Baggrund for rapporten

Mange danskere ryger stadig

Pågældende undersøgelse er foretaget, da mange danskere fortsat ryger på trods af de mange helbredsmæssige konsekvenser, som rygning medfører. Det er især de 30-59 årige, der fortsat har et stort tobaksforbrug.

Evidensbaserede tilbud som løsning

I Danmark er der gratis tilgængelige evidensbaserede rygestoptilbud. De vurderes at være fire til fem gange mere effektive end hvis rygestop forsøges på egen hånd. På trods af tilbuddenes effekt bliver de dog ikke benyttet til deres fulde kapacitet. Kendskabet til tilbuddene er også generelt begrænset, hvilket formentlig skyldes, at der i Danmark ikke har været en national rygestopkampagne fra myndighedernes side siden 2016.

Undersøgelsens formål

Denne undersøgelse er foretaget af det strategiske innovationsbureau IS IT A BIRD i foråret 2024 og har til formål at skabe en dybere forståelse for personer i målgruppen (30-59 år) der ryger samt producere materiale, der kan informere og inspirere udviklingen af kampagneformater til en national kampagne. Gennem etnografiske interviews kommer analysen tæt på personer, der ryger og giver et indblik i deres hverdag, tanker, motivationer og barrierer ift. et evt. rygestop. Dette er for at skabe indsigt i, hvordan man kan målrette kommunikation mod denne gruppe.

NØGLESPØRGSMÅL

Hvilke 'hooks' og budskaber motiverer forskellige typer af rygere i alderen 30-59 til at opsøge evidensbaserede tilbud om rygestop?

Viden skaber ikke adfærd

I den følgende rapport beskrives de grundlæggende opfattelser af rygning, den generelle rygeadfærd samt oplevelsen af evidensbaserede rygestop blandt 30-59 årige der ryger dagligt. På tværs af datasættet er det tydeligt, at viden ikke skaber adfærd. Alle respondenterne ved, at det er usundt at ryge, men har samtidig en række forklaringer på, hvorfor de stadig ryger. Forklaringerne baseres på holdninger, der retfærdiggør deres beslutninger og handlinger og dermed afværger en kognitiv dissonans – altså den ubehag og skam, der følger med at handle i uoverensstemmelse med egen viden. De fortolker i mange tilfælde således information om rygning, så den i videst muligt omfang understøtter deres adfærd.

I undersøgelsen er der i øvrigt ingen respondenter som placerer ansvaret for egen rygning hos systemet (tobaksindustrien eller politikker/lovgivning). Flere nævner at det bl.a. er de afhængighedsskabende stoffer i cigaretterne, som gør, at de ryger – men de ser det som deres eget ansvar – både at de ryger og at de skal holde op med det.

Derudover er det en fælles oplevelse blandt alle respondenter, at rygning bliver opfattet negativt af omverdenen. Dette bliver dog udelukkende set som en god ting, da respondenterne dermed håber at det vil medføre, at færre unge vil ryge i fremtiden.



Mød de 13 personer som rapporten bygger på

Respondenternes fordeling

Rapporten har til formål at undersøge personer mellem 30 og 59 år der ryger dagligt. Denne målgruppe er valgt, da der begrænset viden om hvem menneskerne i denne målgruppe er, og hvad der kan motivere dem til at stoppe med at ryge.

I alt har vi indsamlet data fra 13 respondenter i alderen 30 til 59 år, fordelt på tværs af Danmark og med forskellige livssituationer med en vægtning mod lavere uddannelsesniveau – så de således afspejler hovedparten af de danskere der ryger i målgruppen.

Derudover er respondenterne fordelt i to grupper: 1) dem der ryger dagligt, og 2) dem der har meldt sig til et evidensbaseret rygestoptilbud inden for det sidste halve år. I alt røg 11 respondenter dagligt og to havde stoppet med at ryge inden for den sidste halvanden måned.

GRUPPE 1

Personer der ryger dagligt i alderen 30-59



Henriette, 48 år,
bor alene med børn



Jesper, 38 år,
gift med børn



Agnete, 45 år,
gift med børn



Silas, 36 år,
bor alene uden børn



Hannah, 45 år,
samboende med børn



Jens, 45 år,
samboende med børn



Hanne, 50 år,
bor alene med børn



Bent, 46 år,
gift uden børn



Signe, 30 år,
samboende med børn



Astrid, 46 år,
bor alene med børn

GRUPPE 2

Personer der, inden for de sidste 6 måneder, har tilmeldt sig et evidensbaseret rygestop i forbindelse med daglig rygning i alderen 30-59



Brian, 30 år,
gift med børn



Johanna, 55 år,
gift med børn



Niels, 31 år, bor
alene uden børn

En tredelt researchproces for at skabe viden om målgruppen

I første fase af researchen dykkede IIAB ned i en række rapporter, forskning og eksempler på tidligere kampagner for at forstå eksisterende viden om emnet. Dette er grundlaget for 'case-evidens og kampagneinspiration' leverancen og informerede researchtemaerne i den øvrige dataindsamling.

Som andet led i researchen fik IIAB 13 respondenter til at dokumentere deres hverdag, rygning og forhold til rygning over fire typiske dage igennem en digital dagbog for at fange rygning og tanker derom i sin naturlige kontekst.

Til sidst afholdte IIAB to-timers dybdegående etnografiske interviews med hver af de 13 respondenter, der afdækkede forskellige temaer vedrørende respondenternes livssituation, rygning og tanker om rygestop. Disse interviews var med få undtagelser holdt respondenternes egne hjem. Som del af interviewet blev der brugt stimuli som billeder og beskrivelser af de evidensbaserede tilbud og billeder af tidligere rygestopskampagner for at afsøge respondenternes reaktioner på konkrete forslag på at appellere til dem via en evt. kampagne.

Undersøgelses metoder



Deskresearch

Sammenfatning af forskning om rygestop-kommunikation og tidligere kampagnecases.



4 dages rygedagbog

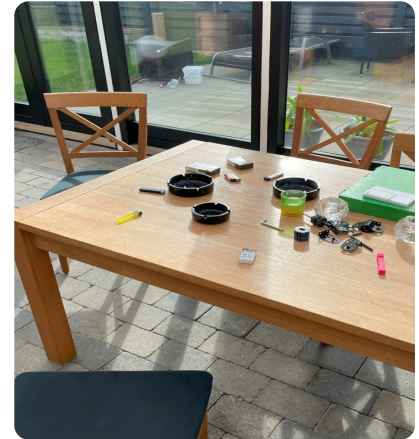
13 respondenter dokumenterer rygeadfærd og forhold til rygning over 4 typiske dage.



13 etnografiske interviews på 2 timer

Dybe interviews om livssituation, tanker om rygning og tanker om rygestop.

Billeder fra et etnografisk feltarbejde helt tæt på rygning



En rapport – tre sektioner, der samler og udfolder målgruppeindsigter, personer samt case-evidens og kampagneinspiration



MÅLGRUPPEINDSIGTER

Målgruppeindsigter er det vi ved om personer der ryger dagligt i alderen 30-59, der går på tværs. Disse afdækker 6 forskellige temaer, som er væsentlige i forhold til en hverdag og et liv med rygning.



PERSONER

3 personer viser de forskellige typer af personer der ryger i målgruppen og hvad der adskiller, dem i forhold til bl.a. værdier, forhold til rygning og forhold til rygestop. Formålet med disse er at informere og inspirere nye kampagneformater.



CASE-EVIDENS OG KAMPAGNEINSPIRATION

Case-evidens og kampagneinspiration, der primært giver et let overblik over hvad forskningen siger, der virker i rekruttering til rygestop samt opsummerer nogle af de tidligere kampagner, der har været på området.



MULIGHEDSRUM

Mulighedsrummene er en særskilt leverance ikke inkluderet i denne rapport. De samler dog viden fra de 3 andre leverancer i nogle konkrete 'muligheder' for at inspirere og vise nogle af de veje man kunne gå mht. temaer og kommunikation i en national kampagne.

6 TEMAER DER UDFOLDER

Målgruppeindsigter på tværs

1. Afhængighed og kontrol
2. Cigaretten opfylder mere end behovet for nikotin
3. De helbredsmæssige konsekvenser ved rygning
4. Rygning og dets hensyn
5. Et rygestop kræver indre motivation og disciplin
6. Oplevelsen af rygestoptilbud

1. AFHÆNGIGHED OG KONTROL

Min afhængighed bliver tydelig, når jeg mister kontrollen over hvor og hvornår, jeg vil ryge

Det er særligt, når personer der ryger ikke selv kan bestemme hvor og hvornår de vil ryge, at de bliver opmærksomme på deres nikotinafhængighed.

Langt de fleste anerkender, at de til dels er afhængige af at ryge, men at det som udgangspunkt ikke er et problem, så længe de oplever, at de er i kontrol over hvor og hvornår de ryger. På den anden side opleves det som en forstyrrende belastning, når rygning betyder, at de må bryde med deres vaner og præferencer. Respondenterne taler om at måtte 'ryge på forkant' selvom de måske lige har røget, fordi de skal noget, hvor de ved, at de ikke har mulighed for at ryge over en længere periode. Når personer der ryger er sammen med andre, der ikke ryger, kan nikotintrangen også betyde, at de – mod deres ønske – må forlade selskabet for at gå ud og ryge. I sådanne situationer bliver afhængigheden tydelig og en belastning på en måde der bryder med opfattelsen af at være i kontrol over sin rygning.



”

Det at have en afhængighed er en begrænsning. Jeg kan ikke være 100 % mig selv sammen med andre, når trangen til at ryge kommer. Så bliver jeg nødt til at gå ud og ryge, selvom jeg ikke har lyst til at trække mig.”

Silas, 36 år

1. AFHÆNGIGHED OG KONTROL

Der er forskel på de cigaretter, jeg ryger, fordi jeg vil, og dem jeg helst vil være foruden

I forlængelse af foregående skelner flere af respondenterne imellem de cigaretter, de gerne vil ryge, og dem de ikke vil, men som de ryger alligevel.

De gode cigaretter er dem, som personer der ryger glæder sig til at ryge, eller som hjælper dem igennem forskellige situationer i deres hverdag. Ofte fungerer cigaretterne som en belønning eller et redskab til at overkomme en opgave. Det kan eksempelvis være cigaretten efter en lang, hård arbejdsdag eller cigaretten til festen sammen med vennerne.

De dårlige cigaretter er dem, der fysisk og/eller mentalt udløser ubehag. Enten fordi de understreger respondentens afhængighed fx fordi de ryges på 'forkant' og/eller fordi de simpelthen giver fysisk ubehag. Det kan være cigaretten man – på grund af rygetrang – ryger med tømmermænd 'dagen derpå', som smager dårligt, men som man ikke kan lade være med at ryge fordi det kræver kroppen.



”

Mange af mine smøger er vanesmøger. Der er vanesmøgerne og så er der dem, jeg trænger til. Jeg ryger altid når jeg står op, og det gjorde jeg også i weekenden efter jeg havde været til fest. Den var ikke god! Når der har været lidt for meget rosé, smager den ikke godt om søndagen.”

Agnete, 46 år

2. CIGARETTER OPFYLDER MERE END BEHOVET FOR NIKOTIN

Rygning bringer mig socialt tættere sammen med andre

Flere respondenter fortæller om rygning som et redskab til at indgå i uforpligtende sociale fællesskaber, for når man møder andre der ryger har man med det samme noget tilfælles. Det giver en let indgang til at starte en samtale og stifte nye bekendtskaber.

Følelsen af fællesskab med andre der ryger understøttes ofte af at man fysisk skal adskille sig fra ikke-rygere og søger mod de samme (tilflugts)steder. Man føler sig mindre stigmatiseret sammen og behøver ikke bekymre sig om fx røglugt.

Derudover faciliterer rygning mere intimitet i de samtaler, man har. Rygning hjælper med at flytte kontekst til et sted, hvor man kan snakke mere privat. Samtidig kan følelsen af nikotinen gøre at man er mere afslappet omkring samtalen og snakker mere løst.

”

Rygning giver et buzz oppe i hovedet når man kombinerer med øl, så man bliver lidt mere løs og får nogle bedre snakke. Og så giver det noget socialt, fordi jeg lige snakker i 10min med folk, jeg ikke normalt ville have et forhold til.”

Hanne, 50 år



”

Det er frygteligt at det skal være sådan, men jeg kommer helt sikkert tættere på folk når vi ryger sammen. Det giver os en fælles ting at vi ryger.”

Signe, 30 år

2. CIGARETTER OPFYLDER MERE END BEHOVET FOR NIKOTIN

Rygning er et pusterum og en pause fra min travle hverdag

Mange respondenter fremhæver, hvordan de bruger rygning som en pause. Det kan være en måde at komme væk fra det man laver i 5 minutter for at samle tankerne eller zone ud. Det at ryge en cigaret giver for mange følelsen af at nulstille og finde ro igen efter en stressende eller vanskelig situation.

Det at man ryger opleves også som en legitim årsag til i det hele taget at holde en pause. Uden at ryge en cigaret føles det fx unaturligt at træde udenfor imens andre kollegaer arbejder, fordi man bryder nogle sociale normer.

Generelt ser respondenterne ikke en løsning, der – på linje med rygepausen – kan give dem samme ro. Det bliver en barriere for dem, når de tænker på rygestop.

”

Det er afstressende at ryge, det giver mig muligheden at flytte fokus i 5 minutter og tænke på noget andet. Jeg kan flytte mig fra en stresset situation.”

Signe, 30 år



”

Rygning er dårligt for dig og dit helbred, men det giver dig også et pusterum. Jeg savner den ro det gav mig at ryge, f.eks. når jeg havde oplevet noget svært på arbejde, f.eks. en borger der er udadreagerende. Jeg har ikke fundet noget, som kan give mig samme ro som cigaretten gjorde.”

Johanna, 55 år, tilmeldt rygestopstilbud

2. CIGARETTER OPFYLDER MERE END BEHOVET FOR NIKOTIN

Rygning kan være en belønning eller en trøst for mig

Rygning bruges ofte også som selvbelønning. Når man har gjort noget godt, udholdt noget anstrengende eller udført noget hårdt, udløser det en cigaret. Det vækker følelsen af at have fortjent den og kan endda være motivation for at klare opgaven.

Samtidig bliver rygning en trøst, når man har det svært. Pressede periode i livet intensiverer cigaretforbruget som et element i at håndtere udfordringerne. Det er bredt accepteret, at udfordrende perioder legitimerer et øget forbrug.

På et vist niveau – fører respondenterne en slags regnskab med deres rygning. De har forskellige forventninger og *regler* for deres rygeadfærd – og dermed om regnskabet går op. Hvis man gør sig fortjent eller har været udsat for noget, kan det være med til at sætte *normalen* ude af spil og retfærdiggøre flere cigaretter.

”

Det der gør det svært at stoppe for mig er at det gør noget godt selvældsmæssigt – det er et symbol på gøre noget for sig selv. Fx ligesom at købe mad på McDonalds når man tænker ‘det har jeg rigtig meget lyst til’ men så får det dårligt bagefter. Man gør noget godt for sig selv, som så ikke er godt”

Niels, 31 år, tilmeldt rygestopstilbud



”

Jeg ryger mere når livet gør ondt. Da jeg mistede min mor var det nærmest kæderygning. Den ene cigaret tager bare den anden. Man ryger en smøg efter man har grædt, og så trækker man lige vejret, ryger en til og så er man klar igen.”

Agnete, 46 år

3. DE HELBREDSMÆSSIGE KONSEKVENSER VED RYGNING

Jeg ved, at rygning er usundt – men det forholder jeg mig ikke til i min hverdag

Alle der ryger nævner, i større ikke mindre grad, at de ved, at rygning er usundt og kan føre til alvorlige helbreds-konsekvenser. Flere nævner blandt andet frygten for kræft og sygdommen KOL, som noget de specifikt forbinder med rygning samt ricisien for en forringet livskvalitet og en kortere levetid i fremtiden. Dog italesætter flere, at de anser det som delvist tilfældigt, hvorvidt – og i hvilket omfang – rygning skader. De fleste forestiller sig, at de meget alvorlige følgevirkninger ved rygning ikke rammer dem. Sådan noget 'sker altid for naboen', og at så længe de føler sig sunde raske, på trods af at de ryger, skal alting nok gå.

Derudover tilføjer flere, at rygning er ligesom så mange andre dårlige vaner – såsom at spise usundt – og i den sammenhæng kan den ene dårlige vane vel være ligeså god – eller dårlig – som den anden.



”

Rygning betyder formentlig, at jeg kommer til at leve et kortere liv og det er jo så dejligt at være levende. Det er super dumt at sætte ens liv over styr for at ryge nogle åndssvage pinde. Cigaretterne er et dårligt byt.”

Jesper, 38 år

3. DE HELBREDSMÆSSIGE KONSEKVENSER VED RYGNING

Når jeg kan mærke fysiske konsekvenserne ved rygning på egen krop, lytter jeg

Det er – for de fleste – først når man kan mærke helbredsmæssige gener på egen krop at sundhedsrisiciene føles reelle. Kroppen bliver på den måde et parameter for, hvorvidt rygning skader eller ej. Mange ignorerer og negligerer de mindre tegn på, at rygning skader deres krop, såsom hovedpine og svien i øjnene. Dette kan hænge sammen med, at de fleste har røget i mange år, og det bliver derved svært at genkalde hvordan kroppen føltes inden man røg. Når personer der ryger bliver opmærksomme på, at det fysiske ubehag de mærker, også de små ting, skyldes rygning, opstår et nyt momentum, for at stoppe med at ryge.

”

Jeg havde tænkt at jeg ville stoppe med at ryge og så skulle jeg have taget en blodprøve, fordi jeg havde for højt kolesterol. Der var en snak om, at jeg skulle tappes fordi mine røde blodlegemer lå for højt og så tænkte jeg, at det var sgu for dumt, at jeg skulle tappes, fordi jeg røg – det var for besværligt. Det var det sidste stød der fik mig til at stoppe.”

Johanna, 55 år, tilmeldt rygestopstilbud



”

Det skal gøre ondt på ens krop, før man tænker, at rygning har konsekvenser. Jeg er begyndt at have ondt i benene, og det har jeg fået at vide skyldes dårligt blodomløb pga. rygning. Jeg har også for højt kolesterol – men det det er bare tal på et papir. Det med benene fylder meget, fordi jeg kan mærke det her og nu.”

Niels, 31 år, tilmeldt rygestopstilbud

4. RYGNING OG DETS HENSYN

Når jeg ryger, er det vigtigt, at jeg tager hensyn til andre

Personer der ryger fremhæver, at deres rygning i mindst muligt omfang må *gå ud over andre*. Derfor er der også flere, der har en række kompenserende adfærdsmønstre, der understøtter målet om ikke at belaste omgivelserne med deres rygning.

Mange vasker hænder umiddelbart efter de har røget og flere nævner også, at de – når det er muligt – børster tænder eller bruger tyggegummi for at efterlade mindst mulige lugtgener. Tilmed er personer der ryger ofte opmærksomme på *hvor* de ryger henne; om der er mange mennesker omkring dem og hvilken vej vinden vender ift. røgen fra cigaretten.

Det kan hænge sammen med at de fleste der ryger køber præmissen om at rygning er dårligt for dem selv og deres omgivelser, og at de til en vis grad skammer sig over, at de ryger.



”

Når jeg er på arbejde og lige har været ude og ryge, så tænker jeg over, at jeg ikke vil komme for tæt på mine kollegaer, fordi det vil lugte hvis jeg ånder dem lige i hovedet.”

Hannah, 45 år

4. RYGNING OG DETS HENSYN

Når jeg undgår at ryge omkring andre, tager jeg også hensyn til mig selv

Den kompenserende adfærd som personer der ryger udviser handler højst sandsynligt ikke kun om at skåne andre, men er i mange tilfælde også med til at skjule, at de ryger selv.

På den måde tager personer der ryger ikke kun hensyn til andre, når de ikke ryger omkring ikke-rygere, men også til sig selv.

Tilmed kan de kompenserende strategier, som f.eks. at vaske hænder samt spise pastiller og tyggegummi, også være med til at beskytte personen der ryger for andres fordømmende holdninger samt den stigmatisering, som de til tider oplever, at rygning er forbundet med.

”

Når jeg går ind i bussen vil jeg helst ikke være den folk synes stinker af røg.”

Henriette, 47 år



”

Mine kollegaer ved ikke, at jeg ryger. Det handler nok om, at jeg synes, at det er pinligt. Det er pinligt, at jeg gør det mod mig selv og mod samfundet – at jeg er et voksent menneske som ryger. Min bror siger, at det kun er svage mennesker der ryger, og jeg synes, at han har ret.”

Astrid, 46 år

4. RYGNING OG DETS HENSYN

Jeg ryger aldrig i nærheden af børn

Personer der ryger er især opmærksom på deres rygning omkring børn – også selvom det ikke er deres egne børn. Det er ofte i konteksten med børn, at flest nævner, at de bliver særligt flove over egen rygning. Overordnet set vil ingen udsætte børn for passiv rygning, blåstemple rygning eller risikere at præge børn til at ryge senere livet.

Dem der har børn, eller spiller en stor rolle i børns liv, er ekstra skamfulde over egne rygevaner. Rygning tager tid og nærvær fra børn, da man skal gå væk (og evt. skjule sig) for at ryge, og fordi man er mindre tilstede i samværet, når man bliver nikotintrængende. Samtidig fylder bekymringerne om, hvordan rygning vil påvirke deres helbred. Flere frygter at belaste deres familier med de følgesygdomme, de kan få af rygning, eller at dø før tid og derved have mindre tid med dem, de elsker.

”

Jeg bor sammen med mine nevøer, og jeg går altid udenfor og ryger. De ved jeg ryger, men jeg vil gerne skåne dem for røgen, og for at de ser et voksent forbillede ryge. Jeg mistede selv min onkel til rygning, da jeg var barn. Jeg tænker meget over, at det ville være tarveligt at byde mine nevøer det samme.”

Silas, 36 år



”

Jeg er opmærksom på min rygning, når min datter siger noget om min rygning – så giver det ingen mening for mig at ryge. Hun er ikke så gammel. Jeg vil ikke have, at hun forstår eller ved, at jeg ryger.”

Jens, 48 år

Jeg er den eneste, der kan motivere mig selv til et rygestop

Det første skridt på vejen til rygestop er, at man selv oprigtigt er motiveret for det. At andre synes man skal stoppe, kan for nogen hjælpe den indre motivation på vej, men for andre fungerer det stik modsat – der er ingen, der skal bestemme, hvad de skal.

Andet skridt mod rygestoppet handler om disciplinen til at holde det og bekæmpe den fysiske og mentale afhængighed. For nogle er det vigtigt, at de selv har disciplinen til holde rygestoppet, og det betragtes som et personligt nederlag, hvis de begynder at ryge igen. Andre italesætter, at de gerne vil og har brug for hjælp til at holde rygestoppet.

Noget af det sværeste ved et varigt rygestop er at undgå at 'falde i igen', når man begår sig i situationer, hvor man plejede at ryge, såsom i frokostpausen med kollegaerne og til fest med vennerne. Her efterspørger flere der ryger konkrete værktøjer, hjælp og sparring til, hvordan de kan undgå at lade sig friste til at ryge igen.



”

Motivationen til at stoppe med at ryge skal komme indefra. Jeg er den vigtige spiller. Men én ting er motivationen og noget andet er disciplinen til at holde rygestoppet, det kan være svært. Der er mange situationer hvor man kan falde i igen. Sidst begyndte jeg at ryge igen efter en fest.”

Silas, 36 år

Mit fokus er på det, jeg mister, og ikke på det jeg opnår ved at stoppe med at ryge

Fælles for mange der ryger er, at de forbinder et eventuelt rygestop med det de vil miste og ikke med det de vil opnå, såfremt de stopper med at ryge. Fokus er på de mange situationer, hvor cigareten vil mangle, og det er medvirkende til, at motivationen for at stoppe med at ryge daler. Selvom langt de fleste nævner at rygning er dumt, dyrt og spild af liv og godt helbred, har de svært ved at se sig ud af, hvordan de skal undvære cigareten.

At stoppe med at ryge er for mange ensbetydende med færre eller ingen pauser til sig selv, tabet af muligheden for at kunne afstresse hurtigt og effektivt, et savn efter muligheden for at indgå i uforpligtende (ryge)fællesskaber og lære nye mennesker at kende samt overbevisningen om, at man vil have mindre sjove fester, når man ikke har muligheden for at gå ud og ryge. Det betyder også, at der for langt de fleste altid er mange gode undskyldninger for ikke at stoppe lige nu – det man mister ved at stoppe med at ryge, er for uoverskueligt.



”

Hold op hvor har min kæreste og jeg sagt mange gange til hinanden at 'nu stopper vi med at ryge'. Men så havde jeg en hård fødsel, og det var hårdt at blive forældre, og så aftalte vi, at vi ville stoppe når jeg var på højkant igen. Det er jeg egentlig nu – men så fandt min kæreste en halv pakke cigaretter i bilen, som vi lige ville ryge færdig først. Der er altid mange gode undskyldninger.”

6. OPLEVELSEN AF RYGESTOPTILBUD

Kendskabet til evidensbaserede rygestoptilbud er begrænset

På tværs af målgruppen kender få til de evidensbaserede tilbud. De respondenter, der har prøvet et evidensbaseret rygestoptilbud, kender ofte kun til det tilbud, de selv har prøvet. Enkelte husker at have set Stoplinien stå på cigaret pakker men har aldrig overvejet at det var nogle, de kunne ringe til. Derudover har få lagt mærke til tilbud om kommunalt rygestop på deres arbejdsplads eller hos lægen, men det nuancerede kendskab til tilbuddene mangler.

Når respondenterne er blevet præsenteret for de tre evidensbaserede tilbud; Stoplinien, E-kvit og hjælp til rygestop i kommunen er de generelt af den opfattelse, at det er fint, at der er flere gratis tilbud til hjælp, men de er ofte hurtige til at antage, hvad tilbuddene indeholder og bruger kort tid på at vurdere, om det er noget for dem eller ej. Når respondenterne bliver forklaret, hvad tilbuddene indeholder, kan de ofte se sig selv benytte sig af mindst ét af tilbuddene. Dette tyder på, at tilbuddene tilsammen dækker de behov og ønsker der er i forbindelse med hjælp til et rygestop, selvom kommunikationen af de enkelte tilbud muligvis kunne skærpes. Derudover opfattes E-kvit generelt som et let første skridt til et rygestop, da denne er lettilgængelig, ikke indebærer involveringen af andre og det er heller ikke tydeligt, hvis man ikke lykkedes med sit rygestop i første omgang.



”

E-kvit virker simpel at gå til. Det er nemt fordi man har den lige ved hånden – det er simpelt og nemt, så der er ingen undskyldning for ikke at gøre det. Jeg føler jeg har taget et valg om, at jeg vil bruge den app nu. Når man har downloadet appen så kører det bare.”

Brian, 30 år, tilmeldt rygestoptilbud

Respondenter har forskellige modsatrettede behov, når det kommer til hvilken slags hjælp, de ønsker til rygestop

6. OPLEVELSEN AF RYGESTOPTILBUD

ØNSKER TIL SPARRING I RYGESTOPPET

HJÆLP TIL RYGESTOP HANDLER KUN OM PERSONLIG RÅDGIVNING

ET RYGESTOP SKAL GIVE MIG ET STØTTENDE FÆLLESSKAB

INVOLVERING AF ANDRE I RYGESTOPPET

RYGESTOPPET ER MIN PERSONLIGE KAMP OG ANSVAR

JEG ØNSKER HJÆLP AF ANDRE TIL AT LYKKES MED RYGESTOP

MOTIVATION I RYGESTOPPET

JEG ER MOTIVERET AF MINE INDIVIDUELLE RESULTATER

JEG ER MOTIVERET AF FÆLLES OPNÅEDE MÅL

Hjælp til rygestop handler kun om personlig rådgivning

Flere respondenter fortæller, at de ikke har nogen interesse i at bruge deres tid på, at høre på andre fortælle om deres rygning og problemer forbundet hermed.

Hvis de skulle melde sig til et rygestop er det kun fordi de søger svar, sparring og strategier til, hvordan de selv kan få bugt med egen rygning. Respondenter som allerede har en strategi eller ide til hvordan de skal stoppe med at ryge, ser mindre grund til at søge hjælp og rådgivning til rygestop. For denne type respondenter ligger der en bekymring i, at rygestoppet tager for meget tid ud af en travl hverdag, hvor rygning i øvrigt er med til at sørge for, at hverdagen kører mere gnidningsfrit.

”

Jeg bruger al min sociale energi i løbet af ugen, så jeg har ikke brug for at snakke med fremmede mennesker om min rygning. Det er mit liv og mit ansvar. Jeg skal nok selv komme dertil hvor jeg stopper. Jeg ved godt hvordan, bare ikke hvornår.”

Hanne, 50 år

Et rygestop skal give mig et støttende fællesskab

Flere respondenter ser rygestoppet som en mulighed for at finde et nyt fællesskab, hvor man støtter hinanden og finder opbakning til at tage kampen op mod rygning. Samtidig bliver rygestoppet også en mulighed for at danne nye relationer og lave aktiviteter sammen. Dette er især vigtigt for dem, som oplever, at rygning giver dem noget socialt, som de i så fald vil miste, når de stopper med at ryge.

Rygning er noget, som flere af respondenterne beskriver som skamfuldt og det betyder også, at flere skjuler det for familie, venner og kollegaer. Derfor kan det også være trygt at finde et fællesskab med andre, som forstår hvordan det føles at skulle stoppe med at ryge, og hvor man kan hjælpes ad.

”

Jeg vil gerne have mulighed for at spejle mig i andre hvor vi sammen kan gå igennem rygestoppets op- og nedture.”

Johanna, 55 år, tilmeldt rygestopstilbud

Rygestoppet er min personlige kamp og ansvar

Flere respondenter ser rygestoppet som deres personlige kamp og ansvar, som de alene skal tage stilling til og håndtere. Det handler om oplevelsen af at de kan selv, er i kontrol og ikke er afhængige af andre. For dem er det vigtigt, at de selv kan styre tempoet i deres rygestop og selv kan bestemme hvornår, hvordan og på hvilken måde de stopper.

De frygter at skulle forklare sig over for en rygestoprådgiver, som er belærende og fortæller dem ting de allerede ved, såsom hvor usundt rygning er. Derudover fylder risikoen for at opleve et nederlag – dette kan både være ift. erkendelsen af, at man har brug for hjælp samt frygten for at fejle, hvis man ikke lykkes med den hjælp man får.

” Det kommunale tilbud er det værste rygestoptilbud! Der sidder sikkert en underviser og fortæller dig, hvor dårligt det er at ryge, og de har sikkert aldrig røget selv – de forstår det ikke. Jeg kunne ALDRIG finde på at tage til det!”

Signe, 30 år

Jeg ønsker hjælp af andre for at lykkes med rygestop

Flere respondenter udtrykker bekymring, om hvorvidt de vil 'snyde' i et rygestop, hvis ikke de skal stå til regnskab over for andre. For dem er det positivt at inddrage andre og helst nogen de står ansigt til ansigt med. Det kan være let at lyve over telefonen, men endnu sværere at lyve om egen rygning, når man er omgivet af andre, som også prøver at stoppe.

Tilbud hvor man møder fysisk op, såsom det kommunale, bliver en måde at forpligte sig på og leve op til rygestoppet, dels fordi man gerne vil være med til at løfte i flok, og dels fordi man gerne vil undgå den skam som ligger i at fortælle andre, at man er faldet i. Det der gør tilbuddet attraktivt hæver også barrieren for at melde sig til, fordi man påtager sig et ansvar over for andre.

” Rygestoppet ville være bedre hvis det var fysisk, fordi jeg vil føle et større commitment ved at se nogen i øjnene og sige, at jeg ikke har røget. Over telefonen vil det være nemt at snyde. Man gør så mange mærkelige ting, når man er afhængig.”

Henriette, 47 år

Jeg er motiveret af mine individuelle resultater

De fleste respondenter er i en eller anden grad motiveret af fysisk at kunne se og mærke de resultater, de opnår ved et rygestop. Dette omfatter både resultater de kan mærke på egen krop og helbred, som at kunne få vejret bedre, når man løber eller går op af trapper, men det handler også om de økonomiske resultater. Det kan f.eks. være at have penge til oplevelser man normalt ikke har råd til, at kunne tage på en ekstra ferie eller lægge penge til side på en opsparing.

Det gør det ekstra motiverende, når de individuelle opnåede resultater er synlige, dette kunne f.eks. være på appen E-kvit, der kan vise hvor mange penge, man har sparet ved ikke at ryge, og som giver besked om, hvordan helbredet forbedres.

” Det er meget positivt at appen fortæller én hvor længe man er stoppet og sender en notifikation. Og det er meget motiverende at se, hvor meget man har sparet og når den fortæller en, at ens helbred er blevet bedre.”

Brian, 30 år, tilmeldt rygestopstilbud

Jeg er motiveret af fælles opnåede mål

Selvom de fleste er motiveret af individuelle opnåede resultater i et eller andet omfang, er der også en gruppe som i høj grad bliver motiveret af fælles opnåede mål da disse giver en følelse af fællesskab og at løfte i flok. Samtidig virker det opmuntrende at andre i fællesskabet lykkedes, fordi man i en eller anden grad har været medvirkende til det og det giver oplevelsen af, at den enkelte også kan lykkes med sit rygestop i fællesskabet.

God gruppedynamik og følelsen af at være en del af fællesskabet er en belønning i sig selv. Det er motiverende at være sammen med sin rygestopsgruppe og eventuelt blive belønnet i fællesskab med med forskellige aktiviteter og sociale events man kan lave sammen.

” Det er godt at være fælles om at stoppe for så kan vi motivere og inspirere hinanden. Jeg kan godt lide at skulle stå til ansvar over for nogen.”

Astrid, 46. år

INDSIGTER DER IKKE GÅR PÅ TVÆRS KONDENSERET TIL

Tre personaer målrettet en national kampagne

1. Den fællesskabsorienterede
2. Den autonome
3. Den familieorienterede

Bagom de tre personaer

Personaerne danner grundlag for at forstå personer der ryger dagligt, i alderen 30-59 år, og herunder opnå handlingsorienteret indsigt i deres behov og aspirationer. Personaerne kan således fungere som et udgangspunkt og fundament for at kommunikere relevant og effektivt til og med målgruppen.

I forbindelse med vores indsigtarbejde har vi ikke kunne identificere klassiske demografiske karakteristika som det udslagsgivende i de værdiforskelle, vi ser imellem personer der ryger. Derfor er de to hovedpersonaer i stedet for defineret ud fra emotionelle drivkræfter samt deres forhold til rygning.

Overordnet er *den fællesskabsorienterede* og *den autonome* to poler, når det kommer hvilke tanker, der fylder i forhold til rygning.

Den familieorienterede er en tredje tertiær persona skabt ud fra en specifik og meget

definerende livssituation. Gennem vores analyse blev det tydeligt, at små børn sætter så stort et aftryk på hverdagen, at denne livsomstændighed delvist trumfer, hvorvidt man grundlæggende tilhører *den fællesskabs-orienterede* eller *den autonome*. Personer med små børn handler ofte efter *den familieorienterede* personas adfærdsmønstre, selvom de i andre situationer og mere generelt ville kunne placeres i en af de to hovedpersonaere.



Den Fællesskabsorienterede



Den Autonome



Den Familieorienterede



Den Fællesskabsorienterede

Rygning er noget jeg nyder at gøre sammen med andre

Beskrivelse

Den fællesskabsorienterede føler sig tæt knyttet til sit nærområde, hvor de er bredt engagerede. De dyrker måske holdsport i den lokale klub eller er aktive i andre foreninger, hvor fællesskabsfølelsen er stærk. Den fællesskabsorienterede kender sine naboer og hjælper til, når venner eller bekendte har behov for en ekstra hånd. At hjælpe andre giver dem både glæde og mening i livet. Den fællesskabsorienterede er ikke blot optaget af det nære fællesskab men føler sig også forpligtet over for det større fællesskab og samfundet.

Det vigtigste for mig

Den fællesskabsorienterede går meget op i at pleje sine sociale relationer – både de nære og de mere perifere. Den fællesskabsorienterede har et stort socialt behov og føler sig bedst tilpas, når de er en del af noget større.



“Jeg vil gerne være et sted i mit liv hvor jeg kan hjælpe andre. Det giver mig livskvalitet.”

Silas, 31 år



Mit forhold til rygning

Jeg nyder at ryge med andre men ikke alene. Når jeg ryger alene føler jeg mig skamfuld, men når jeg ryger sammen med andre er skammen væk. Det gør rygning konfliktfyldt for mig.

“Når jeg ryger alene har jeg det sådan at jeg tænker: ‘hvad skulle det nu til for?’ Sådan har jeg det ikke, når jeg ryger sammen med andre.”

Astrid, 46 år



Det rygning giver mig

Rygning giver den fællesskabsorienterede en anledning til at møde nye mennesker og have mere intime samtaler. Både med dem de kender og ikke kender. At ryge sammen med andre giver en følelse af fællesskab og at man passer ind.

“Hvis man er til et arrangement og man ryger så taler man med alle mulige. Det er det rygning kan, det bliver noget vi samles om.”

Signe, 30 år



Når rygning frustrerer mig

Når den fællesskabsorienterede oplever at være den eneste der ryger i et selskab går rygning fra at være socialt til at blive en isolerende faktor. Viden om, at det belaster samfundet at man ryger, er også noget der frustrerer den fællesskabsorienterede.

“Jeg synes, at det er pinligt at man ryger og gør det ved sig selv. Det går udover andre og samfundet. Man ved, at der ikke er plads til alle de mennesker [der ryger] på hospitalet”

Brian, 30 år

Det kan også være ensomt at ryge:

- Jeg skal midlertidigt trække mig fra en social begivenhed eller en god samtale, fordi jeg får rygetrang.
- Hvis jeg er den eneste der ryger, og jeg får lyst til at ryge kan jeg føle mig udenfor.
- Jeg spilder min sundhed på at ryge alene, når jeg helst vil ryge sammen med andre.
- Jeg belaster samfundet og andre ved min rygning og det er skamfuldt.

Rygestop for Den Fællesskabsorienterede



Min motivation for et rygestop:

- Jeg vil ikke belaste samfundet og dem omkring mig med mit valg om at ryge.
- Jeg føler skyld og skam over de cigaretter jeg ryger alene i hverdagen.
- Jeg er træt af at skamme mig og gemme mig væk eller fjerne mig fra andre, fordi jeg ryger.



Det jeg ser som barrierer:

- Jeg kommer til at miste nogle af mine sociale fællesskaber og muligheden for at indgå i uforpligtende fællesskaber, hvis jeg stopper med at ryge.
- Inderst inde vil jeg gerne være festryger. Uden rygning vil det ikke være den samme fest, og jeg vil ikke møde ligeså mange nye mennesker.



Det jeg skulle ændre i mit liv:

- Jeg skal finde en ny måde at være sammen med mine venner og bekendte ift. den måde jeg plejer.
- Jeg skal feste på en anden måde end jeg plejer.



Tanker om rygestoptilbuddet:

Ønsker kun rådgivning til rygestoppet

Ønsker nye fællesskaber

Jeg kan stoppe alene og vil selv styre tempoet

Jeg skal stå til regnskab over for andre

Motiveret af individuelle resultater

Motiveret af fælles opnåede mål

“Mit ønskescenarie er at være festryger. Det er så hyggeligt at ryge, når man får en øl eller to. Men det er også det, der altid får mig til at starte med at ryge igen – for jeg kan ikke holde det i hverdagen.”

Henriette, 47 år

“Jeg vil have nogle at stå til ansvar over for, når jeg stopper med at ryge. Det vil være pinligt at sige til andre, at jeg ikke kunne stoppe alligevel. Vi kan også motivere hinanden og sige: ‘nu giver vi den en skalle.’ Og hvis vi ikke har røget i 14 dage kan vi fejre det sammen ved at tage ud og spise sammen.”

Johanne, 55 år



Kommunikative hooks:

- Du behøver ikke stoppe alene. Mød ligesindede og find fællesskab i rygestoppet. Nogle du kan dele nedturene og fejre opturene sammen med. Vi står til regnskab over for hinanden og hjælper hinanden med disciplinen til at stoppe.
- Gør noget godt for alle os andre ved at gøre noget godt for dig selv. Stop rygning. Sæt ikke din sundhed på spil.



Tanker om afsender:

Den fællesskabsorienterede er aktiv i lokalmiljøet og følger måske med i, hvad der sker på den lokale Facebookside eller i lokalavisen.

De lytter også til f.eks. Kræftens Bekæmpelse og Sundhedsstyrelsen, fordi de har tillid til, at de prøver at gøre noget godt for både dem og samfundet. De køber grundlæggende ind på den præmis, at de som individer ikke adskiller sig fra de generelle anbefalinger.

Når en ven eller et familiemedlem opfordrer dem til at stoppe, er de enige. I de situationer oplever den fællesskabsorienterede skyld og skam.

Den Autonome

Rygning er mit valg. Det skal andre ikke bestemme

Beskrivelse

Den autonome er selvsikker, selvstændig og har stor tiltro til, at de kan klare det, de sætter sig for – både på jobbet og på hjemmefronten. De trives af konkrete, målbare resultater. De sætter en stor ære i at gøre sig umage, at klare tingene selv og har intet problem med at tage sagen i egen hånd.

Det vigtigste for mig

Den autonome går op i friheden til at styre og tilrettelægge eget liv. For den autonome er følelsen af kontrol over eget liv afgørende, og de arbejder gerne hårdt for efterfølgende at kunne nyde frugten af deres resultater og forkæle sig selv.



“Jeg blander mig ikke i hvad andre gør, så ingen skal blande sig i mit liv.”

Hanne, 50 år



Mit forhold til rygning:

Den autonome har det fint med sin rygning, så længe de selv oplever, at det er et valg de har taget. De nyder at ryge, og det er noget, som kan hjælpe dem med at finde fokus. Til gengæld skaber det stor indre konflikt, når de oplever at være afhængige af at ryge.

“Rygning er måske/måske ikke skadeligt for dig. Jeg har det lidt sådan at rygning og dens mulige konsekvenser, dem tager jeg.”

Agnete, 46 år



Det rygning giver mig

Den autonome bruger cigaretten til tænkepauser og følelsen af ro. Cigaretten hjælper med at nulstille og genfinde fokus på den opgave, de har sat sig for at løse. Den autonome mener dog også, at cigaretten i bund og grund er unødvendig, og at de kunne få en pause uden.

“Jeg havde lyst til at kyle rundt med hele lortet forleden, fordi ingen af mine kollegaers arbejdstegninger passede - men så gik jeg ud og røg, og så havde jeg det meget bedre.”

Agnete, 46 år



Når rygning frustrerer mig

Rygning frustrerer den autonome grænseløst, når de oplever at nikotinrangen forstyrrer og styrer deres hverdag eller evne til at fokusere.

“Det trælse ved at ryge er ikke, at det er skadeligt for dig, men at det er endnu en ting du skal. At man inden et møde tænker: ‘jeg må hellere lige ryge en cigaret først’. Det fanger mig, fordi det fjerner min frihed til at gøre, hvad jeg egentlig vil.”

Jesper, 38 år

Rygning må ikke styre mig:

- Når jeg skal ryge af trang fremfor lyst, føler jeg mig svag og underlagt min rygning.
- Når trangten til at ryge en cigaret opstår i en situation, der kræver noget af mig, påvirker det min evne til at fokusere.
- Når jeg skal stresse for at nå at ryge en cigaret, inden jeg skal noget andet, føles det meningsløst at ryge.
- Andre kan lade være med at ryge, så kan jeg nok også.

Rygestop for Den Autonome



Min motivation for et rygestop:

- Hvis min rygning påvirker min sundhed så jeg ikke kan udføre det jeg sætter mig for, er jeg motiveret til at stoppe. Jeg vil gerne af med den frustrerende følelse af, at jeg er afhængig.
- Jeg vil ikke blive syg, og derved være en last for min familie, fordi det er mit ansvar at passe på mig selv.



Det jeg ser som barrierer:

- Der vil være en periode, hvor jeg vil være en mindre dygtig og god version af mig selv, fordi jeg har abstinenser.
- Der er en risiko for at jeg ikke kan stoppe alene, og det vil være et nederlag. Jeg bryder mig ikke om, at jeg måske vil fejle ift. det jeg sætter mig for at gøre.



Det jeg skulle ændre i mit liv:

- Ingenting. Jeg vil stadig være den samme – bare uden cigaretterne.
- Jeg skal huske og lære at tage pauser uden at ryge.



Tanker om rygestoptilbuddet:

Ønsker kun rådgivning til rygestoppet

Ønsker nye fællesskaber



Jeg kan stoppe alene og vil selv styre tempoet

Jeg skal stå til regnskab over for andre



Motiveret af individuelle resultater

Motiveret af fælles opnåede mål



“Det ville motivere mig at stoppe med at ryge, hvis mine lunger ikke kunne mere. Så ville jeg ikke kunne gå lange ture eller svømme længere, og det gør jeg ellers meget.”

Agnete, 48 år

“Det er et nederlag hvis man vil stoppe med at ryge og man ikke formår at stoppe. Jeg vil gerne gøre tingene selv og det er også en omstændig proces at søge om hjælp. Jeg vil bare gerne have svar på det jeg skal bruge ift. at stoppe – lidt ligesom en søgemaskine.”

Jens, 48 år



Kommunikative hooks:

- Ignorerer du også symptomerne fra rygning? Stop med rygning inden du mister kontrollen helt.
- Andre lykkedes med at stoppe med at ryge og det kan du også. Du kender dig selv bedst og ved hvilken strategi, der passer til dig. Vi står til rådighed så du kan få ekspertviden.
- Er rygning blevet en ekstra opgave i hverdagen? Tre tegn på at du er afhængig. Gratis coaching igennem rygestoppet.



Tanker om afsender:

Andre skal ikke bestemme, hvad den autonome skal. Den autonome står fast på sin frihed og evne til at leve det liv de ønsker, så længe det ikke påvirker andre negativt.

En afsender skal derfor passe på med ikke at virke 'hellig' eller 'belærende'. Sådan opfattes det ofte, når større institutioner såsom Sundhedsstyrelsen eller f.eks. Kræftens Bekæmpelse, opfordrer til rygestop. Den autonome stejler, når de oplever, at andre prøver at fortælle dem hvordan de skal leve deres liv.

Til gengæld lytter den autonome til egen læge eller andre nære sundhedsfaglige autoriteter, som kender den autonomes specifikke helbred. I denne situation anerkender den autonome ekspertise udefra.

Den Familieorienterede

Jeg ryger, og det hænger ikke sammen med at have børn

👁 Beskrivelse

Den familieorienterede har et eller flere små børn og bor i et børnevenligt område. Dagene er rutineprægede, hvor familiens samlede behov sætter dagsordenen. Børnene skal bringes og hentes, følges til fritidsaktiviteter og puttes. Der skal handles ind og vaskes op. Når der er lidt fritid, arbejder den familieorienterede videre på eventuelle renoveringsprojekter de har med hus og have og ellers bruger de tid sammen med deres børn. Den familieorienterede har ikke meget tid til sig selv og savner det til tider, men prioriterer sine børn og familie over egne behov.

⚠ Det vigtigste for mig

Den familieorienterede tænker meget på deres børns trivsel. De har fokus på at bygge et godt fundament for familielivet og en god fremtid sammen.



“Vi tænker meget på hvor vi gerne vil ende henne. Vi vil gerne bygge en god base for den lille.”

Jesper, 38 år



Mit forhold til rygning

Rygning er bare en del af hverdagen. Det er en vane og noget som sørger for at det hele kan løbe mere gnidningsfrit rundt.



Det rygning giver mig

Rygning giver mig alenetid eller et pusterum fra hverdagens ræs, hvor jeg ikke skal opfylde andres behov, men i et øjeblik kan fokusere på mine egne.



Når rygning frustrerer mig

At have små børn får den familieorienterede til at tænke meget mere på sin rygning og skamme sig over den. Pludselig er det ikke kun dem selv men også deres børns rygningen går udover.

“Det er en stor byrde at lægge på sin familie, at man har taget et valg om at ryge. Det er en selvcentreret ting – du gør det for dig, uden at det gør noget godt for andre.”

Jens, 48 år

“Rygning er mine punktummer i hamsterhjulet. Det er mit frirum, hvor jeg ikke skal være noget for andre. Jeg skal ikke gøre noget for børnene, f.eks. lave en kop kakao – eller diskutere hvorfor vi ikke skal have en kop kakao lige nu.”

Jens, 48 år

“Vi har ikke lyst til at vores søn skal vokse op med forældre der ryger. Først tænkte jeg, at når jeg bliver gravid så stopper jeg og så blev det til når han er født. Nu er han 8 uger gammel. Næste mål er at stoppe inden han forstår at vi ryger.”

Signe, 30 år

Det er egoistisk, at jeg ryger:

- Jeg skal gemme mig for mine børn, når jeg ryger, fordi jeg ikke vil have, at de lægger mærke til at jeg ryger.
- Jeg er bange for at mine børn bliver syge pga. passiv rygning.
- Jeg vil ikke blåstemple rygning over for mine børn og øge risikoen for at de begynder at ryge.
- Jeg får mindre tid sammen med mine børn, hvis jeg bliver syg af rygning eller dør ung.

Rygestop for Den Familieorienterede



Min motivation for et rygestop:

- Jeg vil gerne være sund og rask i længere tid for at have mere tid sammen med mine børn.
- Røglugt og rygetrang vil ikke længere skabe en barriere imellem mig og min familie.
- Jeg vil føle mig som en bedre forælder og rollemodel, hvis ikke jeg røg.



Det jeg ser som barrierer:

- Min hverdag er travl og det er svært at se, hvordan jeg kan stoppe med at ryge uden at det tager tid fra mine børn.
- Jeg vil blive mere kortluntet og utålmodig med mine børn, i den periode jeg forsøger at stoppe med at ryge, pga. abstinenser.



Det jeg skulle ændre i mit liv:

- Jeg skal finde en anden legitim årsag til at få 5 minutters pause til mig selv.



Tanker om rygestoptilbuddet:

Ønsker kun rådgivning til rygestoppet

Ønsker nye fællesskaber



Jeg kan stoppe alene og vil selv styre tempoet

Jeg skal stå til regnskab over for andre



Motiveret af individuelle resultater

Motiveret af fælles opnåede mål



"Det føles mærkeligt at ryge til arrangementer på skolen. Så er vi fire forældre der lusker bag en busk og griner lidt over, at vi står der og glemmer os mens vi ryger."

Hannah, 45 år

"Jeg har ikke lyst til at min datter tænker: 'ad far lugter' og når hun bliver ældre vil hun forstå, hvor usundt det er. Hun skal ikke se mig dø af lungekræft ligesom min kones bedstefar gjorde."

Jesper, 38 år



Kommunikative hooks:

- Et rygestop er også et valg om at passe på din nuværende og eventuelle fremtidige familie ved at passe på dig selv. Du passer på din fertilitet og mindsker risikoen for sygdom hvis du stopper nu.
- Penge du ikke bruger på cigaretter kan du bruge på dine børn og oplevelser sammen med dem, du elsker.
- Dine børn påvirkes i højere grad end du tror af rygning – også når de er helt små og måske ikke forstår at du ryger.



Tanker om afsender:

Generelt skaber børn og (særligt røgfrie) partnere en masse opmærksomhed på rygning for den familieorienterede. Den familieorienterede tænker især over sin rygning på steder såsom børnehaven, skolen eller de fritidsaktiviteter deres børn deltager i.

Det fylder meget hos den familieorienterede, når deres børn eller partner kommenterer på deres rygning – selvom det ikke nødvendigvis betyder, at de reagerer på opfordringen til at stoppe.

DESK RESEARCH DER FORTÆLLER OM

Case-evidens og kampagneinspiration

1. Introduktion og læsevejledning
2. Målgruppe: hvad ved vi om de personer der ryger
3. Barrierer der forhindrer brug af evidensbaserede tilbud
4. Greb der virker og som fænger personer der ryger
5. Inspiration fra tidligere kampagner

Læsevejledning:

Dette bliver du klogere på

Denne rapport er en opsamling af litteratur indsamlet af Sund By Netværket. Litteraturen dækker over en række internationale forskningsartikler, nationale undersøgelser af danskernes sundhed, lokale undersøgelser fra Sund By Netværket samt tidligere kampagner. Formålet med rapporten er at skabe en fælles forståelse for, hvad der kendetegner rygerne og hvilke greb, der motiverer dem til at blive røgfrie.

Rapporten forholder sig ikke til de politiske indsatser, som er sat i verden for at inddæmme danskernes rygning. Formålet med rapporten er at inspirere til udvikling og test af brugerrettede kampagnekoncepter og ikke at påvirke det politiske landskab eller initiere ny lovgivning på området.

- **Målgruppe og barrierer:** På side 9 kan du se en oversigt over målgruppens kendetegn, og på side 11 præsenteres de barrierer, der afholder rygere fra at tilmelde sig evidensbaserede tilbud.
- **Greb, der motiverer målgruppen:** På side 13 kan du læse om nogle af det greb, der kan motivere rygere til enten at stoppe med at ryge eller tilmelde sig et rygestoptilbud baseret på forskning og tidligere erfaringer. Hvert greb understøttes med en kampagne for at konkretisere pointen.
- **Inspiration fra tidligere kampagner:** På side 20 og 21 ses en liste over tidligere kampagner. De rummer hver især elementer, som man kan lade sig inspirere af. Det er vigtigt at tilføje, at kampagnerne er udviklet på baggrund af forskellige budgetter og med forskellige formål, ligesom effekten af dem er vurderet på forskellige måder. Der er også forskel på, hvor længe kampagnen har kørt. Nogle har kørt i flere år, mens andre har kørt i mindre end seks måneder. Det er derfor svært at afgøre, om nogle greb virker bedre end andre.

Læsevejledning

Sådan kan du bruge rapporten

Rapporten er udviklet på vegne af Sund By Netværket og har til formål at inspirere udviklingen af nye kampagner, der kan øge kendskabet til evidensbaserede rygestoptilbud og tilmeldingen til tilbuddene.

Rapportens indhold er relevant for medlemmer af Sund By Netværket og øvrige partnere, der arbejder for at mindske andelen af rygere i Danmark.

Rapporten er udført af IS IT A BIRD i foråret 2024.

Godt på vej – men langt fra i mål med rygestop

Det er hverken raketvidenskab eller ny viden, at rygning avler alvorlige sundhedsproblemer. Både for rygerne selv og for dem som udsættes for passiv rygning. I en undersøgelse anslår Rambøll, at næsten hvert femte dødsfald i Danmark er direkte knyttet til rygning (Rambøll, 2024). Rygning truer med andre ord vores folkesundhed, hvilket også har resulteret i udviklingen af love og indsatser, som har haft til formål at mindske antallet af folk, der ryger.

13,9% af den voksne befolkning ryger dagligt og 4,5% ryger indimellem. Det betyder at 18,4% af den voksne danske befolkning ryger, hvilket svarer til 880.000 personer*. Tal viser desuden, at 3,4% bruger e-cigaretter dagligt eller lejlighedsvist, hvilket svarer til alt 164.000 personer.

Fra 2017 til 2021 er andelen af personer der ryger dagligt faldet med 3,0 procentpoint (Sundhedsstyrelsen, 2021). Vi er altså godt på vej, men der er stadig mange, som kan hjælpes i gang til et ryge- eller nikotinstop.

*I opgørelsen af personer der ryger dagligt indgår personer, der enten ryger cigaretter, cerutter, cigarer/og eller pipe.



Dem vi skal engagere er ofte udsatte og sårbare

Desværre ved vi, at dem som ryger ofte er dem, som har de største udfordringer med helbredet. Den gode nyhed er, at mange ønsker at stoppe med at ryge. Det oplyser 73,7% af dem, som ryger dagligt (Sundhedsstyrelsen, 2021). Interessant er det i øvrigt, at andelen der ryger dagligt, og som gerne vil stoppe, overordnet set ikke har ændret sig i perioden fra 2010 til 2021. Det har altså længe været en tendens, at hoveddelen af personer, der ryger, er motiverede til at stoppe.

Forskning viser, at der er grund til at få hjælp til et rygestop. Det anslås i en ny undersøgelse, at 30% har succes, når de modtager rådgivning og rygestopmedicin (Rambøll, 2024). Udsigterne er dårligere, når man forsøger at stoppe uden hjælp. Kun 4 % har succes, når de stopper alene (ibid.). Ifølge international forskning bruger rygere i gennemsnit 30 forsøg, før de har succes med deres rygestop (Davis et al., 2022).









1.

Målgruppe: Hvad ved vi om de personer, der ryger?

Hvad ved vi om dem, der ryger?

Da rapporten har til formål at udforske motivationer, barrierer og præferencer for et rygestop blandt danskere i alderen 30-59 år, har vi lavet en bred beskrivelse af målgruppen. Vi har med andre ord ikke lavet undersegmenter eller haft fokus på kendetegn gældende for særligt unge rygere. Vi har kortlagt målgruppen med afsæt i kategorierne: køn, alder, bopæl, uddannelse, samliv samt erhverv og beskæftigelse baseret på tal fra Sundhedsstyrelsen (2021).

	KØN	Mænd har det største daglige forbrug af tobak.	Flest mænd ryger, når vi kigger på det daglige forbrug (15,2% over for 12,7% kvinder).
	ALDER	Forbruget af cigaretter er størst hos dem i alderen 45-65 år.	De fleste der ryger er i alderssegmenterne 45-54 år og 55-65 år. Det gælder for både mænd og kvinder.
	BOPÆL	Flest er bosat i Region Sjælland	I forhold til landsgennemsnittet er der en større andel af personer, som ryger dagligt, i Region Sjælland (16,1%) og Region Syddanmark (14,8 %). I Region Midtjylland og Region Hovedstaden (begge 12,9%) er andelen af folk der ryger mindre.
	UDDANNELSE	22 % af dem der ryger har grundskolen som højeste uddannelsesniveau.	Mere end hver femte person, som har grundskolen som højest gennemførte uddannelse, ryger. Andelen af personer der ryger, som har en lang videregående uddannelse, er væsentlig lavere. Dette gælder for begge køn. Andelen der ryger lejlighedsvis er større hos personer med en videregående uddannelse (4,7% blandt mænd og 3,3% blandt kvinder) end blandt dem med grundskolen som højeste gennemførte uddannelse (2,2 % blandt mænd og 2,1% blandt kvinder)
	SAMLIV	23 % af dem der ryger er enlige	Hvad angår samliv er dem der ryger flest cigaretter kendetegnet ved at være enlige (separeret, skilt, ugift, enke). Kigger vi på dem, der har et højt frekvent forbrug (personer der ryger mere end 15 cigaretter om dagen), er næsten hver fjerde enlig.
	ERHVERV OG BESKÆFTIGELSE	19 % af dem, der ryger er førtidspensionister	Kigger vi på erhverv og beskæftigelse, er forekomsten af personer med et højt frekvent forbrug højere blandt førtidspensionister (19,4 %), arbejdsløse (10,9%) og andre uden for arbejdsmarkedet (10,1 %) end blandt beskæftigede (5,8 %).

3.

Barrierer, der forhindrer brug
af evidensbaserede tilbud

Barrierer, der forhindrer brugen af evidensbaserede tilbud

En nyere undersøgelse fra Rambøll (2024) viser, at personer der ryger ser flere barrierer, der afholder dem fra at melde sig til evidensbaserede rygestoptilbud.

BARRIERER

'Jeg kender ikke mulighederne'



Flere søger aldrig hjælp til et rygestop, da de ikke er klar over, at de kan få professional hjælp. Mere end hver femte kender ikke til mulighederne. Kendskabet er især begrænset blandt unge under 25 år.

'Jeg tvivler på effekten'



Mere end en fjerdedel af rygere tvivler på effekterne af tilbuddene, hvilket holder dem tilbage fra at starte.

'Jeg skal vente på at få hjælp'



Der kan være lang ventetid fra man tilmelder sig et rygestoptilbud til man får hjælp, hvilket opfattes demotiverende.

'Jeg føler mig ikke set'



Personer der ryger, som har komplekse behov, finder ikke tilbuddene fleksible nok til at imødekomme deres behov. Det kan eksempelvis være i forbindelse med natarbejde eller kronisk sygdom.

'Jeg bliver stigmatiseret'



Manglende viden og fordomme om tilbud er en barriere for personer, der ryger. Mange antager eksempelvis, at tilbuddene indebærer kritik og moralisering.

'Jeg kan selv stoppe, hvis jeg vil'



Mange personer der ryger foretrækker at undlade at søge hjælp, fordi de føler, at de selv er i stand til at håndtere et ryge- eller nikotinstop. Det gælder især blandt unge under 25 år.

'Der er andre, som har det værre'



Mange rygere har en opfattelse af, at de er bedre stillet end andre, der ryger. Med andre ord undervurderer de ofte de risici, som er forbundet med rygning.

4.

Greb der virker, og som
fænger personer der ryger

1: Gør konsekvenserne ved rygning personligt relevante

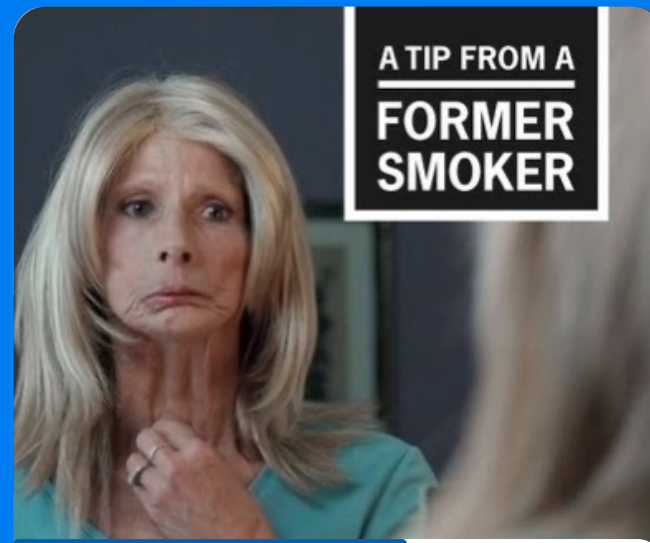
Erfaring fra en international undersøgelse viser, at risiciene ved at ryge og bruge nikotinprodukter opleves som flygtige (Gilbert et al., 2017). Dette hænger sammen med Sundhedsstyrelsens seneste rapport om danskernes sundhed (2021), som konkluderer, at rygere har tendens til at undervurdere risikoen for at blive syg som følge af et ryge- og nikotinbrug.

Tilbud der synliggør og giver sprog for risiciene ved at ryge og tage nikotinprodukter kan overbevise modtagerne om, at risiciene er personligt relevante for dem. Ifølge en undersøgelse af Durkin et al. (2011) er følelsesbetonede narrativer og budskaber med historiefortælling effektive til, at fænge personer der ryger, da de relaterer sig emotionelt til situationen og identificerer sig med vedkommendes situation. Her er personlige beretninger fra eksrygere (ligesom i TIPS kampagnen) et greb, der har haft særlig effekt på stoppeadfærd (Langley et al., 2013).

BARRIERER - 'Der er andre, som har det værre'

MULIG LØSNING - Gør risiciene personlige og nærværende

Selvom mange er bevidste om risiciene ved rygning og nikotin, kan det være svært at forstå, hvad der gælder for ens eget helbred. Når man hører fra personer, der kæmper med sygdomme som følge af tobak, bliver konsekvenserne mere håndgribelige og presserende. Det personlige perspektiv gør skadevirkningerne mere nærværende.



TIPS from Former Smokers

Kampagnen 'TIPS' sættes fokus på tidligere rygere, som deler deres råd og erfaringer omkring rygning. Kampagnens succes tilskrives brugen af stærkt grafisk materiale samt valget af eksrygere som afsendere, der tydeligt forbinder rygning med de alvorlige konsekvenser, det kan medføre, når man ryger. Derudover har man opdaget, at det der motiverer rygere til at påbegynde et rygestop ikke er frygten for at dø men derimod frygten for at leve med en kronisk sygdom, der komplicerer dagligdagen og påvirker de nærmeste (Gilbert et al., 2017).

2: Træng igennem med grafisk stødende, negative budskaber og sproglige billeder

Undersøgelser viser, at kampagner med negative budskaber og sproglige billeder især er effektive i forhold til at give viden om konsekvenserne ved rygning og til at påvirke ønsket om at stoppe med at ryge (Durkin et al, 2011). Andre undersøgelser viser også, at kampagner der fremkalder negative følelser (f.eks. bekymringer om sundhed) og positive følelser (f.eks. opbakning til hjælp) har effekt i forhold til at reducere forbruget af cigaretter (Sims et al., 2014).

Studier viser at kampagner med grafisk indhold, der vækker stærke følelser, er effektive i at øge opkald til stoplinier og besøg af hjemmesider, som tilbyder rådgivning og forløb. Her er stærke sproglige billeder en måde at tappe ind i rygerens følelser. Samme studier viser dog også, at disse kampagners effekt falder, så snart de holder op med at køre.

BARRIERER - 'Jeg kan selv stoppe, når jeg vil'

MULIG LØSNING - Væk følelser ved brug af grafisk materiale

Ved at tale til modtagerens følelser bliver det tydeligt, hvor meget deres afhængighed styrer deres liv. Det kan ændre den holdning, personer der ryger har, ift. til om de skal have hjælp, ligesom grafisk stødende indhold kan motivere ønsket om at stoppe med at ryge, fordi det rammer modtageren på en mere rystende måde. Måden at kommunikere på kan også påvirke pårørende til at række ud til dem de kender, som ryger.



Get Unhooked

Kampagnen 'Get unhooked' skildrer en mand, der bliver trukket af en krog fra kontoret ud på gaden. Her tænder han en cigaret. Krogen er et tegn på hans afhængighed, og at han ikke er herre over sin rygetrang. Kampagnen blev bragt i TV, pressen, på plakater og gennem brug af online markedsføring og vækkede stort indpas hos målgruppen. Under kampagnen kontaktede omkring 1,3 mio. enten hjælpelinjen eller hjemmesiden, hvor man kunne læse mere og få hjælp til rygestop (Marketing Week, 2008).

3: Bryd det store rygestop op i mindre bidder

Det kan virke overvældende at skulle stoppe med en vane, som man har haft i mange år. Et greb til at motivere et rygestop kan dermed være at bryde det op i mindre bidder. I kampagnen 'Stoptober' udfordrede man personer der ryger til at stoppe med at ryge i en måned. Målet var således ikke at motivere et rygestop, men at påvirke personer der ryger til at holde en pause.

Stoptober-kampagnen startede i England i 2012 og har inspireret lignende kampagner i New Zealand, Holland og Frankrig. Kampagnen kommunikerer det positive budskab om, at hvis man stopper med at ryge i 28 dage, er der fem gange større sandsynlighed for, at man stopper permanent. Målet med kampagnen er at motivere folk ved at sætte et konkret mål på 28 dage, hvilket gør opgaven overskuelig og overkommelig.

BARRIERER 'Jeg skal vente på at få hjælp'

MULIG LØSNING Motivér små ændringer i hverdagen

Det er forskelligt, hvad der motiverer ønsker om at stoppe med at ryge. For nogle handler det om at beskytte deres pårørende, mens det for andre handler om, at de ikke kan ryge på deres arbejdsplads. Da det kan være en barriere at vente på at få hjælp, kan man forsøge at tale til de små ændringer, som personer der ryger nemt kan teste af som starten på et reelt rygestop. Det giver rygerne ejerskab og styring over noget, som for mange måske kan virke som en uoverskuelig opgave.



Take 7 Steps out

Kampagnen 'Take 7 Steps Out' fokuserede på de helbreds-mæssige konsekvenser, det har for børn, når man ryger i nærheden af dem. Kampagnen havde ikke til formål at motivere flere til rygestop, men informere og påvirke rygere til at gå væk fra deres hjem, når de skulle ryge. Kampagnen havde stor succes, da mange rygere ikke kendte til de risici, som deres børn blev udsat for på daglig basis. Samtidig opfordrede den til en mindre adfærdsmæssig ændring og var derved et lille indgreb i hverdagen frem for helt at holde op med at ryge.

4: Væk engagement og empati med relaterbare rollemodeller

Gode kampagner har et klart budskab og relevante afsendere. Det er med andre ord ikke ubetydeligt, hvem der er budbringere af indholdet. International evidens viser, at eksrygere især opfattes som relaterbare og troværdige afsendere. Derudover er en peer-to-peer tone ifølge international forskning særligt effektiv, når man skal vække lokalt engagement (Action on Smoking and Health, 2021).

Sammen med Kræftens Bekæmpelse har Køge Kommune siden 2017 kørt kampagnen 'I Køge kvitter vi smøgerne'. I modsætning til andre kampagner henvender denne sig til et lokalt publikum. Som en del af kampagnen deler tidligere deltagere af tilbuddet ud af deres liv som røgfrie. Kampagnen bruger 'social proof' som adfærdsprincip, hvilket skaber en tæt relation mellem 'ryger' og 'tilbud' og er med til at afmystificere, hvad det vil sige at deltage i et rygestopforløb.

BARRIERER 'Jeg bliver stigmatiseret' / 'Jeg tvivler på effekten' **MULIG LØSNING** Anerkend og beløn det hårde arbejde

Ved at adressere og tale til et lokalt fællesskab kan man mindske det stigma, som mange forbinder med ryge- og nikotinstoptilbud. At blive en del af et lokalt og derved trygt fællesskab, eller tage udfordringen om et rygestop op med andre ligesindede kan gøre noget som er svært, utrygt og krævende til en positiv oplevelse. Det kan det især være, hvis man belønnes med goder og bliver anerkendt for ens hårde arbejde.



VI STARTER NYE HOLD 26. APRIL, OG SER FREM TIL AT BYDE
DIG VELKOMMEN TIL
KØGE KVITTER SMØGERNE 😊

I Køge kvitter vi smøgerne

Kampagnen havde tre succeskriterier. Det første gik på nem afkodning gennem autentiske billeder, det næste om en 90% succesrate og det tredje kriterie handlede om at tale til en fællesskabsfølelse. Med en ambition om at besætte 60 pladser på et rygestopkursus overskred kampagnen sit mål, da der kom 100 tilmeldinger. I en evaluering anslås det, at 90% er røgfri ved kursusafslutning, mens 52% er røgfri til opfølgning efter seks måneder.

5: Ræk ud til målgruppen proaktivt og prioritér det personlige møde

Ifølge både danske og internationale undersøgelser er en kendt barriere for at opsøge og deltage i evidensbaserede tilbud, at man selv skal kontakte dem, som tilbyder det (Gilbert et al., 2017). Det kan medvirke til, at man vælger det fra trods ønsket om et rygestop. Brugen af mere proaktiv og personlig kommunikation hvor man rækker ud til dem der ryger har en positiv effekt på deltagelsen (ibid.).

Ovenstående stemmer overens med et internationalt review (Stead et al., 2013), som viser, at opfordring til rygestop og kommunikation derom fra egen læge har væsentlig effekt på tilmeldingen til rygestoptilbud. Dertil konkluderer reviewet også, at løbende opfølgning hos lægen har været succesfuldt i forhold til at få flere i mål med deres rygestop (ibid.).

BARRIERER - 'Jeg føler mig ikke set'

MULIG LØSNING - Tænk mennesket ind i kommunikationen

Mange rygere ønsker at stoppe men føler sig overset af eksisterende rygestoptilbud, som ikke imødekommer deres specifikke behov. En løsning kan være at bruge mere personlig kommunikation og give mulighed for at deltage i fysiske møder hvor enkeltpersoners behov, ønsker og bekymringer adresseres direkte.



En personlig invitation

National Health Service Stop Smoking Services (SSSs) tilbyder støtte til rygere, der ønsker at holde op. For at bekæmpe faldende tilmeldinger til deres service har SSSs gennemført et forsøg, hvor de brugte personlig kommunikation og tilbød et informationsmøde om programmet. Disse tiltag resulterede i en fordobling af antallet af rygere, der tilmeldte sig et rygestopforløb hos SSS sammenlignet med dem, der modtog en standardinvitation til servicen (Gilbert et al., 2017).

6: Brug mange kanaler hvis du vil optimere eksponering

Undersøgelser viser, at massemedie-kampagner har succes med at påvirke den adfærd, personer der ryger har. En massemediekampagne rummer både brugen af TV, radio, avis, plakater og andet fysisk materiale (US Department of Health and Human Services, 2020).

Ifølge et internationalt review (Durkin et al., 2011) er der evidens for, at rygestopskampagner skal have tilstrækkelig intensitet over længere tid for at have signifikant effekt på stoppeadfærd. Bred eksponering har især effekt på personer af lavere socioøkonomisk status (ibid.). Afhængigt af hvor kampagnen skal placeres, er det forskelligt hvilken kanal, som er den mest oplagte. I USA vurderer undersøgelser, at fjernsynet er den mest effektive kanal til at nå ud til voksne rygere. En 'gross rating point' på mindst 1200 i kvartalet anbefales af flere studier. Hver GRP efter 1200 i kvartalet har minimal effekt (Sims et al., 2014).

BARRIERER - 'Jeg kender ikke mulighederne'

MULIG LØSNING – Brug flere kanaler – gerne digitale og analoge

Massemedie-kampagner sørger for bred eksponering, så kendskabet til muligheden om hjælp øges blandt personer der ryger. Personer der ryger er klar til at forsøge rygestop på forskellige tidspunkter, så eksponering over tid giver større mulighed for at budskabet om rygestop trænger igennem.

HVER ENESTE CIGARET SKADER DIG



Hver eneste cigaret skader dig

Sundhedsstyrelsens kampagne 'Hver eneste cigaret skader dig' opnåede en kendskabsgrad på 80% blandt rygere ved at vise stærke billeder på tværs af digitale og analoge kanaler. Især unge i alderen 15-29 år og personer med kort uddannelse lagde mærke til kampagnen. Evalueringer viser, at kampagnen gjorde sundhedskonsekvenserne ved rygning tydelige over for målgruppen. Kampagnen inkluderede TV-reklamer, en hjemmeside og udvikling af materialer til de enkelte kommuner.

5.

Inspiration fra tidligere kampagner

Liste over tidligere kampagner

KAMPAGNE	KANALER	BUDSKAB	GREB	EFFEKT
THE STOPTOBER CHALLENGE: QUIT SMOKING IN 28 DAYS <small>PUBLIC HEALTH ENGLAND</small>	TV, printede reklamer, radio, online markedsføring og SoMe	Hold en pause med rygning i 28 dage og øg dine chancer for at stoppe permanent med fem gange.	Støtte i form af råd, mails og en personaliseret rygestop-plan. Kampagnen lagde op til, at man tog en ven under armen og deltog i udfordringen.	Antallet af rygere der stoppede med at ryge fordobledes i oktober-måned sammenlignet med tidligere års statistikker. I 2012 vurderede man i en evaluering af kampagnen, at den skabte 350.000 rygestop blandt personer der røg.
TAKE 7 STEPS OUT <small>LEEDS CITY COUNCIL</small>	Oplæg rundt i Leeds på forskellige storcentre	Pårørende er i risiko for at udvikle sygdomme som følge af passiv rygning.	Informerende og pårørende i centrum: Konkrete råd til hvordan man beskytter sine pårørende. I kampagnen ønskede man at få rygerne til at ændre adfærd for de pårørende.	Kampagnen er ikke blevet evalueret, men udtalelser fra rygere vidner om, at kampagnen har givet dem ny viden om hvilken risiko, man udsætter pårørende for ved at ryge i hjemmet. Det har gjort at flere har ændret deres adfærd.
GET UNHOOKED (2007) <small>NATIONAL HEALTH SERVICE (NHS)</small>	TV, printede reklamer, direkte markedsføring	Negativt budskab om at man som ryger er afhængig og styret af sin afhængighed.	Negativt budskab, stødende materiale og humor. I en reklamevideo trækkes en mand ud af sit kontor af en krog for at ryge. Billedsprog og ordspil for at kommunikere afhængigheden.	Dobbelt så mange som normalt interagerede med kampagnen og hjemmesiden, som kampagnen refererede til. Kampagnen kom bredt ud med en kendskabsgrad på 90 % blandt folk der ryger. 1,3 mio. kontaktede hjælpelinjen og hjemmesiden imens kampagnen kørte.
TIPS FROM FORMER SMOKERS (2012) <small>CENTRE FOR DISEASE CONTROL AND PREVENTION (CDC)</small>	SoMe, TV, feature, printede reklamer, kort med citater	Rygning medfører langvarige sundhedsproblemer som besværliggør dagligdagen.	Stødende materiale fra relaterbare afsendere: Relaterbare eksrygere tydeliggør konsekvenserne ved rygning. Emotionelle, personlige historier.	Fra 2012 til 2018 vurderer CDC, at 16,4 mio. har forsøgt at stoppe med at ryge. Opkald til stoplinen steg med 75% og 100.000 menes at være stoppet som følge af kampagnen.
MUTATION (2012) <small>THE DEPARTMENT OF HEALTH</small>	TV, radio, SoMe og plakater	Der er helbredsmæssige konsekvenser ved at ryge. Også på kort sigt.	Negativt budskab og stødende materiale: I en reklamevideo ryger en mand foran sit hjem. Cigaretterne muterer nede i lungerne og danner et mørkt væv.	Kampagnen nåede ud til en stor del af befolkningen med en kendskabsgrad på 92%. På YouTube fik reklamevideoen flere end 3 mio. visninger. 34% af dem der så kampagnen tog skidtet imod at blive røgfrie.
SKOD OG VIND (1999-2000)	Foldere ved lokale via apoteker, supermarkeder og telemarketing	Stop med at ryge i en måned og deltag i konkurrencen om at vinde en pengepræmie.	Konkurrence og årsag til at stoppe: Rygestop blev opfordret ved årtusindskiftet med en pengepræmie på 50.000 kr. til en heldig vinder, der kunne stoppe i en måned.	Mellem 10.000-15.000 personer der ryger meldte sig til konkurrencen. 39% af deltagerne blev røgfrie, og kun 30% af deltagerne ryger i samme omfang som før de deltog i konkurrencen.

Liste over tidligere kampagner

KAMPAGNE	KANALER	BUDSKAB	GREB	EFFEKT
KØGE KVITTER SMØGERNE (2017-) <small>KØGE KOMMUNE OG KRÆFTENS BEKÆMPELSE</small>	SoMe, printede reklamer udendørs, deling af materialer på biblioteker, lokale medier (aviser)	Andre folk som dig er lykkedes med rygestopet. Rygestop kan gøres på en sjov, social og effektiv måde.	Relaterbare afsendere, konkurrencer, lokal engagement og positivt budskab: Tonen er positiv og taler til en fællesskabsånd. Man kan vinde præmier fra lokale personer og forretninger ved at tilmelde sig kurset.	Rekrutteringsindsatsen virker, da 50-100 melder sig til hver runde der annonceres. I efteråret 2018 var der 100 tilmeldte og 82 personer på holdet. Effekten af rygestopkurset er høj. Fra 2017-2018 er 90% af deltagerne røgfri ved kursusafslutning og 52% røgfri ved 6. måneders opfølgning.
KÆRE CIGARET, JEG SLÅR OP (2013) <small>KØBENHAVNS KOMMUNE</small>	Annoncer i lokalaviser, SoMe, printede reklamer, busreklamer, infoskærme)	Der er gratis rygestopkurser i København, der kan hjælpe dig med at 'slå op' med rygning.	Digital og analog markedsføring og humor: Brug af analoge og digitale kanaler. Billedsprog og humor med at 'slå op' med cigaretter.	20% har enten prøvet at stoppe eller har planlagt at stoppe med at ryge, og hver tiende har skåret ned på mængden af tobak. 18% har tænkt over at stoppe, og 13% er blevet mere motiveret til at stoppe med at ryge.
INVISIBLE KILLER (2007) <small>NATIONAL HEALTH SERVICE (NHS)</small>	TV og udendørs reklamer.	Ryging påvirker helbredet meget mere end du tror. Mange af de skadelige partikler kan ikke ses.	Informerende og pårørende i centrum: I en reklamevideo ser man røg fra cigaretter rejse rundt et i festlokale og blive inhaleret af ældre og mindre børn. Røgen er usynlig, men skaden enorm.	34% af dem der ryger sagde, at det var mere sandsynligt, at de ville stoppe med at ryge. Halvdelen af ikke-rygerne blev motiveret til at bede dem der ryger om ikke at ryge omkring dem eller undgå steder hvor folk ryger (47%) samt tilskynde andre til at holde op (52 %).
HVER ENESTE CIGARET SKADER DIG (2009) <small>SUNDHEDSSTYRELSEN</small>	TV, hjemmeside, printede reklamer, postkort og materiale til kommuner og regioner.	Søg hjælp til rygestop og få et sundt og bedre liv.	Stødende billeder og brug af mange kanaler: Kampagnen gjorde brug af skræmmebilleder på tværs af mange kanaler for at skabe bred eksponering.	Mindst 80% af dem der ryger har set eller hørt om kampagnen. Især de 15-29 årige og personer med kort uddannelse har lagt mærke til kampagnen. Omkring 40% af dem der ryger oplyser, at kampagnen har givet dem ny viden om rygningens påvirkning af helbredet især om risikoen for øjensygdomme.
RØGFRIT SKULDERKLAP (2015) <small>KØBENHAVNS KOMMUNE OG LUNGEFORENINGEN</small>	Printede reklamer, events (plakater i bybilledet) og SoMe (Facebook).	Det kan være svært at stoppe med at ryge – hjælp en ven, giv dem et skulderklap på vejen.	Positivt budskab og aktivering af fællesskabet: Erfaring viser, at det er svært at gennemgå et rygestop alene. Derfor er kampagnen skabt til at styrke fællesskabet enten ved at tage nogen med til rygestopcafé eller ved at uddele klistermærker til folk der ryger (og anerkende det de går igennem).	Facebook kampagnen nåede ud til ca. 590.000 danskere og øgede antallet af likes på siden 'Røgfrit København' fra 927 til 2687. Kampagnen kørte sideløbende med andre kampagner, og den egentlige effekt af reklamerne og events har været svært at evaluere.

Primære kildeliste

Denne rapport bygger på de primære kilder listet nedenfor men også på sekundære kilder bl.a. i form af præsentationer fra Sund By Netværket. Kontakt dem for adgang til den fulde litteraturpakke.

- Action on Smoking and Health (2021): "Evidence into Practice: Motivating quitting through behaviour change communications".
- Bala M.M., Strzeszynski L., Topor-Madry R. (2017) "Mass media interventions for smoking cessation in adults".
- Davis K., Murphy-Hoefer R., Dutra L., King B., Bradfield B., Rodes R. and Beistle D. (2022) "The impact of the Tips from Former Smokers Campaign on Reducing Cigarette Smoking Relapse".
- Durkin S., Brennan E., and Wakefield M. (2011). "Mass media campaigns to promote smoking cessation among adults: an integrative review".
- Marketing Week (2008): "Campaign of the year". Sourced 25/04/2008 from: "<https://www.marketingweek.com/campaign-of-the-year/>"
- Gilbert H., Sutton S., Morris R., Petersen I., Galton S., Wu Q., Parrott S. and Nazareth I. (2017): "Effectiveness of personalised risk information and taster sessions to increase the uptake of smoking cessation services (Start2quit): a randomised controlled trial".
- Rambøll (2024): "Rapport - Afdækning af barrierer for deltagelse i ryge- og nikotinstop-tilbud: Perspektiver fra borgere og stoprådgivere."
- Sims M, Langley T, Lewis S, Richardson S, Szatkowski L, McNeill A, Gilmore A B (2014). "Effectiveness of tobacco control television advertisements with different types of emotional content on tobacco use in England, 2004-2010"
- Stead L.F., Buitrago D., Preciado N., Sanchez G., Hartmann-Boyce J., Lancaster T. (2013): "Physician advice for smoking cessation". Cochrane Database of Systematic Reviews.
- Sundhedsstyrelsen (2021): Danskernes Sundhed – Den Nationale Sundhedsprofil.
- US Department of Health and Human Services (2020): "Smoking Cessation: A Report of the Surgeon General. Chapter 7."



Old ways won't open new doors.

Fenja Rytter / fenja@isitabird.dk

Michael Hallam / michael@isitabird.dk

Thit Hammerich Clausen / thit@isitabird.dk

Frederikke Rønde Andreassen / frederikke@isitabird.dk

www.isitabird.dk

IS IT A BIRD