



Notat

Status på arbejdet med at motivere københavnere til rygestop

16. september 2019

Sagsnummer
2019-0246285

Dokumentnummer
2019-0246285-1

Som led i arbejdet med at realisere Røgfrit København 2025 tilbyder kommunen hjælp til rygestop til de københavnere, der ønsker det. Derfor arbejder kommunen med at synliggøre tilbud om rygestop og motivere flere til et liv i røgfrihed. Ifølge Sundhedsprofilen 2017 ryger 18 % af københavnere dagligt, hvilket svarer til 86.800 borgere. 3 ud af 4 rygere ønsker at holde op med at ryge, og af disse ønsker 40 % af dagligrygerne og 48% af storrygerne hjælp til deres rygestop.

Prøv en røgfri rygepause

Sundheds- og Omsorgsforvaltningen lancerede ved årsskiftet 2018/19 den toårige indsats røgfri rygepause. Indsatsen skal give flere københavnere mod på og succes med et rygestop ved at sænke barriererne for et rygestop og tilbyde alternativer til rygning som fx Skodspillet. Skodspillet er en app, som borgerne kan hente gratis ned på mobil og Ipad. Skodspillet bygger på spillet Tetris, men brikkerne er udskiftet med skodder for at huske rygerne på noget af det mindre attraktive ved rygning. Undervejs i spillet får spillerne forskellige små puf henimod et rygestop og forskellige tilbud om rygestop.

Erfaringer med røgfri rygepause og Skodspillet

Skodspillet skabte mest opmærksomhed ved lanceringen, hvor spillet bl.a. blev markedsført på byens plakatsøjler, og hvor der var indslag i Go' morgen tv og andre medier. Fra årsskiftet og frem til 1. september er Skodspillet blevet hentet i alt 1556 gange. Det matcher det succeskriterie på 5.000 downloads på to år, som forvaltningen, baseret på erfaringer fra tidligere kampagner og i samarbejde med det bureau, der har været med til at udvikle indsatsen, har sat for spillet.

Derudover har der været 28.176 besøg på hjemmesiden røgfri rygepause.dk, heraf 8185 unikke besøgende. Opslag på Facebook er nået ud til 100.991 unikke personer, og de er blevet vist 144.098 gange. Skoduniverset og Skodspillet har dermed skabt opmærksomhed og har været med til at sætte røgfrihed på dagsordenen.

Målet har i første omgang været at skabe opmærksomhed og få rygerne til at tage imod opfordringen om at prøve en eller flere røgfrie rygepauser. På sigt er målet, at opfordringen til at holde røgfrie rygepauser bliver til et egentligt rygestop enten på egen hånd eller ved at bruge et af kommunens rygestoptilbud: rygestopkurser, telefonrådgivning via Stoplanien eller rygestopappen E-Kvit.

Fra viden til handling

Skodspillet og opfordringen til at holde røgfrie rygepauser har således har skabt opmærksomhed og aktivitet i form af downloads og besøg på

Sundhed og Forebyggelse
Afdeling for Strategisk
Folkesundhed
Sjællandsgade 40, Bygning H, 3.
sal
2200 København N

EAN-nummer
5798009290359

hjemmesiden mv., men vi ved, at dialog med en person tæt på fx familie, venner, arbejdsgiver eller læge, ofte er med til at omsætte ønsket om rygestop til handling. Derfor kan massekommunikationen med fordel suppleres med personlig kommunikation.

Forvaltningen arbejder derfor efter inspiration fra bl.a. Region Syddanmark med at klæde i første omgang hospitalspersonale på til at henvise til kommunens rygestopstoptilbud. Dette arbejde er kickstartet med et vellykket pilotprojekt på Lungeambulatoriet på Frederiksberg/Bispebjerg Hospital, og flere andre afdelinger er på vej.

Forvaltningen arbejder desuden på en hjemmeside med små videocases, der skal motivere fx praktiserende læger og ansatte på apoteker til at henvise interesserede rygere mere systematisk til kommunens rygestop via rekrutteringsmetoden VBA (Very Brief Advice).

Udvikling af tilbud

Som led i arbejdet med at motivere flere til rygestop har der også været fokus på at udvikle rygestopkurserne, så der i dag tilbydes flere forskellige kurser. Fx rygestopkurser i det grønne og kurser særligt for mænd. Dette for at tiltrække nogle af de grupper som ikke i så høj grad benytter sig af kommunens tilbud.

For at understøtte rygerne bedst muligt i at tage det første skridt mod røgfrihed vil kommunikationsindsatsen blive finjusteret på basis af de nuværende erfaringer. Fremadrettet vil der være fokus Facebook og personlig kommunikation suppleret med forskellige PR-aktiviteter, der kan gøre indsatsen mere synlig og på den måde støtte op om målene.

Udvalget vil løbende blive orienteret om resultaterne af arbejdet med at motivere københavnere til rygestop. Det sker næste gang i 1. halvår 2020.