



Bilag 1

Røgfrit København 2025 – aktiviteter og erfaringer

Københavns Borgerrepræsentation vedtog i 2012 visionen om en røgfri by, hvor børn og voksne kan færdes uden at blive generet af tobaksrøg, hvor nye generationer ikke begynder at ryge, og hvor mennesker, som ryger, kan få hjælp og støtte til at blive røgfri. Målet er maks. 4 % dagligrygere i 2025. Med visionen fulgte en bevilling på 10. mio. årligt. Beløbet er siden reguleret og udgør nu 8. mio. årligt.

Arbejdet med at realisere visionen bygger på støtte og omsorg til mennesker, der ønsker at stoppe med at ryge, hensyn og respekt – både til mennesker, der ryger og til mennesker, der ikke ryger samt mangfoldighed og lokalt ejerskab. Visionen monitoreres via Sundhedsprofilen, og det faglige grundlag er Sundhedsstyrelsens forebyggelsespakke for Tobak, 2012.

1. Hjælp og støtte til alle københavnere, der ryger

Det første af tre ben i visionen er, at mennesker, der ryger, kan få hjælp og støtte til at blive røgfrie. For at realisere dette har forvaltningen løbende arbejdet med at effektivisere rygestopkurserne og udvikle nye rygestoptilbud til københavnere.

Effektiviseringen af kurserne er sket ved at implementere et ensartet, evidensbaseret undervisningskoncept på kurserne og efteruddanne alle rygestoprådgiverne i det nye koncept. Derudover tilbyder kommunen tilskud til rygestopmedicin på kurserne. Tilsammen har det betydet, at effekten af kurserne er vokset fra, at ca. 70 % af deltagerne er røgfrie, efter at have gennemført kurset, til nu 80 %. Ved seks måneders opfølgningen er 44 % af deltagere fortsat røgfrie.

Udover at effektivisere rygestopkurserne har forvaltningen udviklet og/eller afprøvet forskellige rygestoptilbud, herunder:

- rygestop-appen E-kvit, et samarbejde med Sundhedsstyrelsen, Kræftens Bekæmpelse og Apotekerforeningen (2014)
- et rygestopkoncept, der kombinerer rygestop og motion (2014)
- rygestopcafeer bl.a. til borgere med KOL (2014)
- rygestoptilbud til ældre i eget hjem via hjemmeplejen (2015)
- rygestoptilbud på andre sprog end dansk (2015 - 2016)
- rygestop baseret på mindfulness (2016)

17. maj 2018

Sagsnr.
2018-0053554

Dokumentnr.
2018-0053554-42

Sagsbehandler
Camilla Kjærager

**Afdeling for Strategisk
Folkesundhed**

Sjællandsgade 40, Bygning H, 3. sal
2200 København N

EAN nummer
5798009290359

Telefontid
kl. 11.00 – 12.00

- rygestoptilbud til socialt udsatte, udviklet og afprøvet i samarbejde med Lungeforeningen og væresteder i København (2016-2017)

Generelt er deltagerne glade for det rygestoptilbud, de vælger, og erfaringen viser, at en bred vifte af attraktive tilbud giver flere borgere mod på og succes med at stoppe. Fx giver mange af de socialt udsatte rygestoppere udtryk for, at de aldrig ville have deltaget på et ”almindeligt” kursus, eller at de har prøvet, men uden at gennemføre/stoppe. På samme måde viser evalueringen af Fit og Kvit”, at kombination rygestop og motion for nogle borgere har været det ekstra skub, der skulle til, dels for at forsøge (endnu) et rygestop og dels for at lykkes med rygestoppet.

Det er ikke alle de udviklede tilbud, der bliver sat i drift og/eller fortsætter. Fx har rygestop på andre sprog ikke kunne tiltrække nok borgere på samme tid og sprog samtidigt. Tilbuddet er derfor lukket ned. Rygestopcafeerne er ligeledes lukket ned, bl.a. fordi de KOL-borgere, de var udviklet til, foretrak at deltage på rygestopkurser sammen med andre københavnere. Det udviklede rygestoptilbud baseret på mindfulness blev ikke sat i drift, bl.a. fordi effekterne set i lyset af det relativt store ressourceforbrug, der var forbundet med kurset, ikke var tydelige. Erfaringerne med at inddrage mindfulness er efterfølgende integreret i standardrygestopkurserne, der nu indeholder et element af mindfulness.

Brugen af rygestoptilbud

Sundhedsstyrelsens pejlemærke er, at mindst fem procent af kommunens rygende borgere hvert år modtager et rygestoptilbud. Det svarer til knapt 5.000 borgere i København. København ligger væsentligt over det tal, hvis man indregner brugen af alle de rygestopmuligheder kommunen markedsfører jf. nedenstående tabel. Ser man isoleret på rygestopkurserne, har antallet af tilmeldinger været stigende frem til 2017, hvorefter det er faldet til godt 2.000 deltagere i 2017.

Der er evidens for, at professionel rygestoprådgivning kombineret med brug af rygestopmedicin (som det foregår på rygestopkurserne) er den meste effektive måde at stoppe på. Tal fra Statens Institut for Folkesundhed viser, at stopraten blandt rygere, der får tilbudt telefonrådgivning, er på lidt over syv procent (målt efter et år), men 44 % af de københavnske kursusedtagere er røgfrie (målt seks måneder efter).

Københavnernes brug af rygestoptilbud i 2017

	2013	2014	2015	2016	2017
Rygestopkurser	1.340	1.528	1.948	2.542	2.040
Stoplinien	1.414	878	918	820	976

E-Kvit ¹	344	799	846	917	3.677
X-hale ²				130	1.353
I alt	3.098	3.205	3.712	4.409	8.046

Rekrutteringsmetoder

Vi ved fra Sundhedsprofilen, at 3 ud af 4 rygere gerne vil stoppe med at ryge, og at omkring halvdelen gerne vil have hjælp til at stoppe. Samtidig kan vi se, at borgerne ikke i særlig høj grad opsøger tilbuddene selv. Forvaltningen har derfor afprøvet forskellige rekrutteringsmetoder for at komme i dialog med et bredere udsnit af borgerne. Fx:

- Netværksbaseret rekruttering i LGBTQ+ miljøet - et samarbejde med AIDS-fondet (2014-2017)
- Rekrutteringsaktiviteter på københavnske arbejdspladser bl.a. i samarbejde med Lungeforeningen og fagforeningerne, og nu som en del af den strategiske sundhedsindsats på de københavnske arbejdspladser
- At flytte kurserne tættere på borgernes hverdag i samarbejde med fx Kofoedskole, Sydhavnskompaniet, udsatte boligområder, biblioteker, kulturhuse, aftenskoler, fagforeninger
- Proaktiv rekruttering via apoteker, praktiserende læger, tandlæger, jordemødre og relevant frontpersonale og henvisningsmetoden VBA (Very Brief Advice)
- Systematisk opfølgning på deltagerne på rygestopkurserne, så borgere, der falder fra eller ikke har haft succes med at stoppe, får et nyt tilbud
- Udringning til borgere i udsatte boligområder

Erfaringen er, at det kan lade sig gøre at rekruttere rygere i alle dele af København, også blandt de borgere, som kommunen ikke normalt er i dialog med om sundhed og rygning. Dog er det typisk meget ressourcekrævende at igangsætte og vedligeholde de nødvendige ”håndholdte” aktiviteter. Eksempelvis er det, trods et flerårigt samarbejde med AIDS-fondet og en millionbevilling ikke lykkedes at opbygge og fastholde en stabil rekrutteringsindsats i LGBTQ+ miljøet. Et rekrutteringssamarbejde med Lungeforeningen og udvalgte fagforeninger endte med samme konklusion.

Erfaringerne fra de seneste års samarbejdet med civilsamfundet viser, at det er helt afgørende med et stort lokalt engagement, og at det meget ofte er en personlig kontakt mellem borgerne og den, der

¹ Digitalt rygestoptilbud + rygestop-app målrettet voksne rygere

² Rygestopapp målrettet unge

rekrutterer, der får rekrutteringen til at lykkes. Derudover er det erfaringen, at det tager tid, før borgerne opdager et tilbud og får lyst til at deltage. Baseret på disse erfaringer forfølger forvaltningen en strategi, der aktiverer flere, mere systematisk i rekrutteringsopgaven. Fx systematisk henvisning til rygestop via hospitalerne, udbredelse af henvisningsmetoden VBA blandt relevant frontpersonale på SUF's egne arenaer fx sundhedshusene og plejecentre og eksternt fx på skoler og erhvervsuddannelser.

Markedsføring

I visionens første leveår var markedsføringsindsatsen rettet mod at synliggøre rygestopkurserne bredt overfor alle københavnere, og der blev bl.a. udviklet to større kampagner ”Kære cigaret” (2013) og ”Røgfrit Skulderklap” (2014). Begge kampagner er kopieret af flere andre kommuner og bruges stadig i flere kommuner. Siden 2016 har den generelle markedsføring i stigende grad haft fokus på at tiltrække målgrupper med høj rygeprævalens = kortuddannede og især kortuddannede mænd.

Markedsføring med fokus på kortuddannede mænd

Kommunen har generelt svært ved at nå de kortuddannede mænd, når det handler om sundhed. Det samme gør sig gældende, når det handler om at rekruttere til rygestopkurser. For at ændre det, har forvaltning udviklet et nyt markedsføringskoncept og en tilhørende markedsføringsplan. De nye elementer, der skal tiltrække de kortuddannede mænd er bl.a. målrettet annoncering i de medier, mændene bruger fx bt.dk og ekstrabladet.dk, mandlige rollemodeller og en mere enkel, no nonsense udformning af annoncer og materiale. Fx er der massivt fokus på, at kurserne er gratis, og at man kan få tilskud til rygestopmedicin. Kontante økonomiske argumenter, der kan forstås uden at læse en masse og som appellerer til mænd. Markedsføringsplanen betyder samtidig, at københavnere møder tilbuddet om gratis rygestop kontinuerligt fx på byrumsplakater, på apoteket, hos lægen, på Facebook, hjemmesider og postkort.

Det har endnu ikke været muligt at aflæse effekterne af indsatsen for at tiltrække de kortuddannede mænd i deltagerstatistikkerne, men vi kan se, at bannerannoncerne på nettet giver mange klik, og at en voksende andel af mændene angiver internettet som rekrutteringsvej. Status er, at de kortuddannede udgør godt halvdelen (55 %) af deltagerne på kommunens rygestopkurser, mens de udgør 65 % af københavnere. Der er således fortsat behov for fokus på at tiltrække de kortuddannede, hvis vi skal minimere den store sociale ulighed i rygning, der skyldes uddannelsesniveau.

Andre initiativer med særlig appel til de kortuddannede mænd:

- En fordobling af tilskuddet til rygestopmedicin. Tilskuddet til rygestopmedicin blev per 1. november 2017 midlertidigt fordoblet fra 1.000 til 2.000 kr. per kursusedtager. Forhøjelsen er finansieret af satspuljemidler og effekter er p.t. ved at blive evalueret.
- Et nyt rygestopkoncept målrettet kortuddannede mænd. Konceptet har mindre fokus på undervisning og mere fokus på billeder, øvelser og vaneændringer. Konceptet bliver p.t. testet.
- Den strategiske sundhedsindsats på de københavnske arbejdspladser. Indsatsen foregår primært på arbejdspladser med mange kortuddannede og omfatter både tilbud om rygestopkurser, men også røgfrie rammer i form af røgfri arbejdstid, rygestoppolitikker mv.

2. En røgfri generation af børn og unge

Det andet ben i realiseringen af visionen om røgfrit København 2025 er en røgfri generation af børn og unge. Her handler det ikke i så høj grad om tilbud og støtte til rygestop, men om at skabe sunde, røgfrie rammer om de københavnske børn og unge.

Målene for den røgfrie generation er:

- Ingen børn/unge født efter 2005 begynder at ryge
- Ingen rygere i folkeskolens afgangsklasser i 2020
- Unge rygere ved, at og hvor man kan få hjælp til at holde op med at ryge

Arbejdet med at realisere den røgfri generation foregår primært via to strukturelle, rammesættende indsats: Røgfri Skoletid og Røgfri Ungdomsuddannelse.

Røgfri Skoletids mål er at nedbringe antallet af elever, der begynder at ryge og støtte skolerne i at skabe en social kultur, der ikke er orienteret omkring rygning.

Røgfri Skoletid er et frivilligt tilbud til alle skoler i kommunen. Tilbuddet består af et katalog med aktiviteter, der kan sætte røgfrihed på dagsordenen. Blandt aktiviteterne er rygepolitikker, materialer til brug i undervisningen, teaterforedrag og uddannelse af skolens personale som rygestoprådgivere.

Skoler, som arbejder med Røgfri Skoletid kan blive certificeret, hvis de formulerer en aktiv rygepolitik, sætter en dato for at indføre røgfri skoletid (som minimum for eleverne) og arbejder med en eller flere aktiviteter fra kataloget.

Alle skoler i København har fået tilbud om at arbejde med Røgfri Skoletid, 39 skoler (34 %) har takket ja, otte skoler er certificeret i Røgfri Skoletid, og to skoler har indført Røgfri Skoletid for både elever og lærere. 23 skoler har takket nej til at arbejde med Røgfri Skoletid pga. travlhed og andre prioriteringer.

Røgfri Ungdomsuddannelse bygger videre på Røgfri Skoletid og er integreret i de partnerskaber, som alle ungdomsuddannelser i København har indgået med kommunen i efteråret 2016. Som led i partnerskaberne har alle ungdomsuddannelserne forpligtet sig til at arbejde med røgfrihed. Fx via rygepolitikker og etablering af røgfrie matrikler.

Aktiviteterne i Røgfri Skole og Røgfri Ungdomsuddannelse er i stort omfang udviklet og afprøvet i samarbejde med københavnske unge. I 2016 var forvaltningen fx vært for en stor samskabelseskonference, hvor elever, lærere og en lang række andre interessenter sammen udviklede ideer og trykprøvede eksisterende initiativer mhp. at forebygge rygestart. Og i 2017 afholdt kommunen en temadag, hvor skolerne kunne udveksle erfaringer og inspirere hinanden til at arbejde med røgfrihed på nye og anderledes måder. Temadagen blev samtidig brugt til at udbrede kendskabet til Røgfri Skoletid og rekruttere flere skoler,

Udover fortsat at udvikle og kvalitetssikre aktiviteter i hhv. Røgfri Skoletid og Røgfri Ungdomsuddannelse, så arbejder forvaltningen også med en række andre initiativer, der kan gøre det sværere for børn og unge at begynde at ryge og lettere at stoppe.

Aktiviteterne har fokus på:

- At fremme røgfrihed via rollemodeller i musikmiljøet i samarbejde med Musikfestivalen Strøm
- At skabe awareness og større bevidsthed om handlinger, frem for advarsler mv.
- At skabe opmærksomhed omkring ulovligt salg af tobak til unge under 18 år og mindske adgangen til tobak
- At inddrage sports- og fritidsklubber og organisationer i arbejdet med røgfrihed, fx uddanne trænere til at sætte røgfrihed på dagsordenen lokalt
- At markedsføre rygestop-appen x-hale
- At udbrede henvisningsmetoden VBA til frontpersonale
- Mere dialog og nye måder at kommunikere med de unge på.

Et konkret eksempel på nye veje i kommunikationen med de unge, var et samarbejde med youtuberne Novopleco (2016). Kampagnen bestod af en række sjove indslag på bl.a. Youtube og Instagram og satte rygning på dagsordenen blandt mere end 500.000 unge, hvor af mange også valgte at dele det røgfrie budskab med deres venner.

I 2017 satte kommunen fokus på aldersgrænser for salg af tobak til unge, blandt andet sammen med politiet og COOP. Også her foregik en væsentlig del af kampagnen ved at aktivere de unge på de sociale medier. Bl.a. udskrev kommunen en konkurrence, hvor de unge kunne komme med deres bud på, hvordan man kan spørge om ID, uden at det bliver kikset. COOP har siden brugt de unges videoer som led i den kulturændring de arbejder med blandt deres ansatte.

Erfaringerne er, at de unge synes, rygning er en relevant og vigtig problemstilling, som de gerne vil engagere sig i. Men det er vigtigt, at være der, hvor de unge er, hvis vi skal lykkes med at engagere dem og få dem til at sætte rygning på dagsordenen i de relationer og fællesskaber, der betyder noget for dem. Erfaringen er også, at influenter som fx youtubere er gode til at italesætte budskabet, så det bliver nærværende for de unge. Udover de umiddelbare aktiviteter, så kan dialogen i SoMe også bruges til at kickstarte debatter real life og sætte yderligere gang i refleksion blandt de unge fx på skoler og uddannelsesinstitutioner. Ligesom den viden, vi får ved at kigge med på de unges dialog, kan bruges fremadrettet i udviklingsarbejdet.

Udvikling og fremdrift

Forvaltningen har taget en række initiativer til at sikre fremdrift, engagement og kvalitet i indsatsen overfor børn og unge. Bl.a. initiativerne er:

- En styregruppe for Røgfri Generation bestående af strategiske partnere på børne- og ungeområdet. Deltagerne er p.t. Lungeforeningen, Dansk Tandplejersforening, DGI, Erhvervsskolernes Elevorganisation, Kræftens Bekæmpelse, Danske Skoleelever, Hjerteforeningen samt fra kommunen, Børne- og Ungdomsforvaltningen og SUF (2016).
- Medlemskab af partnerskabet Røgfri Fremtid (2017)
- Et intensivt samarbejde med BUF om at rekruttere flere skoler og dermed i højere grad skabe sunde, røgfrie rammer om alle københavnske børn og unge. Rekrutteringsindsatsen består bl.a. i at afholde erfaringsudvekslings- og inspirationsdage om røgfrihed med skolerne, at samarbejde med andre aktører fx lærer- og elevorganisationer, at udvikle nye aktiviteter og matche aktiviteterne op mod læringsmålene i de enkelte fag.
- Udvikling af monitoreringsmetoder og indsamling af valide data. Der er behov for mere viden om, hvad der virker, gerne i form af realtidedata/hurtige data, som umiddelbart kan bruges til kvalitetsudvikling af de forskellige aktiviteter og indsatser.

Erfaringerne med indsatsen rettet mod børn og unge er, at det går langsomt med at skabe sunde rammer om de unge ad frivillighedens vej, og at yderligere politisk fokus og understøttelse af arbejdet og særligt samarbejdet på tværs af forvaltningerne vil kunne bidrage til hurtigere resultater.

3. En sund, grøn og røgfri by

Det sidste ben i visionen handler om at skabe flere røgfrie arealer i byen. Arealer hvor børn, unge og voksne kan færdes uden at blive generet af tobaksrøg. Også på dette område har forvaltningen afprøvet forskellige metoder og samarbejdsmuligheder.

I 2013 blev Københavns 125 bemandede kommunale legepladser røgfrie via en kampagne med humoristiske budskaber og venlige henstillinger. I 2015 lykkedes det at ændre udbuddet/beslutning om at indbygge askebægere i samtlige nye buslæskurer via en hurtig lobbyindsats. Og i 2016 besluttede Parken at indføre røgfrihed på en stor del af tilskuerpladserne bl.a. efter dialog med forvaltningen.

En af udfordringerne med at etablere røgfrie arealer er, at borgerne som udgangspunkt har ret til at ryge (udendørs) og at indsatsen derfor skal baseres på frivillighed, som fx henstillinger om ikke at ryge. Nogle af de redskaber kommunen kan tage i brug, er at indrette byrummet med respekt for både rygere og ikke-rygere, kampagner og nudging mv. der kan minimere og fjerne synlig rygning, røg- og skodgener. Løsninger, der kalder på indsatser på tværs af forvaltningerne. Desværre har det ikke været muligt at indgå de nødvendige forpligtende samarbejder, bl.a. fordi der ikke har været politisk opbakning i TMF og KFF.

I en spørgeskemaundersøgelse fra 2015 blandt 1000 københavnere, svarede knapt 60 %, at de følte sig generet af passiv rygning ”meget ofte”, ”ofte” eller ”en gang imellem”. Borgerne følte sig især generet, når de ventede på bus/tog, ved ind- og udgange og på cafeer med udendørs servering – steder hvor mulighederne for at flytte sig/undgå røgen ikke er begrænsede.

Med afsæt i ovenstående arbejder forvaltningen med at etablere flere røgfrie arealer ved at udvikle nudgingmetoder, der kan fjerne synlig røg 1) der, hvor de københavnske børn og unge færdes og uddanner sig og 2) der, hvor københavnernes særligt føler sig generet af røg.

Solid viden om københavnernes holdninger til røgfrie arealer og kommunens rolle i dette kunne muligvis bidrage til at placere arbejdet med at etablere flere røgfrie arealer højere på dagsordenen i de forvaltninger, der ”ejer” de relevante arenaer.