



Kampagne ift. at øge antallet af ældre og kronikere, der bliver vaccineret mod influenza i Region Midtjylland

En analyse udarbejdet af Statens Seruminstitut viser, at langt de fleste indlæggelser med influenza er kronikere, og at langt de fleste ikke har fået en influenzavaccine. Ligeledes viser tal over antallet af ældre borgere, der vaccineres mod influenza, at kun **49 %** af de ældre borgere i Region Midtjylland blev vaccineret i influenzasæsonen 2017/2018. Verdenssundhedsorganisationen (WHO) anbefaler, at **75 %** af de ældre borgere (65+) samt **alle** kronikere bliver vaccineret mod influenza.

På den baggrund igangsatte Sundhedsstyregruppen på mødet den 23. november 2018 en indsats, med det formål at sikre, at flere ældre og flere kronikere vaccineres mod influenza i Region Midtjylland. Arbejdet med at definere, hvad indsatsen skal bestå i, har været forankret i en tværsektoriel arbejdsgruppe med deltagere fra kommuner, region og almen praksis. Nedenunder beskrives arbejdsgruppens forslag til kampagne til influenzasæsonen 2019/2020 med henblik på, at flere ældre og kronikere vaccineres mod influenza. Forslaget til kampagne er godkendt på møde i Sundhedskoordinationsudvalget 7. juni 2019.

Arbejdsgruppens forslag til kampagne

Overordnet består kampagnen af en gensidig aftale mellem parterne – region, kommuner, almen praksis – om, at alle parter i den kommende influenzasæson vil lægge tryk på ift. en fælles ambition om at øge antallet af ældre og kronikere, der bliver vaccineret mod influenza.

Kampagneperiode: Kampagneperioden starter 1. november 2019 og forløber i den periode hvor der tilbydes gratis vaccine (1/11-15/1 samt 1/11-31/1 for gravide).

Materialepakke: Arbejdsgruppen har sammensat en materialepakke, som består af flere elementer:

- I. En datapakke**, hvor det er muligt at følge antallet af ældre, der vaccineres mod influenza på både regions- og kommuneniveau.

II. **Kampagnemateriale:**

Der er udarbejdet kampagnemateriale målrettet henholdsvis borgere og personale i kommunerne, på hospitalerne og i almen praksis. Alt materiale er lavet med afsæt i det samme layout og med brug af de samme illustrationer mv.:



▪ *Målrettet borgerne:*

Postkort:

Tydelige, klare og korte budskaber ift. hvorfor influenzavaccination.

Plakater:

Budskab om periode for influenzavaccination samt hvem der anbefales at lade sig vaccinere.

Kampagne på sociale medier mv.:

Facebook er et vigtigt ben i kampagnen, fordi målgruppen +65 år samt de sundhedsprofessionelle bruger Facebook meget. Kampagnens budskaber målrettes målgruppen(erne), og ud fra erfaringerne fra tidligere år, er det et tema, som brugerne gerne deler med hinanden. Det betyder, at kampagnens budskaber kan nå ud til en større gruppe uden meromkostninger. Samtidig giver Facebook også mulighed for, at brugerne kan kommentere på kampagnen og komme med egne erfaringer. I forhold til influenza vil der, udover muligheden for at kommentere opslag, også laves en live-sending med sundhedsprofessionelle, hvor brugerne kan stille spørgsmål.

Kampagnen på de sociale medier består af flere tiltag igennem kampagneperioden:

- information via Facebook med varsling om ændring af sæson for vaccination. Opslaget laves med grafik fra kampagnen, så der skabes en rød, grafisk tråd.
- Facebook-live med Kristian Sandvej og Lars Østergaard, hvor der er mulighed for at stille spørgsmål før og undervejs om influenzavaccination
- Redigerede uddrag af kort varighed fra Facebook-liv seancen, der pin pointer budskaber
- små videoklip med borgere, kommunal ansat i hjemmeplejen og hospitalspersonale, der fortæller om, hvorfor de er vaccineret. Hvor det er muligt bruges badges, postkort mm. for at skabe en rød grafisk tråd.
- Facebook-filter med kampagnegrafik "Jeg er blevet influenzavaccineret"
- Facebook-opslag med kampagnemateriale i kampagneperioden
- Opfølgning på vaccinationsstatus, hvis data er parate, i en lettilgængelig version (ikke grafer, men enkle tal)

- Der vil blive lavet en spillover til Instagram med tilrettet ordlyd, der hvor det giver mening – her tænkes blandt på lancering af kampagnematerialet med #fådinbedstemorvaccineret



Samarbejde med foreninger (Ældresagen, Lungeforeningen, Hjerteforeningen og Diabetesforeningen)

- *Målrettet personalet i kommuner og på hospital:*

Er toledet:

- 1) Handler om, at personalet i kommuner, på hospitaler og de praktiserende læger skal være med til at minde borgerne i målgruppen (ældre og kronikere) om, at influenzavaccination er en god ting.
- 2) Samtidig også om, at personalet selv opfordres til at blive vaccineret ift. inddæmning af smitterisici ift. borgerne i målgruppen.

Formål: at klæde personaler på ift. vigtigheden af, at ældre borgere og kronikere vaccineres mod influenza samt om deres egen risiko for at være smittebærere ift. borgerne/patienterne.

Postkort: Tydelige, klare og korte budskaber ift. hvorfor personalet bør lade sig vaccinere mod influenza.

Bagets: Skabe synlighed om kampagnen.

PowerPoint plancher: Der kan benyttes i forbindelse med personalemøder ift. at klæde personalet på.

- *Målrettet almen praksis*

Postkort med gode idéer til praksis

Plakater med budskab om periode for influenzavaccination samt hvem der anbefales at lade sig vaccinere.

Praksis.dk: Kommunikation til almen praksis via praksis.dk

III. **Idékatalog til indsatser:**

Der lægges op til, at den konkrete tilrettelæggelse af kampagnen besluttet lokalt. Til brug for dette arbejde har arbejdsgruppen udarbejdet et idékatalog bestående af følgende elementer:

- Inspiration til hvordan vi kan understøtte, at sundhedspersonalet husker at 'minde' borgere og patienter om vaccination (målrettet kommuner, hospitaler og almen praksis). Herunder også inspiration til, hvilke steder man kan sætte ind – fx i kommunerne: ensomhedsgrupper, træningssteder, frivillighedsforum, plejehjem, forebyggelsesbesøg mv.

- Forslag om at etablere samarbejde lokalt med borger-pårørendeforeninger ift. at øge indsatsen sammen
- Opfordring til at dagsordenssætte samarbejdet om kampagnen på møde i klyngerne
- Opfordring til at dagsordenssætte samarbejdet om kampagnen på de kommunale lægelige udvalg:
Fx at tage udgangspunkt i en klyngedatapakke, hvor influenzavaccination fremgår.
Fx at drøfte muligheden for at afholde en vaccinationsdag eller vaccinationsuge, hvor praksis særligt fokuserer deres aktivitet på vaccination af patienter.
- Vaccination af hospitalspersonale: Der er igangsat en proces i regionen med henblik på at afdække hvordan vi kan understøtte at øge andelen af sundhedspersonale der bliver vaccineret.



IV. Finansiering

Der er afsat 55.000 kr. til kampagnen fra Beredskabspuljen (udvikling af grafisk tryk, opsætning af postkort, plakat, badges, produktion af badges, plakater og postkort).

Kommunerne, hospitalerne og almen praksis modtager kampagnemateriale forud for kampagnestart. Hver kommune modtager en basispakke med postkort, badges og plakater. Ønskes bestilling af flere er dette en mulighed for egen regning.