

**KAMPAGNEOPSAMLING**

# **STIL SKARPT**

**VEJARBEJDE KRÆVER FOKUS**

20. december 2019

# INTRO RESULTAT

**Kampagnen 'Stil Skarpt – vejarbejde kræver fokus' gik i luften den 30. september 2019 og fortsatte i fire uger.**

Kampagnen fik en fin mediedækning og blev set af relativt mange på de sociale medier:

**REACH, SOCIALE MEDIER: 302.647** <sup>(1)</sup>  
**VISNINGER AF KAMPAGNEFILM: 454.827** <sup>(2)</sup>  
**PRESSE REACH: 9.638.494** <sup>(3)</sup>

Nøgletal: 30. september 2019 – 31. oktober 2019 INFOMEDIA

Omtaler	Reach <small>(læsere/lyttere/seere)</small>	EAC <small>Est. annonceomkostninger (DKK)</small>	Top-medie <small>(fleest omtaler)</small>
63	9.638.494	2.243.715	Ritzau Fokus

<sup>(1)</sup> 'Reach, Sociale Medier' angiver det samlede antal gange, nogen er blevet præsenteret for et af opslagene fra kampagnen på Facebook, LinkedIn og YouTube.

<sup>(2)</sup> 'Visninger af kampagnefilm' angiver, hvor mange gange kampagnevideoen er blevet vist på Facebook, LinkedIn, YouTube samt antallet af tilskuere, der har set den i biografen (estimeret).

<sup>(3)</sup> 'Presse reach' giver antallet af forventede læsere, lyttere og seere af hver enkelt omtale lagt sammen. Det vil sige, at alle de enkelte omtalers individuelle potentielle reach lægges sammen til ét samlet reach. Der er derfor ikke tale om antallet af individuelle unikke læsere, lyttere eller seere, men derimod summen af de potentielle eksponeringer.

<sup>(4)</sup> "Annonceomkostninger":

I *Printmedier* er tallet beregnet ud fra den tilsvarende værdi, som en annonce idet pågældende medie ville have kostet, hvis artiklen var bragt som annonce.

I *Radio og TV* udregnes tallet på baggrund af indslagets længde (max 3 min.), antallet af seere/lyttere (Gallup) samt annonceprisen pr. sek. i det givne medie.

I *Webkilder* udregnes tallet på baggrund af antallet af unikke brugere pr. uge (bruttolæsertallet) og mediets CPM-priser (annoncepris pr. 1.000 brugere).

# BAGGRUND

## ULYKKER VED VEJARBEJDE

Baggrunden for kampagnen er, at vi inden for det seneste år har oplevet nogle alvorlige ulykker, hvor leverandører, som arbejder for Vejdirektoratet, er kommet til skade ved påkørsler på motorvejene. Samtidig har der de seneste fem år været mellem 208 og 263 ulykker ved vejarbejde om året. Det er i gennemsnit mere end en ulykke ved vejarbejde hver anden dag.

Vejdirektoratet har ønsket at lave en indsats, der nedsætter antallet af ulykker ved vejarbejder, og som samtidig giver leverandørernes medarbejdere bedre arbejdsmiljø, både ved akutte hændelser og ved længere vejarbejder.

For både at opnå en nedsættelse af antallet af ulykker og et bedre arbejdsmiljø, har vi søgt at henvende os til bilisterne og ændre deres adfærd i retning af højere opmærksomhed. Det er tanken, at den højnede opmærksomhed hos trafikanterne vil give sikrere kørsel og dermed færre ulykker og mere sikkerhed for vejarbejderne.

# BUDSKAB

## OPMÆRKSOMHED VED VEJARBEJDE

### **HOVEDBUDSKAB**

Kampagnens hovedbudskab handler om at gøre det klart for bilisterne, at det er vigtigt at køre opmærksomt og fokuseret ved vejarbejder. Det er det fordi, kørebanen kan være indsnævret, der kan være uforudsigelige vognbaneskift eller der kan stå maskiner eller andre ting i nærheden af vejsiden. Alt dette øger risikoen for ulykker ved uopmærksomhed og høj fart.

### **Underbudskab 1**

Bilisterne skal holde fokus, selvom vejarbejderne er gået hjem. Selvom der ikke er vejarbejdere på arbejde, er ruten stadig uforudsigelig og kræver fokus fra trafikanterne.

### **Underbudskab 2**

Ved akutte vejarbejder er der mennesker på kørebanen eller meget tæt på den. Når vi løser et akut problem på vejen, skal bilisterne derfor være opmærksomme og vise hensyn.

# KONCEPT STIL SKARPT – VEJARBEJDE KRÆVER FOKUS

Konceptet *Stil Skarpt – Vejarbejde kræver fokus* bygger på en konceptualisering af begrebet opmærksomhed, hvor 'fokus' både som begrebsligt og visuelt greb bruges til kommunikere opmærksomhed på en opsigtvækkende måde.

'Fokus' – vekslen mellem visuel uskarphed og skarphed er en effektiv måde billedligt at beskrive opmærksomhed på, mens ordet 'fokus' – 'at holde fokus' indkapsler begrebet opmærksomhed.

Kampagnens visuelle elementer indeholder både personer, der arbejder ved akutte hændelser og ved længere vejarbejder.

## **DIN-FART-skilte**

*ved Bygningen af støjskærm Allingvej i Hvidovre*

## **ATK**

*Politiet foretager ATK-målinger ved E20 på Fyn og ved TSA 59 i Fredericia*



- Udbygningen af rute 11 i Ribe
- Udvidelsen af E20 Fynske Motorvej på Fyn. Inkl. ATK-målinger
- Anlæggelsen af TSA 59 Fredericia Syd, motorvejskryds 59
- Bygningen af støjskærmen ved Allingvej i Hvidovre

Stil  
skarpt



# ELEMENTER OVERSIGT

**For at sikre kampagnes adfærdsændrende effekt påvirker vi målgruppen med adfærdsanvisninger fra flere sider.**

**Ved vejarbejder:** I den konkrete situation hvor adfærden søges ændret, møder bilisterne skilte, der fortæller, hvad de skal gøre og hvorfor.

**På rasteplasser ved vejene:** Tæt på køresituationen mindes bilisterne om den ønskede adfærd med visuelt opmærksomhedsskabende plakater.

**På SoMe/hjemmeside:** På Facebook bliver målgruppen mindet om den ønskede adfærd og får uddybet hvorfor. Man kan læse mere på kampagnehjemmesiden.

**I biografen:** Her bliver publikum mindet om kampagnens budskab, mens de er i en modtagelig situation.

**I pressen:** Nyheden om kampagnen kommer i radio, tv og trykte medier.

**På busser:** På busser (der kører på hovedveje og motorveje) mindes bilisterne om den ønskede adfærd, mens de er i trafikken.

**Ved indfaldsveje** (i første omgang kun ved Hans Knudsens Plads) bliver bilisterne udsat for kampagnen, inden de kører ud på motorvejen.

# PLAKATER OG ANNONCER



## TEKST:

Hver anden dag sker der en ulykke ved vejarbejde

Når vi arbejder på vejen, er køreforholdene ikke, som de plejer – heller ikke når vi er gået hjem. Hold fokus, så du kommer sikkert frem.

# RASTEPLADSER

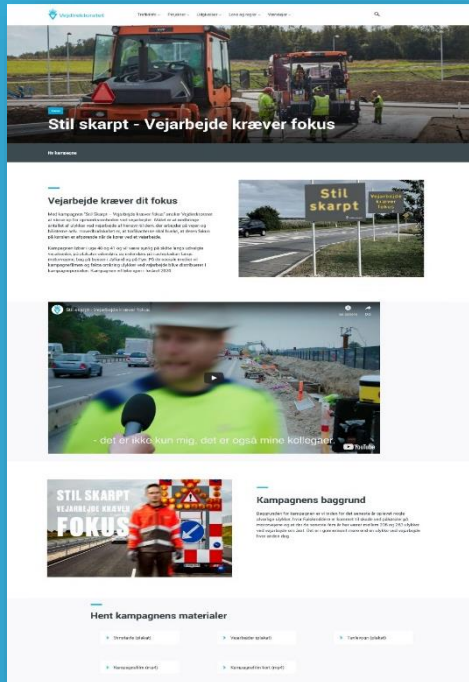
40 infostandere  
400 Monarch-bordmenuer  
40 plakater





# HJEMMESIDEN

På kampagnens hjemmeside kan man læse om baggrunden for kampagnen og hente kampagne-elementer.



# Sociale medier

REACH SOCIALE MEDIER: 302.647 (1)

Facebook: 284.477  
LinkedIn: 16.914  
YouTube: 1.256



# KAMPAGNEFILM



En 'mockumentary' om vejarbejderen John, der er ude af fokus.

Filmen distribueres på nettet og i udvalgte biografte.

12 opslag på Facebook i kampagneperioden  
1 opslag på LinkedIn

**SoMe: 98.844 views**  
**Biograf: 355.983 views**



# STIL SKARPT PRESSE

PÅ LANÇERINGS DAGEN BLEV KAMPAGNEN DÆKKET BREDT I MEDIEFLADEN BÅDE PÅ TV, NETTET OG TRYKTE MEDIER

SAMLET PRESSE REACH 9.638.494 <sup>(3)</sup>  
Seere, lyttere og læsere. Estimeret.

Antal omtaler i pressen: 63  
Landsdækkende: 37

Det svarer til estimerede annonceomkostninger på 2.243.715 kr. <sup>(4)</sup>

# ANDRE OMTALER:

**Politik** · 2. oktober kl. 07:43 · G

**STIL SKARPT. VEJARBEJDE KRÆVER FOKUS**

Vejdirektoratet har netop lanceret en kampagne, som skal få flere bilister til at holde fokus, når de kører bil. Når du sætter dig bag rattet, skal du altid være opmærksom.

Men dette gælder især ved vejarbejde. Hver anden dag sker der nemlig en ulykke ved vejarbejde. Det er ofte høj fart, der er skyld i trafikulykker ved vejarbejde, og får du en fartbøde på de strækninger, hvor der arbejdes, så koster det dobbelt så meget.

Det er både af hensyn til dem, der arbejder, men også fordi vejforløbet er ændret. Vejmanstræt kan fx hælede lidt eller have skarpere sving. Derfor er det vigtigt, at du er opmærksom og sænker farten.

Når du kører med for høj fart eller er uopmærksom, risikerer du at bringe dig selv, de andre bilister og vejarbejderne i fare. Flere vejarbejdere har at de har skullet springe for deres liv, når bilisterne ikke er opmærksomme. Vi vil som altid være tilstede med fartmålinger ved vejarbejde for at kampagnen.



500 · 29 kommentarer · Del

**dansk byggeri**

Dansk Byggeri @danskbyggeri

Startside · Om · Billeder · Anmeldelser · videoer · Begivenheder · Opslag · Noter · Fællesskab · [Opret en side](#)

**Dansk Byggeri** · 1. oktober kl. 04:44 · G

Hver 2. dag sker der en ulykke ved vejarbejde. Det er alt for ofte. Hold fokus, så det ikke bliver dig, der kører galt 🚗 🚧 · [Vejdirektoratet Dansk Infrastruktur](#)

**Syddestjyllands Polit** · 16 min. · G

**SERVICEMEDDELELSE FRA DIT POLITI**

Ups - nu kom der en igennem med 176 km/t – 180 km/t zone... Nogle har tilsyneladende allerede glemt Vejdirektoratet budskab om at sætte hastigheden ned ved vejarbejde? Eller har du overset kampagnen "Stil Skarpt", der skal forebygge ulykker ved vejarbejde? Så skal vi gerne hjælpe dig. Det kan spare dig for mange penge. For at støtte op om budskabet og dermed minimere antallet af ulykker, har vi lige nu en fotovogn placeret på Motorvejen ved afkørsel 59 Fredericia, hvor hele motorvejskrydset er under ombygning. Hastigheden er nedsat til 80 km/t. Status efter de første 3 timer er 4500 passerende køretøjer, hvoraf 112 kørte for stærkt. 8 modtager et klip i kørekortet og 6 modtager en betinget frakendelse. Højeste målte hastighed er 190 km/t.

"Stil skarpt" når du møder vejarbejde. [Se mere](#)

# RANDERSIDAG.DK

**Vejdirektoratet lancerer ny kampagne mod ulykker ved vejarbejde**

Søndag 5. oktober 2019 kl. 17:00

Mere end hver anden dag sker der en ulykke ved et vejarbejde herhjemme. I en ny kampagne opfordrer Vejdirektoratet bilisterne til at stille skarpt på trafikkeerheden, når de kører forbi vejarbejder.

Flere gange om ugen kører bilister galt, når de passerer et vejarbejde. Ofte skyldes det uopmærksomhed.

Derfor sætter Vejdirektoratet fokus på, at bilisterne skal stille skarpt, når de møder et vejarbejde. Den nye kampagne "Stil Skarpt. Vejarbejde kræver fokus" skal få flere bilister til at holde fokus, når de kører bil.

"Jag starter i den gade op om kampagnens vigtige budskab, som minder om, at der er mennesker på begge sider af vejarbejdet – både bilister og vejarbejdere. Og begge parter skal gerne komme betalt til rette i trafikken, når arbejdsdagen er slut. Derfor er det vigtigt, at bilisterne udsender skærped opmærksomhed, når de kører gennem et vejarbejde - at de kommer til at stille skarpt. Det er også derfor et andet budskab i forbindelse med 2014 vedligeholdelse af forordningen for hastighedsunderskridelser ved vejarbejde", siger transportminister Bjarne Corydon.

Kampagnen handler om, at bilister skal stille skarpt. Alle for ofte sker der ulykker ved vejarbejde, fordi bilisterne undervurderer, at vejarbejdere er arbejdere - eller fordi de overvær, at et vejarbejde er i gang med at udføre store reparationsarbejde på vejbanen.

"Vejarbejder er besværlige at navigere igennem, fordi omstændighederne på vejarbejdet er ændret. Der kan så en vejarbejder bag en skiltvogn og have et stort reparationsarbejde. Eller der kan være en varebil med et vejarbejde med vognbærere, snarete karetskare og laster genstande tæt på vejarbejdet. Derfor skal man udsende ekstra opmærksomhed, når man kører forbi et vejarbejde - både om dagen og om natten. Man kan for eksempel...

**TV AVISEN 18:30 - Flere ulykker ved vejarbejde**

TV AVISEN 18:30 - Flere ulykker ved vejarbejde

**OMRÅDECHEF, VEJDIREKTORATET**

**CHARLOTTE VITHEN**



TV AVISEN 18:30 - Flere ulykker ved vejarbejde

**TV AVISEN 18:30 - Flere ulykker ved vejarbejde**

**MARIA YDE**



TV AVISEN 18:30 - Flere ulykker ved vejarbejde

# ELEMENTER BUSBAGSIDER



## POSTKORT VEJMAN.DK

### ÅRSMØDE

På vejman.dk-årsmødet fik alle deltagere udleveret postkort med kampagnematerialet, for at informere om indsatsen.



## BILLBOARD:



TILKØRSEL TIL LYNGBYVEJEN

66 BUSLINIER PÅ FYN OG I SYDJYLLAND

# LASTBILMAGASINET:

## LASTBILER

For at ramme lastbilchauffører kører kampagnen i lastbilmagasinet og på [www.lastbilmagasinet.dk](http://www.lastbilmagasinet.dk)

Banner: 118.391 visninger  
Trykt udgave: 6.100 læsere

3. oktober 2019 - 01:41 **2. oktober 2019 - 01:41**

### Ny kampagne retter fokus mod ulykker ved vejarbejder

100 m

AT Redaktionen | 2. oktober 2019 - 01:41

Flere gange om ugen kører lastbiler galt, når de passerer et vejarbejde. Ofte skyldes det uopmærksomhed. Derfor sætter Vejdirektoratet fokus på, at bilisterne skal holde skarpt, når de møder et vejarbejde. Den nye kampagne 'Stil Skarpt. Vejarbejde kræver fokus' skal få flere bilister til at holde fokus, når de kører til.

Kampagnen handler om, at bilisterne skal stille skarpt. Alt for ofte sker der ulykker ved vejarbejder, fordi bilisterne undervurderer, at vejbanen er ændret – eller fordi de forventer, at en vejarbejder er i gang med at udføre akut reparationsarbejde på vejbanen.

«Vejarbejder er besværlige at navigere igennem, fordi omstændighederne på vejbanen er ændret. Der kan stå en vejarbejder bag en skiltetegn og lave et akut reparationsarbejde. Eller der kan være tale om et vejarbejde med vognbanealt, smalle kørebane og faste genstænde tæt på vejbanen. Derfor skal man holde ekstra opmærksomhed, når man kører forbi et vejarbejde – både om dagen og om natten. Man kan for eksempel ikke tro, at man kan drøne lige gennem et vejarbejde om natten, når der er mørkeløst. Der kan stadig være væsentlige køretøjsulykker», siger områdechef Charlotte Vilhøj fra Vejdirektoratet.

Mange vejarbejdere oplever, at de skal springe for deres liv, når bilisterne ikke holder fokus, når de kører. De sidste fem år er der sket mellem 208 – 263 ulykker om året ved vejarbejder herhjemme.

Trafikanterne kan møde kampagnen fra starten af næste uge, hvor også politiet vil være stillet med fordeling.

Læs i alt 207 genige. Læs i appskiltet af 3.







# STIL SKARPT AFRUNDING

Første runde af kampagnen Stil Skarpt, har givet gode resultater både i forhold til hvor mange mennesker, den er nået ud til og den generelle forståelse og opfattelse af kampagnen.

Kampagnen er nået ud til et stort antal borgere via pressedækningen og opslagene på de sociale medier. Samtidig har vi erfaret, at vi kan nå mange modtagere via visninger i biografen, hvor tilskuerne ovenikøbet er særligt modtagelige overfor de kommunikerede budskaber. Trafikanternes generelle forståelse har været høj og opfattelsen af kampagnen har været positiv.

*Kampagnen gentages i foråret 2020.*