

POLITIKERSPØRGSMÅL

Direkte 40221336
Mail jonas.okkels.pedersen@regionh.dk

Dato: 28. juni 2019

Spørgsmål nr.: 069-19
Dato: 20. juni 2019
Stillet af: Jacob Rosenberg (I)
Besvarelse udsendt den: 28. juni 2019

Spørgsmål om kampagnen "Sikre Hænder"

Spørgsmål:

Der kører åbenbart en kampagne p.t., som hedder "Sikre Hænder". Se fx vedhæftede billede fra en reklame i bybilledet. Der er ligeledes aktivitet på Facebook og måske også andre steder. I denne forbindelse vil jeg venligst spørge om følgende:

1. Hvad er formålet med denne annonce/reklame-kampagne?
2. Hvem er modtageren?
3. Hvilke platforme kører kampagnen på, og hvor lang tid kører den?
4. Hvad er det samlede budget for kampagnen (inkl. personaleressourcer)?

Svar:

1. Omdrejningspunktet for kampagnen er temasiden Facebook/sikrehaender. Formålet er at bygge bro mellem forskellige medarbejdere og fagligheder i Region Hovedstaden og at vise anerkendelse af det vigtige arbejde, som finder sted i regionen. Kampagnen vil vise, at der er mange forskellige faggrupper i et moderne sundhedsvæsen, herunder fx bioanalytikeren, serviceassistenten eller lægesekretæren.
2. Den primære modtager er medarbejdere på regionens hospitaler, inkl. psykiatrien. Plakaterne er derfor udelukkende opsat i omegnen af hospitalernes matrikler og fremstår således også uden forklaringer eller understøttende tekster, som vil være tilfældet, hvis der var tale om en bredere og mere eksternt rettet kampagne. Vi benytter outdoor-plakaterne til intern kommunikation for at

skabe opmærksomhed omkring launch af temasiden. Desuden er områderne omkring matriklerne og Facebook gode medier ift. vores medarbejdere, fordi de kommer begge steder. Den sekundære målgruppe er patienter og borgere i almindelighed, hvorfor temasiden da også er en åben side, som alle har adgang til.

3. Plakaterne er på store standere i bybilledet opsat omkring regionens matrikler i ugerne 25 og 26. Derudover kan kampagnen ses på facebook.com/sikrehaender.

4. Det samlede budget er: annoncering og udvikling af annoncer: 275.419 kr. Medarbejderressourcer i CKO er omkring 35 timer – foruden den generelle overvågning og drift af vores SoMe kanaler, som under alle omstændigheder skal varetages mhp. at oplyse om regionens arbejde og svare de borgere og følgere, der skriver til regionen. Såfremt outdoorelementet i kampagnen gentages, vil der være yderligere omkostninger end de nævnte.