

bates y&r
return on imagination

Oplysningskampagne i Grønland

Rådet for Sikker Trafik 2008

13-09-2010

Baggrund

- Justitsministeriet havde fremsat et lovforslag, der medførte en række ændringer af Færdselsloven i Grønland som ikke havde været ændret siden 1991.
- Lovforslaget blev forventet vedtaget inden 13. juni 2008, og loven skulle træde i kraft 1. oktober samme år.
- Denne case omhandler kampagnen i Grønland der kørte i efteråret 2008. Kampagnen blev lagt i to bursts. Først i uge 39-42 og igen i uge 49-52.

Formål

Rådet for Sikker Trafik ønskede på foranledning af Justitsministeriet at udvikle en kampagne, der gjorde opmærksom på ændringerne i loven

Formål

De 6 væsentligste ændringer i loven som skulle kommunikeres var:

Spritkørsel

Nedsættelse af promillegrænsen til 0,5 fra 0,8 og skærpede sanktioner

Snescooter

Ændring af alderskrav for førere fra 16 til 18 år dog med undtagelse af udøvelse i forbindelse med landbrugsarbejde og fangst

Styrthjelm

Krav om anvendelse af styrthjelm på snescooter, mc og knallert

Sikkerhedssele & fastspænding af børn

Krav om anvendelse af sikkerhedssele i bil samt særligt sikkerhedsudstyr til børn

Mobiltelefon

Forbud mod brug af håndholdt mobiltelefon under kørslen

Kørelys

Krav om kørelys om dagen

Målsætning

Tre konkrete målsætninger blev opstillet:

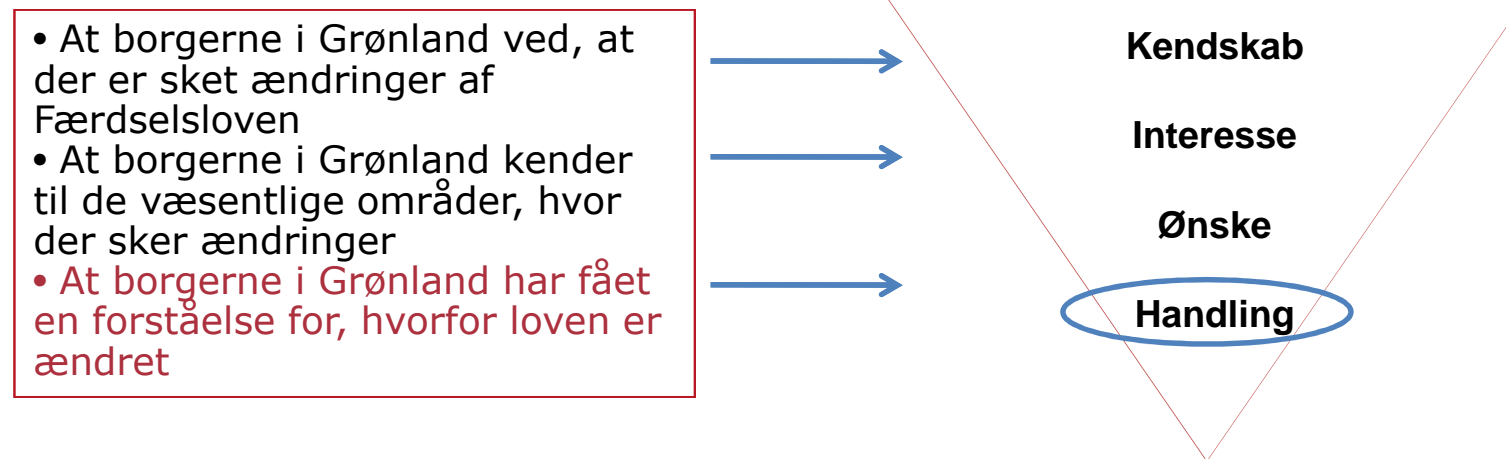
1. At borgerne i Grønland skulle vide, at der ville ske ændringer af Færdselsloven.
2. At borgerne i Grønland kendte til de væsentlige områder, hvor der ville ske ændringer.
3. At borgerne i Grønland fik en forståelse for, hvorfor loven var blev ændret.

Kommunikations- og kampagnestrategi

Barrierer

Modsat hvad vi kender fra Danmark er kontrollen med færdselsreglerne i Grønland næsten en umulig opgave grundet bl.a. landets geografiske størrelse, og det faktum at politiet har meget andet at lave.

Derfor blev fokus lagt på først og fremmest at sikre målsætningen om at målgruppen *forstod (og følte) hvorfor* der var kommet strengere regler.



Kommunikations- og kampagnestrategi

Indsigter

5 nøgleindsigter om målgruppen blev identificeret og fungerede som grundlag for det kreative omdrejningspunkt (USP):

- Konfliktsky – Grønlændere ser igennem fingrene med meget
- Begrænset risiko for at blive "opdaget" for færdselsovertrædelser
- Indgroet forbehold overfor regler fra Danmark
- Ønsker generelt ikke at få "trukket noget ned over hovedet"
- Trafiksikkerhed er lav interesse - andre problemstillinger fylder væsentligt mere!

Kommunikations- og kampagnestrategi

Målgruppen

- Den overordnede målgruppe var alle over 15 år. Kampagnen skulle dog både kunne ramme den indfødte befolkning samt de ca. 11% af befolkningen som var født uden for Grønland (overvejende danskere)*

Afsender

- For at sikre sig at budskabet ikke blev forstået som et "Dansk" direktiv, blev det valgt at afsenderen skulle være Grønlands Politi og at kampagnen skulle kommunikeres på primært grønlandsk (kalaallisut) og sekundært dansk.

Et klart og tydeligt budskab

- Da der var tale om en ren oplysningskampagne med flere budskaber (6 lovændringer), blev strategien baseret på at udarbejde en kampagne der klart og tydeligt skulle kunne kommunikere alle 6 lovændringer. Ligeledes skulle kampagnen fortælles i et sprog der klart signalerede at det var deres (Grønlands) regler.



* Grønlands samlede befolkningstal er på ca. 57.000 personer. Af disse er ca. 6.300 født uden for Grønland (pr. 1. januar 2007)

Kilde: www.nanoq.gl
(Grønlands Hjemmestyre)

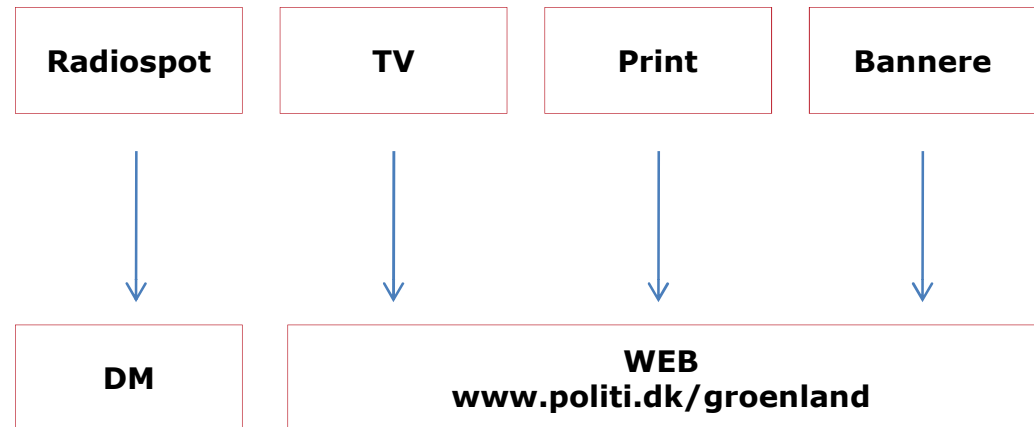
Kreativ strategi

Baseret på den overordnede kampagnestrategi og de identificerede indsigter omkring målgruppen og barriererne blev der udviklet et kreativt omdrejningspunkt i form af USP'et: "Vores trafik. Nye regler"



Mediestrategi

- Det overordnede mål var at nå samtlige grønlandere og derfor var omdrejningspunktet for kampagnen en husstandsomdelt flyer til samtlige matrikler I Grønland
- I tillæg blev der annonceret i brede medier som TV, radio, print og på online bannere. Her blev alle større grønlandske medier inkl. AG, Sermitsiaq, NUUK, og NKR
- Radiospots fungerede som en teaser for den kommende DM/flyer mens TV, print og online bannere fungerede som oplysningskampagne og som driver til web, hvor man kunne få yderligere information om de nye regler



Kreativt koncept

Ikoner frem for tunge budskaber

- Baseret på ideen om at man først *ser og tænker på trafikken* og derefter også forstår reglerne, blev der arbejdet med et koncept der igennem ikoner og trafikskiltelignende symboler simpelt kommunikerede hver af lovændringerne, og samtidig førte tankerne hen på trafik.
- Kampagnen skulle ligeledes være i stand til nå folk i de fjerneste bygder i Grønland hvor store dele af befolkningen ikke er uddannet, hvilket gjorde brugen af ikoner og symboler særligt relevant.



Kreative elementer - FLYER

- Flyer'en blev fremsendt til samtlige husstande i Grønland
- Ved hjælp af de 6 ikoner blev lovændringerne kommunikeret effektivt og simpelt. Flyeren var bukket så kun en af de 6 lovændringer, en kort beskrivelse og det tilsvarende ikon var synligt af gangen. Hvilket gjorde den simpel og overskuelig at forstå.

Angallannermi malittarisassat nutaat Vores trafik - nye regler

Kalaallit Nunaanni Angallannermut malittarisassat 1. oktober 2008-mi atuullissapput. Alleinglutit pingaamertit malikkuuninga tunngapput: naqorortinnaveeqqut, promillep kiliinga, qulleq kessimappuqaq, ogarsuusat angallattagaq, qitqutassat isumannaallissatit, meeqqat qitquterrissaat aarmita sne-scooteremermi ukut pilluqit piumasaqatit.

Den 1. oktober 2008 er der nye Færdselsregler i Grønland. De vigtigste ændringer vedrører: styrtøj, promillegrænse, kørelys, mobiltelefon, sikkerhedssele, fastspænding af børn og ældrekrævet på snescooter.

Oqutassat bilinilu meeqqat
Bilimik, busumik tassimulunnit ingerlannagut, imaluunniit tassuagut, isumannaallissatit oqutassatassaqatit. Piumasaqat tassuuna isumannaallissatimik oqutassatassaqatitumi tassuunniit. Meeqqat pingaamertit meeqqat ukut bilimik meeqqatit isumannaallissatit oqutassatassaqatit.

Sikkerhedssele og børn i bilen
Du skal bruge sikkerhedssele, når du kører eller er passager i bil, bus og taxi. Krævet gælder for alle sæder, hvor der er monteret en sikkerhedssele. Børn under 3 år skal spændes fast i godkendt autobed.

Aalekoortut bilimeq
Promillep kiliinga 0,5 promillemut aporortinnagappoq. Bilimeeqqut ingerlannaveeqqatit, imaluunniit annerpammi atassimngaaq kisat imerik.

Spirtkørsel
Promillegrænsen er sat ned til 0,5 promille. Undgå at drikke alkohol, hvis du skal køre.

Qulleq ikkissimappuqaq
Angallatt motorik, ingerlannagut ingerlannemik ukut kessimappuqaq.

Kørelys
Alle motorveins køretøjer skal køre med nætlys.

Ogarsuusat angallattagaq
Bilimulut, busumik, isumannaallissatimik angallattassammi ogarsuusammi ogarsuutegimngaaq meeqqatassaq.

Mobiltelefon
Det er forbudt at tale i håndholdt mobiltelefon under kørslen.

Naqorortinnaveeqqut
Snescooteremermi, motorcyklumermi kilaallannemilu naqorortinnaveeqqut akuerlissatigut atussavat. "Imanna aarmita snescooterim imaluunniit motorcyklumim illassuagut atussavat."

Hjelm
Du skal bruge godkendt styrtøj på snescooter, motorcykel og kvadret. Det gælder også, hvis du er passager på snescooter eller motorcykel.

Snescooter
Snescooterimik ingerlannaveeqqatit kiliigittaaq 18-ileersimanna nassuunniit qattinnagappoq. 16-ileersimanna nassuunniit 17-ileersimanna nassuunniit, huleerlannemulunnit atussavaq. Snescooteremermi ukut kiliigittammi imerik akuerlannagimngaaq, pilluunniit qimut-qattinnaveeqqatit.

Snescooter
Aallassannagut for at køre på snescooter er sat op til 18 år. Hvis du er 16 eller 17 år og skal bruge snescooter til færdig eller lønning, kan du søge politiet om dispensation fra aldersgrænsen.

Angallannermi tassit aarmita aaruk, uaruk qullunngappoq. Akilissatut qattinnagappoq, karsortimik angallannermut, piumammi silangit, imaluunniit tunarsamallissatimut, oqutassatit, bilim meeqqat, imaluunniit isumannaallissatimut, oqutassatit, tassuunniit meeqqat, ukut kiliigittammi imerik akuerlannagimngaaq, pilluunniit qimut-qattinnaveeqqatit.

Annemik uaruk atuarit: www.politi.du/gronland

Der er også sat andre ændringer af Færdselsloven. Bedeme er blevet forhøjet, og der er nye regler for trafikulykker af køretøjer, henryk over for faldgrøfter, vejregulering, standstill, passering mv. Læs mere på www.politi.du/gronland.

GRØNLANDS POLITI

Kreative elementer - RADIOSPOT

- Formålet med radiospots var at skabe interesse og indledende opmærksomhed omkring flyer'en som blev fremsendt til alle husstande. Derfor blev der i spottet kun kommunikeret en af de nye lovændringer og derefter henvist til flyer'en for yderligere information.
- Hvert radiospot blev speaket på henholdsvis grønlandsk og dansk, men med en grønlænder som afsender. Her blev den kendte grønlandske folkesanger Rasmus Lyberth udvalgt til at speake - en stemme alle grønlændere kender.
- Jf. bilag for at høre radiospots (bilag 1a-f)



Rasmus Lyberth



Eksempel på
Radiospot
(Grønlandsk)



Eksempel på
Radiospot
(Dansk)

Kreative elementer - PRINT

- Print annoncer kommunikerede igennem ikoner de 6 nye færdselsregler og refererede til Grønlands Politi's hjemmeside for yderligere information



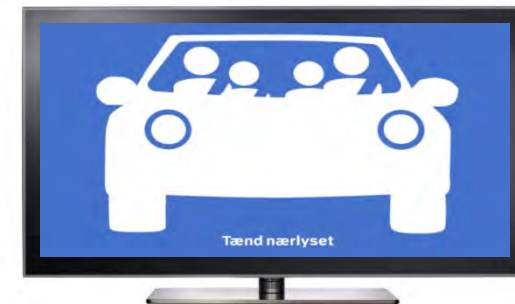
Kreative elementer – Online bannere

- Interaktive bannere, hvor en kort beskrivelse af hver enkel lovændring poppede frem når musen blev kørt over de enkelte ikoner



Kreative elementer – TV spot

- Den ikoniske stil fra flyer'en og print annoncerne blev videreført i TV-spottet, hvor en simpel animation der gjorde brug af ikonerne opridsede de 6 nye regler. Rasmus Lyberth lagde ligesom på radioen stemme til den grønlandske speak der blev understøttet af danske undertekster.
- Jf. bilag (2) for at se TV spot



Økonomifordeling

Udvikling af strategi og koncept	145.000 DKK
Produktion	440.000 DKK
Bureautid/Handling	155.000 DKK
Mediebudget	211.000 DKK
I alt ekskl. moms,	951.000 DKK

Effektmåling og resultater

Effekterne af kampagnen

Kendskab

- 92% har bemærket de nye færdselsregler i Grønland
- 83 % har bemærket kampagnen

Udbytte

- 88 % er positive over for kampagnen
- 90 % er positive over for de nye regler
- 89 % af personer med kørekort finder reglerne relevante
- 61 % har talt med andre om kampagnen
- 76 % har forstået at politiet var afsender på kampagnen
- 27-80% kan nævne de centrale ændringer i færdselsloven

Evaluering af resultater i forhold til målsætning

Kendskab helt i top

- Første målsætning var at borgerne i Grønland vidste, at der var sket ændringer af Færdselsloven, hvilket kampagnen til fulde opnåede. Hele 83 % svarede at de havde bemærket kampagnen. Men endnu vigtigere havde 92 % af respondenterne bemærket at der var kommet nye færdselsregler

Positive indtryk af både kampagne og nye regler

- Hele 88 procent var positive overfor kampagnen, og lovændringen var hele 90 % positivt indstillet overfor.

Involverede målgruppen

- Kampagnen formåede i høj grad at engagere og involvere målgruppen, hele 61 % havde talt og diskuteret kampagnen/de nye færdselsregler med enten familie, venner eller kolleger – hvilket umiddelbart sikrer en bedre forståelse af budskabet

De tre konkrete målsætninger der blev opstillet:

1. At borgerne i Grønland ved, at der er sket ændringer af Færdselsloven
2. At borgerne i Grønland kender til de væsentlige områder, hvor der sker ændringer
3. At borgerne i Grønland har fået en forståelse for, hvorfor loven er ændret

Evaluering af resultater i forhold til målsætning

God forståelse af de mest relevante lovændringer

- Den anden målsætning var at borgerne skulle kende til de væsentlige områder hvor der var sket ændringer. Her kunne hele 80 % huske at man nu skulle have sele på, mens de 5 andre scorede mellem 27 og 35% kendskab. Forskellen på tallene skal dog vurderes på baggrund af manglende relevans (f.eks. havde kun 1/3 del af de adspurgte en snescooter). jf. bilag "Undersøgelse fra HS Analyse".

Fuld forståelse for lovændringen

- Den helt centrale målsætning om at borgerne i Grønland havde fået en forståelse for, hvorfor loven var blevet ændret, blev til fulde opnået. Som sagt var hele 90 % positivt indstillet overfor lovændringerne, og 89 % svarede at de nye færdselsregler i høj eller nogen grad var relevant for dem.

De tre konkrete målsætninger der blev opstillet:

1. At borgerne i Grønland ved, at der er sket ændringer af Færdselsloven
2. At borgerne i Grønland kender til de væsentlige områder, hvor der sker ændringer
3. At borgerne i Grønland har fået en forståelse for, hvorfor loven er ændret

Vidensopsamling

- På dagen for lovændringen gjorde Politiet alle bilister opmærksomme på de nye færdselsregler, men de fleste var allerede opmærksomme på reglerne hvilket var et udtryk for kampagnens effekt.

02. Okt 2008 11:57 (Sidst opdateret 03. Okt 2008 14:56)

Mandag 6. Oktober

Nyheder

[Forside](#)
[Indland](#)
[Udland](#)
[Erhverv](#)
[Politi](#)
[Politik](#)
[Selvstyre](#)
[Klima og Miljø](#)
[Kultur](#)
[Sport](#)
[Leder](#)
[Erhvervsleder](#)
[Seneste 24 timer](#)
[Gallerier](#)
[News in English](#)
[Sermitiaq TV](#)
[Sermitiaq Mobil](#)
[Sermitiaq Blog](#)
[Danske spil - Vind millioner](#)

Sermitiaq
[Nyhedsbreve](#)
[Markedsføring](#)
[Annoncepriser](#)
[Kontakt os](#)
[Bestil abonnement](#)
[Om Sermitiaq](#)
[Spil](#)
[Køb og salg](#)

[Links](#)

Bilister tager selen på



Politiet giver bilisterne en chance for at vænne sig til de nye færdselsregler, herefter vil man skærpe kontrollen.
 Fotograf: Leiff Josefsen

[Af Nina Jul Larsen](#) [Print](#) [Tip En Ven](#)

Massiv kampagne i Qaqortoq gjorde bilisterne opmærksomme på den nye færdselslov.

Dagen før den nye færdselslov der trådte i kraft den 1. oktober, var Qaqortoq's politi ude og gøre bilister opmærksomme på, at de skulle huske sikkerhedssele.

Ifølge stationsleder Jack Hansen har kampagnen været en succes.

– Folk ved godt at de ikke må snakke i mobil, og at de skal bruge sikkerhedssele nu. Det kunne vi se, da vi kontrollerede bilisterne den 1. oktober, siger Jack Hansen til Sermitiaq.gl.

Bilag

- Radiospots (bilag 1a-1f)
- TV spot (bilag 2)
- Undersøgelse fra HS Analyse (bilag 3)
- Artikel om kampagnevirkning (bilag 4)