

Notat



Vurderinger af kommunikation og økonomi i samarbejdet med Helse

Dato 18.12.2007

Finn Møller

Tel. +45 8728 5811

finn.moeller@stab.rm.dk

Side 1

Danske Regioners Forretningsudvalg besluttede på mødet den 12. oktober 2007 at videresende Helses anmodning til de enkelte regioner med henblik på at hver enkelt region tager stilling til, om man ønsker at aftage og distribuere Helsebladet, som foreslået af Helse.

Tilbud:

Som et led i dette udbyggede samarbejde foreslås, at regionerne samlet aftager og distribuerer 90.000 eksemplarer af Helsebladet pr. måned. Det vil samlet koste regionerne 2,5 mio. kr. om året, og Region Midtjyllands andel heraf vil udgøre godt 560.000 kr. årligt. Dertil kommer et tilbud om at annoncere i Helse i form af et indstik på minimum 2 sider for kr. 33.527 og ikke medregnede udgifter til distribution af 20.000 blade i Region Midtjylland hver måned.

Status og økonomiske konsekvenser

I dag:

Region Midtjylland har i dag – som den eneste af de 5 regioner – et samarbejde med Helse om bladet "Helse", som indebærer, at regionen hver anden måned – svarende til seks ud af tolv udgivelser om året – har et indstik på 2 sider, hvor der kan bringes artikler m.v. fra Region Midtjylland.

Udgiften hertil udgør ca. 360.000 kr. årligt samt mindre udgifter til distribution af bladet til regionens institutioner. Helse distribuerer selv bladet til de praktiserende læger m.fl. i den primære sundhedssektor. Med den gældende aftale har Region Midtjylland forpligtet sig til at aftage 15.000 eksemplarer af Helse per måned. Erfaringer fra en indkøringsperiode i 2006 og 2007 viser, at hospitalerne, regionshusene og regionens institutioner maksimalt kan aftage godt 8.500 eksemplarer af Helse pr. gang.

Fremover:

For Region Midtjylland vil de økonomiske konsekvenser af det fremsendte oplæg fra Helse dels bestå i udgiften til det antal blade, som regionen aftager, på godt 560.000 kr. årligt, dels udgiften til selve annonceringen i et regionalt indstik på minimum to sider per udgivelse svarende til en årlig udgift på 335.000 kr. samt ekstra udgifter til distribution, idet Helse fremover kun leverer bladet to steder i regionen. Ved levering 100 steder vil den anslåede pris være 30.000 kr. per udgivelse. Og da Helse betinger, at regionen aftager og distribuerer bladet 10 gange om året, svarer det til en årlig udgift på ca. 300.000 kr. Skal regionen også stå for distributionen til de ca. 600 lægepraksis, vil udgifterne til distribution være større.

Samlet vil det fremsendte oplæg fra Helse medføre en årlig udgift på minimum 1.1 mill. kroner for et regionalt indstik/annonce på 2 sider 6 gange om året. I forhold til gældende aftale vil det betyde merudgifter for ca. 680.000 kr. årligt

Kommunikationsfaglig vurdering

Aktuelt er der i andre regioner igangsat en række parallelle og konkurrerende kommunikationsaktiviteter i forhold til Helse. Eksempelvis udgiver Region Sjælland deres eget sundhedsmagasin, og i Region Syddanmark har man netop lanceret "Sund i Syd", som er et delvist annoncefinansieret blad, hvori også kommunerne er med. Flere kommuner har valgt at være medudgiver med hver deres lokale indstik i bladet "Sund i Syd". Desuden er "Sund i Syd" også en hjemmeside på internettet med blandt andet videoproduktion af de artikler og temaer, som er omtalt i bladet.

Den kommunikationsmæssige fordel ved at satse på egne kanaler - frem for Helse - er, at regionen tydeligt markerer sig som afsender og leverandør af serviceydelser til borgerne i regionen. Denne synlighed vil være væsentligt mindre med et annonceindstik på to sider hver anden måned i Helse.

Desuden er Helses målgruppe forholdsvist afgrænset. Kernelæseren er en kvinde på 56 år med kortere eller mellemlang uddannelse og som har påtaget sig ansvaret for hele familiens trivsel. Dog har Helse i løbet af 2008 ændret layout i forsøget på at indfange de yngre læsere. Men konkurrencen er hård fra andre medier.

Derfor er det næppe sandsynligt, at Region Midtjylland via Helse når tilstrækkeligt bredt ud og lever op til en forpligtelse om at tilgodese alle borgere med sundhedsinformation. Økonomien i Helses tilbud vil indsnævre råderummet for andre og bredere borgerrettede kommunikationsaktiviteter.

Og så lægger Helse op til, at Region Midtjylland fremover skal distribuere yderligere 12.000 eksemplarer af bladet per måned, hvilket erfaringsmæssigt forekommer at være en urealistisk opgave.

Ved at fravælge et samarbejde med bladet Helse mister Region Midtjylland umiddelbart mulighederne for at fortælle om regionens sundhedsvæsen i en patient- og borgerrettet form. Men det kan der kompenseres for.

Dels ved at bringe historierne fra annonceindstikket i Helse i regionens eget "Magasinet MIDT". Her kan "sund i midt" blive et fast tema over 4 til 6 sider hver gang. Magasinet udkom fire gange i 2007 med et oplag på 40.000 eks. pr. udgivelse. "Magasinet MIDT" er først og fremmest rettet til medarbejderne som borgere og ansatte i regionen, men sendes også i stigende omfang til eksterne læsere og abonnenter. "Magasinet MIDT" distribueres til ca. 100 interne adresser – hospitaler, institutioner, regionshuse mv. og til alle praktiserende læger, tandlægeklinikker, kiropraktorer, terapeuter samt til presse, biblioteker, apoteker, partnere, privatpersoner m.fl.

Dels ved at udnytte en stadig større vifte af medier med fokus på sundhed og livsstil. Eksempelvis andre sundhedsmagasiner, netdoktor.dk og andre netportaler samt fra stadig flere tv-udsendelser om livsstil, lægens bord m.v. Erfaringerne er, at redaktionerne i dag er stadig mere åbne for at få indlæg og bidrag udefra. Og de historier som Region Midtjylland i dag bringer i annonceform i Helse kan med stor sandsynlighed indgå som en del af det almindelige redaktionelle stof, fordi det er historier, som typisk er skrevet og set med patienternes øjne.

Samlet vurderer Kommunikation, at der med Helses oplæg er tale om en uforholdsmæssig dyr annoncering, og bemærker at en ny og samlet storkundeaftale for alle regioner kommer til at betyde mærkbare merudgifter i forhold til Region Midtjyllands nuværende engagement som enkelt kunde. Kommunikation så gerne, at samarbejdet med Helse kunne fortsætte i mindre justeret form inden for rammerne af den gældende aftale og kan i øvrigt tilslutte sig Helses ambition om i højere grad at afprøve nye metoder og værktøjer, når det gælder information og rådgivning mod sygdomsbekæmpelse og forebyggelse. Men Helse mangler, at konkretisere, hvad der ligger i et udvidet samarbejde om sundhedsoplysende kampagner og lignende. Det må som følge af opgavefordelingen efter strukturreformen forudsættes, at også kommunerne går ind i et sådan samarbejde og har en ledende rolle omkring det indholdsmæssige og det udviklingsarbejde, der lægges op til.

Venlig hilsen

Finn Møller- kommunikationskonsulent