

## Ansøgning om annoncering til opsporingsindsats og alvorskampagne

Diabetes er en sygdom i hastig vækst, og er en af de hurtigst voksende kroniske sygdomme i Danmark. I dag er 332.500 danskere diagnosticerede med type 2-diabetes (T2D), hvilket er en tredobling over de seneste 20 år. Derudover anslås det, at 100.000 har T2D uden at vide det. Udiagnosticeret T2D øger markant risikoen for udvikling af alvorlige følgesygdomme som hjertekar-, nyre-, øjen- og nervesygdomme.

Det skønnes, at ca. 500.000 danskere har forstadier til T2D (prædiabetes), hvoraf 20% udvikler T2D indenfor 5 år – ligeledes er der øget forekomst af hjertekar-lidelser for mennesker med prædiabetes. T2D udløses i mange tilfælde af arvelighed eller som følge af stigende alder – men også af overvægt, fysisk inaktivitet og usunde kostvaner. Det er muligt at forebygge T2D, ligesom man kan forebygge de alvorlige følgesygdomme, ved tidlig opsporing og ved at omlægge livsstil.

Diabetesforeningen ønsker at forebygge diabetes og sygdomme, der er forårsaget af diabetes, gennem fortsat oplysning og tidlig opsporing af T2D samt ligeledes at sætte fokus på alvoren af T2D – og ikke mindst følgesygdommene.

Til det formål vil Diabetesforeningen søsætte følgende aktiviteter:

1. Udvidelse af den opsporingsindsats, som Diabetesforeningen igangsatte i 2022
2. Gennemføre kampagner og indsats, der øger opmærksomheden om diabetes i samfundet og motiverer målgruppen til at handle på deres type 2-diabetes eller risiko for at udvikle sygdommen.

### Formål og målgruppe

Indsatsen har fire hovedformål:

- at udbrede **oplysning** om alvoren af T2D og følgesygdomme i den brede befolkning
- at opspore borgere med **uopdaget T2D** og motivere dem til at søge læge, så de kan komme i behandling, ændre livsstil og forebygge udvikling af alvorlige følgesygdomme. Herunder at sikre at særligt mænd med uopdaget T2D opdages tidligere samt opnå større geografisk lighed i sundhed via opsporing i områder med høj prævalens
- at opspore danskere med **prædiabetes** og motivere dem til at søge læge, samt øge forståelsen for følgesygdomme herunder sammenhængen mellem prædiabetes, overvægt og hjertekarsygdomsrisiko eksempelvis ved at tilbyde LDL-måling
- at udvikle et **remissionsprogram** til de mennesker, der allerede ved at de har T2D og som ikke bruger insulin, i form af en indsats med **sensorbaseret blodsuktermåler** i kombination med et digitalt blodsukkerunivers. Indsatsen skal give målgruppen bedre forståelse for hvilke faktorer der påvirker deres blodsukker og bedre forudsætninger for øget sygdomsmestring og undgåelse af følgesygdomme.

**Målgruppe** for projektet er personer med udiagnosticeret T2D (100.000 personer), personer med prædiabetes (500.000 personer) samt danskere over 45 år med usunde kostvaner, som ikke dyrker

regelmæssigt motion (15-20% af befolkningen)<sup>i</sup> – i alt ca. **1,2 million danskere**. Heraf udgør mænd 54 procent. Derudover forventes der at indgå ca. 250 personer med type 2-diabetes i remissionsprogrammet.

For at øge effekten af indsatsen, vil den være målrettet grupper i befolkningen med høj forekomst af T2D. Oplysnings- og opsporingsindsatsen fokuserer derfor primært på områder med høj prævalens.

En analyse af sundhedsdata fra Diabetesforeningen hos mennesker med T2D viser, at der er stor geografisk ulighed på tværs af landet, når det gælder langtidsblodsukkeret og dermed risikoen for følgesygdomme som hjertekar-, nyre- og øjenssygdomme. I eksempelvis Albertslund Kommune har 10,4% af borgere med T2D et langtidsblodsukker over 70 mmol/mol, mens det kun gælder for 4,5% i Lemvig. Ligeledes er prævalensen af T2D 10,8 % i Lolland Kommune, mens den er 4,3 % i Gentofte Kommune

Den sekundære målgruppe er den brede danske befolkning, der bliver eksponeret for budskabet og får øget deres viden om T2D. De er med til at sprede oplysningerne yderligere.

### **Projektindhold og aktiviteter**

I 2022 lancerede Diabetesforeningen en opsporingskampagne og on-site opsporing via en udkørende sundhedsbus. Resultaterne er, at 500.000 danskere siden har testet deres risiko for T2D og projektet har opsporet 20.000+ danskere med prædiabetes og uopdaget T2D.

Kampagnen har udover selve opsporingen bidraget til at sætte fokus på T2D som sygdom og samfundsmæssigt problem, der kræver politisk handling og prioritering. Kampagnen har været eksponeret for 2,5 mio. danskere og Sundhedsbussen har deltaget i +60 events.

Siden lancering er det desuden lykkedes løbende at nedbringe omkostningen pr. opsporet dansker til ca. 450 kr. Der er fortsat op mod 100.000 danskere med uopdaget diabetes og 500.000 skønnes at have prædiabetes. Diabetesforeningen ønsker derfor at fortsætte og videreudvikle opsporingsindsatsen.

Diabetesforeningens har desuden et ønske om at videreudvikle læringsværktøjer som har til formål at hjælpe den enkelte med at sænke sit langtidsblodsukker og opnå remission.

### **Aktivitet: Opsporing af prædiabetes og fokus på følgesygdomme**

Diabetesforeningen ønsker at forebygge T2D og sygdomme, der er forårsaget af diabetes, gennem oplysning og tidlig opsporing. Vi vil desuden udvikle nye løsninger som hjælper mennesker med T2D til at sænke deres blodsukker.

### **Fjerne barrierer ved risikovurdering og diagnostik:**

Via effektive og lettilgængelige (digitale og fysiske) testmetoder vil vi fremskynde opsporingen af mennesker med prædiabetes og T2D, som herefter kommer i behandling og/eller iværksætter livsstilsændringer, der kan forhindre eller bremse videre udvikling af T2D.

Et centralt element i projektet er moderne diagnostiske metoder til at tage test af langtidsblodsukker med samme sikkerhed som i lægepraksis. I Sundhedsbussen benytter vi point-of-care-test, hvilket

også benyttes i lægepraksis til at give straks-svar. Denne mobile og fleksible tilgang gør det bl.a. nemmere for risikopersoners netværk at give støtte til at få testen hurtigt udført.

### **Remission ved hjælp af blodsukkerunivers og sensor**

Via tilbud om midlertidige sensorer til personer med T2D vil vi udforske effekten af dette hjælpemiddel i forhold til at sænke langtidsblodsukkeret, når det kombineres med et digitalt lærings- og blodsukkerunivers. Formålet er at bidrage til at færre på sigt udvikler følgesygdomme.

### **Aktivitet: Landsdækkende opsporings- og alvorskampagne**

Der er i den danske befolkning en negligering af alvoren ved T2D. T2D anses som selvforskyldt af 37% af befolkningen og det bliver ofte set som en sygdom, man "bare" kan spise sig ud af, mener 59 % af danskerne<sup>ii</sup>. Den mytegørelse betyder, at alvoren af sygdommen negligeres, også blandt behandlere. Diabetesforeningen ønsker derfor at fortsætte den opsporings- og alvorskampagne, som vi har gennemført de seneste år.

### **Følgesygdomme**

T2D er en alvorlig sygdom ikke mindst pga. de følgesygdomme, som sygdommen er årsag til. 47 % med T2D har mindst een følgesygdom. Ligeledes har 35 % med T2D allerede en følgesygdom ved diagnostidspunktet. Selvom det er lykkedes at øge kendskabet til følgesygdomme i den brede befolkning, er der stadig potentiale for at rykke kendskabet yderligere. 33 % ved, at nyresygdomme er en følgesygdom til T1D og T2D. Mens 46 % af danskerne ved, at hjertekarsygdomme er en følgesygdom til T1D og T2D (kilde Kantar Gallup for Diabetesforeningen 2023, undersøgelse blandt 1605 danskere, repræsentativt udsnit af befolkningen), men i og med 40 % med T2D har en hjertekarsygdom, kan det kendskab med fordel øges – også ud fra en samfundsøkonomisk betragtning.

Derfor ser Diabetesforeningen et behov for en fortsat opsporingsindsats og kampagne, der bredt i befolkningen kan synliggøre de alvorlige konsekvenser af T2D. Som led i indsatsen gennemføres derfor en digital kampagne, der oplyser om alvoren ved T2D med det formål, at få endnu flere til at tage risikotesten, opsøge vores opsporingsindsats og gå til lægen for at blive testet og handle på risikoen for diabetes og følgesygdomme.

### **Tidsplan**

Projektperiode løber fra april 2025 – februar 2026 (11 måneder) og er opdelt i tre faser.

### **Fase 1: Sundhedsbus på tur og forberedelse af kampagne**

#### **April-juni**

#### **Forberedelse af Sundhedsbusens tourplan og klargøring af blodsukkerunivers**

Ruten for Diabetesforeningens on-site opsporingsbus planlægges, hvorefter den rejser rundt til 15-20 danske byer – især med fokus på de geografiske områder, som har høj forekomst af T2D samt

prædiabetes. Ligeledes vil der fokuseres på at bussen vil være til stede ved arrangementer som høj kundestrøm.

Bussen deltager også 3 dage på Folkemødet på Bornholm, hvor den udover opsporing af mennesker med T2D også fungerer som centrum for Diabetesforeningens aktiviteter på folkemødet.

Derudover planlægges besøge på 5 lokationer i regi af Diabetesforeningens lokalforeninger, hvor medlemmer og personer med T2D inviteres til at deltage i remissionsprogrammet.

#### Kampagnetilpasning og planlægning

I fase 1 tilpasses kampagnekoncept- og marketingplan på baggrund af evaluering af resultater og erfaringer fra de seneste 2 år. Vi udvælger det rette mediemiks, der skal sikre bredt gennemslag i befolkningen i forhold til at synliggøre og skabe øget forståelse for T2D som en alvorlig sygdom. Herunder også specifikt sikre at de specifikke målgrupper i løbet af kampagneperioden opnår den nødvendige eksponering og frekvens af budskabet om at tage risikotesten og hvor bussen kan mødes.

Kampagnemateriale omfatter bl.a. følgende:

- Web og sociale medier
- Printannoncering i landsdækkende medier
- Lokal og regional PR og annoncering for sundhedsbussens besøg
- Informationspjece og plakater til apoteker, sundhedscentre, partnere mv.
- Annoncer til digitale medier.

Tilpasning af kampagnesite på **diabetes.dk**, som fungerer som landingpage fra kampagnens forskellige kanaler.

#### 2Sense 3.0 Remissionsprogram - Udvikling af blodsukkerunivers og testsetup.

Det digitale blodsukkerunivers, metode og analysesetup udvikles i denne fase. Planen er at gennemføre en model der består af 4 elementer.

1. Besøg på 5 lokationer i Danmark (1 i hver region) á ca. 50 deltagere pr. lokation (uge 0)
  - a. Intro til blodsukkermåling og sensor ved sygeplejerske
  - b. Intro til remission
  - c. Hba1c måling
  - d. Påsætning af sensor
  - e. Diabetesforeningens medarbejdere forestår besøg og instruktion. Abbott stiller supplerende materiale til oplæring i brug af sensorer til rådighed for kampagnen
2. Deltageren er hjemme / dagligdag (uge 1-2)
  - a. Brug af sensor
  - b. Adgang til 2Sense univers
  - c. Adgang til rådgivere
3. Adgang til remissionsunivers (uge 3-12)
  - a. Madplaner
  - b. Motionsplaner
  - c. Rådgivere

- d. Ugentlig mail
- 4. Afsluttende besøg på de samme 5 lokationer for samme deltagerkreds (uge 13-14)
  - a. HbA1c måling
  - b. Påsætning af sensor
  - c. Spørgeskema

## **Fase 2: Kampagneeksekvering og synlighed**

### **Juni - december**

Her eksekveres kampagnen overfor målgruppen via de udvalgte medier og kanaler. Kampagnen foldes ud på en lang række kanaler og særligt have et peak omkring Verdens Diabetesdag den 14. november med et særligt tryk på indsatsen via annoncering og medfølgende PR-indsatser. Ligeledes vil det være et element i kampagnen at sikre flere store bygninger / bygningsværker lyses op i (diabetesfarven) blå, som det skete med Storebæltsbroen i 2024, for derved at skabe yderligere synlighed.

Der vil sideløbende være en løbende monitorering af kampagnens effekt, og antallet af gennemførte risikotests måles på månedlig basis. Der vil eventuelt ske tilpasning af kampagnen og kanalvalg, hvis monitorering af effekterne viser behov for dette.

Deltagere, der ved udført risikotest ved Sundhedsbussen, modtager tilbagemelding om høj eller meget høj risiko – tilbydes at få målt langtidsblodsukker mhp. konkret udredning, enten on-site af sygeplejerske (sundhedsbus). Ligeledes tilbydes de oplysnings- og forebyggelsesfolder samt opskrifts- og motionsbog, som inspirerer til nye sundere vaner.

For de nydiagnosticerede personer med T2D er det essentielt, at de 'gribes' af strukturer, som motiverer til omlægning af livsstil og fastholdelse af nye sunde vaner for at undgå følgesygdomme og øge livskvaliteten. Her indtager Diabetesforeningens eksisterende strukturer og tilbud – i form af rådgivning, kurser, patientvejledninger, online motionskurser og motivationsgrupper, hvor mennesker med diabetes mødes, udveksler erfaringer og fastholdes i nye gode vaner – en vigtig rolle i forhold til at sikre forankring hos den enkelte. Ligesom udredning i almen praksis fører til, at flere personer kommer i det rette forløb i praksis, ambulatorie og kommunale sundhedstilbud.

Remissionsprojektet og 2Sense 3.0 gennemføres i denne periode i de 5 regioner hvor de 4 elementer afvikles over en periode på 14 uger.

## **Fase 3: Evaluering efter afsluttet kampagne**

### **Januar-februar**

I fase 3 evalueres kampagnens resultater i forhold til effekt og ændret opfattelse blandt målgruppen. Effekten vil blive evalueret med udgangspunkt i følgende parametre: (1) 2Sense 3.0's effekt ift. at sænke langtidsblodsukkeret blandt deltagerne samt deltageres viden om hverdagens handlingers sammenhænge til blodsukker, (2) antal gennemførte risikotests, (3) antal besøg og gennemførte målinger af langtidsblodsukker ved Sundhedsbussen, (4) antal besøg og varighed på kampagnesite.

Danskernes forståelse af T2D som en alvorlig sygdom samt kendskab til T2D, risikofaktorer og symptomer på diabetes vil blive målt ud gennem et eksternt analysebureau, for at belyse i hvilken grad danskernes kendskab er blevet øget.

## Organisering

Projektejer:

Projektejer: indsatsen forankres hos chef for afdelingen Forretning & Strategi, Sebastian Erbo Hoffmann. Projektleder er ansvarlig for udvikling, prætest, tilpasning og evaluering af projektet i tæt samarbejde med relevante ansatte i Diabetesforeningen.

Faglig ansvarlig: Afdelingschef for Forskning & Viden, Tanja Thybo, ph.d., er ansvarlig for kvalitetssikring af fagligt indhold og metode, valg af testudstyr samt koordinering med Steno Diabetes Center Copenhagen ift. analyse. samt for udvikling af 2Sense 3.0 og remissionsprogram

Aktivitetskoordinator (Lars Bonde Jensen): varetager Sundhedsbussens daglige drift, koordinerer busrute og aftaler med de lokale lokationer, tager på turné med sundhedsbussen og hjælper med de praktiske aspekter, opsætning mv. Koordinatoren er kontaktperson for alle in- som eksterne parter, bl.a. fagpersonskorpset og frivillige.

Kampagneansvarlig: Marianne Frandsen, teamleder for marketing er ansvarlig for det kreative indhold til kampagnen.

Styregruppe: omfatter projektejer, fagligt ansvarlige og lederrepræsentant fra Diabetesforeningens Public Affairs afdeling, Eva Tingkær. Styregruppen træffer væsentlige beslutninger samt koordinerer i og på tværs af organisationen, og sikrer forankring af ny viden og metoder i foreningsregi og fremtidige indsatser.

Projektgruppe: Intern arbejdsgruppe bestående af medarbejdere fra henholdsvis Public Affairs, Forskning & Analyse, Medlemmer og Forretning & Strategi, som har erfaring fra gennemførelse af tidligere opsporings- og forebyggelsesindsatser, og som hver har en rolle ift. markedsføring, formidling, materialer, rekruttering og forberedelse af korps til sundhedsbus, koordinering med lokalforeninger og frivillige mv.

## Om Diabetesforeningen

Diabetesforeningen er en landsdækkende patientforening med 91.000 medlemmer, en række faglige udvalg og 73 lokalforeninger med 700 aktive frivillige.

Diabetesforeningen arbejder for at forbedre livsvilkårene for mennesker med diabetes og sætte diabetes på den sundhedspolitiske dagsorden. Vi arbejder med tre indsatsområder:

- at forebygge diabetes
- at leve et godt liv med diabetes
- at helbrede/forske i diabetes.

Diabetesforeningen har i ti år gennemført opsporings- og forebyggelseskampagner og derigennem opbygget erfaringer og relationer til en række samarbejdspartnere som apoteker, sundhedscentre, faglige organisationer, medier, reklame- og analysebureauer. Den viden og de positive resultater vil blive lagt til grund for den ønskede skalering af forebyggelses- og opsporingsindsatsen. 446.253 personer har gennemført risikotesten på **diabetes.dk** i løbet af de seneste fem år.

## Budget og finansieringsplan

Projektet har en samlet omkostning på ~3.900.000 kr.

Vi tilbyder følgende annonceringsmuligheder: Annoncering Sundhedsbus og kampagne. Abbots logo vil blive vist op oplysningsfolder, på diabetes.dk på relevant landingpage samt i medlemsbladet. Derudover vil klik på jeres logo på oversigt over partnere linje til jeres hjemmeside og samarbejdsaftalen offentliggøres på diabetes.dk under samarbejder med medico- og medicinalindustrien.

Diabetesforeningen anmoder Abbott om 400.000 kr. til projektet.

Med venlig hilsen  
Diabetesforeningen

  
Sebastian Erbo Hoffmann

---

<sup>i</sup> Sundhedsstyrelsen, Danskernes Sundhed – Den Nationale Sundhedsprofil 2017 (2017)

<sup>ii</sup> Gallupundersøgelse, Viden om Diabetes, 2022