



Folkhälsomyndigheten



Jordbruks  
verket

# Samverkansfunktionen mot antibiotikaresistens, kommunikationsstrategi

Arbetsmiljöverket | eHälsomyndigheten | Folkhälsomyndigheten | Formas |  
Forte | Havs- och vattenmyndigheten | Inspektionen för vård och omsorg |  
Jordbruksverket | Kemikalieinspektionen | Kommerskollegium |  
Livsmedelsverket | Läkemedelsverket | Länsstyrelserna | Myndigheten för  
samhällsskydd och beredskap | Naturvårdsverket | Programråd Strama | ReAct  
| Smittskyddsläkarföreningen | Socialstyrelsen | Statens  
veterinärmedicinska anstalt | Sida | Sveriges Kommuner och Landsting |  
Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket | Vetenskapsrådet | Vinnova

# Innehåll

Inledning.....	3
Sammanfattning.....	4
Kommunikationsmål och ambitionsnivå.....	5
Strategiska vägval.....	6
Målgrupper och kunskapsmål.....	7
Budskap.....	12
Tonalitet och bildspråk.....	15
Kanalval.....	16
Uppföljning och utvärdering.....	17
Konceptet Skydda antibiotikan.....	18

## Inledning

År 2015 gav regeringen Socialstyrelsen och Jordbruksverket i uppdrag att ta fram en övergripande kommunikationsstrategi för arbete mot antibiotikaresistens för involverade myndigheter och organisationer samt andra aktörer inom antibiotikaresistensområdet. Kommunikationsstrategin skulle vara ett flerårigt styrdokument med tydligt beslutsunderlag för kommunikationsinsatser, tydlig ambitionsnivå och realistiska mål för kommunikationen. Det här är den andra och uppdaterade versionen av samverkansfunktionens kommunikationsstrategi.

Den uppdaterade strategin har kompletterats med ett avsnitt om hur det gemensamma i huvudsak digitala kommunikationskonceptet Skydda antibiotikan ska användas. Konceptet är avsett att användas när myndigheterna agerar som en gemensam avsändare och har framför allt målgruppen patient, konsument eller djurägare som mottagare för kommunikationen.

Arbetet med uppdateringen och kompletteringen har gjorts genom ett samarbete mellan Folkhälsomyndigheten och Jordbruksverket. Övriga myndigheter och organisationer i samverkansfunktionen för antibiotikaresistens har bidragit med synpunkter på innehåll och upplägg under arbetets gång.

### Hur strategin ska användas

Den övergripande kommunikationsstrategin ska vara ett stöd för myndigheter och aktörer i kommunikationen om antibiotikaresistens. Strategin styr inte aktörernas kommunikationsarbete, men ska fungera som en gemensam grund att utgå ifrån.

Strategin innehåller inte någon plan med kommunikationsaktiviteter. Enskilda kommunikationsaktiviteter genomförs av de olika aktörerna var för sig eller gemensamt i olika samarbeten, som till exempel genom konceptet Skydda antibiotikan. Myndigheterna och organisationerna inom samverkansfunktionen bör sträva efter att uppfylla strategins kommunikationsmål. Där det är möjligt bör gemensamma eller samordnade kommunikationsinsatser övervägas.

Strategin innehåller en budskapsplattform med gemensamt överenskomna övergripande budskap som bör vara grunden för respektive aktörs eget kommunikationsarbete. Budskapen kan anpassas eller kompletteras med mer specifika budskap för olika områden och olika målgrupper. Det är önskvärt att varje myndighet tar fram en egen kommunikationsplan utifrån sitt uppdrag med mål och aktiviteter inom området antibiotikaresistens med denna kommunikationsstrategi som grund.

## Sammanfattning

Allt hänger ihop – antibiotikafrågan berör människa, djur och miljö. Eftersom antibiotikaresistens kan uppkomma och spridas bland människor, djur och i miljön behöver alla vara med och ta ansvar för att motverka antibiotikaresistens. Det är därför en fråga för hela samhället. Det yttersta målet är att antibiotika ska fortsätta att vara verksamt för att rädda liv.

### Strategier för att nå målet

- Samma basinformation hos alla myndigheter och organisationer.
- Kommunikation för att öka kunskap och påverka beteenden.
- Använda Skydda antibiotikan som gemensam avsändare.
- Budskap som beskriver hur målgruppen själv kan agera och varför det är viktigt.
- Ansvarsfördelning utifrån ordinarie myndighetsuppdrag.

### Budskap

I samtliga myndigheter och organisationers kommunikation ska huvudbudskapet vara: Antibiotika är till för att rädda liv.

### Viktiga åtgärder och beteenden:

- Förebygg smitta och smittspridning genom god hygien och friskvård.
- Delta i de vaccinationsprogram som erbjuds.
- Använd antibiotika bara när det behövs och på rätt sätt.
- Konsumera ansvarsfullt.
- Producera ansvarsfullt.
- Mer forskning behövs.
- Använd antibakteriella medel ansvarsfullt.

### Varför är det viktigt?

- Klok användning av antibiotika gör det möjligt att även i fortsättningen rädda liv.
- Genom att förebygga smittspridning och infektioner minskar behovet av antibiotika och även spridningen av resistenta bakterier.
- Antibiotikaresistens kan uppkomma och spridas hos människor, djur och i miljön.

### Prioriterade målgrupper

- Personal inom hälso- och sjukvård samt omsorg.
- Personal inom djurens hälso- och sjukvård.
- Personer som yrkesmässigt håller djur för till exempel livsmedelsproduktion.
- Producenter och handlare av produkter med antibakteriell funktion, livsmedel och läkemedel.
- Beslutsfattare på politisk- och tjänstemannanivå.
- Farmaceuter.
- Allmänheten som patient, som konsument och som djurägare.

### De viktigaste kanalerna

- Myndigheternas och organisationernas egna webbplatser.
- Andra kanaler hos myndigheterna och organisationerna, till exempel sociala mediekkanaler, nyhetsbrev, gemensamma seminarier och konferenser.
- Media.
- Samarbetspartners, till exempel samarbete med offentliga personer, med intresse för och kunskap om smittspridning och antibiotikaresistens, som kan användas som "ambassadörer".
- Facebook-sidan och webbplatsen Skydda antibiotikan för att nå allmänheten.

## Kommunikationsmål och ambitionsnivå

Kommunikationen ska öka samhällets kunskap om antibiotikaresistens och påverka till ett hållbart beteende. För att åstadkomma en klok användning av antibiotika och minska risken för smittspridning och förekomst av vårdrelaterade infektioner behöver målgrupperna veta vilka beteendeförändringar som behövs. Kommunikationsstrategin ska underlätta för myndigheterna och organisationerna att kommunicera till berörda målgrupper kring problemet med antibiotikaresistens, hur och när antibiotika ska användas och hur den enskilda individen själv kan bidra till att minska spridningen av resistenta bakterier. Utifrån detta resonemang finns nedanstående mål för kommunikationsarbetet.

### Externa kommunikationsmål

#### Kunskapsmål

Målgrupperna ska ha kunskap om orsakerna till antibiotikaresistens och vilka följder det kan få.

Målgrupperna ska ha kunskap om vad man själv kan göra för att motverka antibiotikaresistens.

#### Attitydmål

Målgrupperna ska ta budskapet om antibiotikaresistens på allvar.

Målgrupperna ska tycka att det är bra att antibiotika bara används när det behövs, och att det används på ett klokt sätt.

Målgrupperna ska anse att myndigheterna är opartiska, trovärdiga och bidrar med sin expertkunskap kring antibiotikafrågan.

#### Beteendemål

Kommunikationsstrategin ska bidra till att fler betar sig på ett sätt som leder till att bromsa utvecklingen av antibiotikaresistens.

## Strategiska vägval

Arbetet att uppnå de övergripande kommunikationsmålen går genom följande vägval.

- Antibiotika är till för att rädda liv.

Det här är det yttersta målet för samtliga insatser som myndigheterna och organisationerna inom samverkansfunktionen genomför i kampen mot antibiotikaresistens. Det här ska vara utgångspunkten för alla budskap och kommunikationsinsatser inom ramen för kommunikationsstrategin.

- Kommunikation för att öka kunskap och påverka beteenden.

Målet med den gemensamma kommunikationsstrategin är att öka valda målgruppers kunskaper om antibiotikaresistens. Dessutom ska kommunikationen påverka till rätt beteenden och kloka val.

- Samma basinformation hos alla myndigheter och organisationer.

Strategin berör det som är gemensamt för medlemmarna inom samverkansfunktionen. Detta innebär att alla myndigheter och organisationer ska berätta om arbetet mot antibiotikaresistens utifrån den egna rollen, ha likvärdig basinformation och länka och hänvisa till varandra. Varje myndighet och organisation arbetar dessutom utifrån sina respektive budskap, ofta nedbrutna till en mer detaljerad nivå.

- Använd Skydda antibiotikan som gemensam avsändare.

När målgruppen är allmänheten som patient, konsument eller djurägare kan webbplatsen och Facebooksidan Skydda antibiotikan användas som gemensam avsändare och kanal. Dessutom ska myndigheterna och organisationerna använda egna kommunikationskanaler och webbplatser som kanal. Att se till att informationen är lätt att förstå, tillgänglig, sökbar och relevant för målgrupperna är en del i detta.

- Ansvarsfördelning utifrån ordinarie myndighetsuppdrag.

I strategin listas ett antal viktiga målgrupper, men alla myndigheter har inte samma ansvar för kommunikationen med alla målgrupper. Det styrs av myndigheternas olika uppdrag. En stor del av arbetet mot antibiotikaresistens i Sverige bedrivs dessutom av organisationer som inte är med i samverkansfunktionen. Dessa är viktiga samarbetspartners för att vi ska nå våra kommunikationsmål.

## Målgrupper och kunskapsmål

Inför varje kommunikationsaktivitet behöver vi definiera och segmentera målgrupperna för att säkerställa att kommunikationen når rätt målgrupper samt att budskap, kanaler och aktiviteter anpassas till respektive målgrupps uppdrag, kunskap och erfarenhet. Fem grundläggande kunskapsmål gäller för samtliga målgrupper.

### Alla målgrupper

Alla målgrupper bör veta:

- Orsakerna till antibiotikaresistens, och vilka konsekvenser det kan få för både individen och samhället.
- Hur man förebygger smittspridning och infektioner.
- Vad man själv kan göra för att motverka antibiotikaresistens.
- Att risken för antibiotikaresistens ökar vid omfattande och felaktig antibiotikaanvändning.
- Att de flesta bakterier fyller viktiga funktioner.

I hela samhället behövs en hög medvetenhet om vikten av att antibiotika används klokt inom alla sektorer och att med förebyggande åtgärder minska behovet av antibiotika och spridningen av resistent bakterier. Vi måste alla hjälpas åt för att vi ska ha tillgång till verksamma antibiotika i framtiden. Även om det bara är läkare, veterinärer och tandläkare som kan ordinera och förskriva antibiotika i Sverige spelar allmänhetens kunskap och attityder till antibiotikabehandling stor roll. Därför är nedanstående målgrupper också prioriterade för kommunikationsinsatserna.

Nedan anges specifika kunskapsmål för respektive målgrupp. De myndigheter och organisationer som oftast kommunicerar med målgrupperna i sina uppdrag har huvudansvaret för att kommunikationen fungerar och att kunskapsnivån hålls på kommunikationsstrategins angivna ambitionsnivå.

### Personal inom hälso- och sjukvård samt omsorg

För alla som arbetar inom hälso- och sjukvård, samt omsorg är en central del i arbetet att smittspridning inte sker inom verksamheten och att förebygga uppkomst av vårdrelaterade infektioner. När det gäller en klok antibiotikaanvändning är läkare och tandläkare inflytelserika målgrupper eftersom de har befogenhet att skriva ut antibiotika till patienter. I Sverige behövs alltid recept för att köpa antibiotika. Sjuksköterskor har också en central roll då de exempelvis ger råd till patienter och rekommendationer om vårdbehov. För patienten är det personliga mötet med förskrivaren av central betydelse och det är viktigt att patienten litar på förskrivarens beslut och råd angående antibiotikabehandling.

### Kunskapsmål

Personal inom hälso- och sjukvård samt vård och omsorg ska ha kunskap om viktiga åtgärder och beteenden:

- Hur deras eget arbete påverkar antibiotikaresistens, smittspridning och vårdrelaterade infektioner och vara medvetna om sin roll i frågan.
- Vad man kan göra för att minska och förebygga smittspridning och vårdrelaterade infektioner.
- Att färre vårdrelaterade infektioner minskar spridningen av antibiotikaresistens och användningen av antibiotika.
- Vikten av att följa aktuella riktlinjer, basala hygienrutiner och klädregler för god vårdhygien.
- Att det spelar roll vilken antibiotika som förskrivs samt dess dosering och behandlingstid utifrån ett patientsäkerhets- och resistensperspektiv.
- Hur man följer aktuella behandlingsrekommendationer för infektioner utifrån sin yrkesroll.
- Hur man kan prata om antibiotika, resistens och förebyggande av infektioner med patienter och anhöriga utifrån sin yrkesroll.

## Farmaceuter

Farmaceuter ger råd om hantering av läkemedel till såväl vårdpersonal som till allmänheten. De utgör en viktig länk till patienten då de ser till att information om dosering och intervall samt vikten av att ta hela den ordinerade kuren når användaren.

### Kunskapsmål

Farmaceuter ska ha kunskap om viktiga åtgärder och beteenden:

- Hur deras eget arbete påverkar antibiotikaresistens och vara medveten om sin roll i frågan.
- Hur man för en dialog om antibiotikaanvändning, resistens och hantering av vardagsinfektioner med besökare på apotek.
- Övergripande kännedom om behandlingsrekommendationer för infektioner.

## Personal inom djurens hälso- och sjukvård

Veterinärer är en inflytelserik målgrupp som har befogenhet att skriva ut antibiotika till djur. För djurägaren är det personliga mötet med förskrivaren av central betydelse och det är viktigt att djurägaren litar på veterinärens beslut och råd angående antibiotikabehandling.

### Kunskapsmål

Personal inom djurens hälso- och sjukvård ska ha kunskap om viktiga åtgärder och beteenden:

- Hur deras eget arbete påverkar antibiotikaresistens och vårdrelaterade infektioner och vara medvetna om sin roll i frågan.
- Vad man kan göra för att minska spridningen av antibiotikaresistenta bakterier i sin egen verksamhet.
- Vad man kan göra för att förebygga smittspridning och vårdrelaterade infektioner.

## Personer som yrkesmässigt håller djur

I denna målgrupp ingår personer som håller djur för livsmedels- eller annan produktion, till exempel pälsproduktion, samt de som yrkesmässigt håller andra djur, till exempel stuterier. Verksamheternas branschorganisationer ingår också som en viktig målgrupp. Det krävs kunskap om orsak till och konsekvenser av antibiotikaresistens och hur den kan motverkas för att intressenterna i denna grupp ska förstå sin roll när det gäller god djurhälsa, gott smittskyddsarbete och klok antibiotikaanvändning. Det handlar om att lyfta fram det goda arbetet som bedrivs i Sverige och hur målgruppen kan bidra till att nuvarande antibiotikaresistensläge behålls.

### Kunskapsmål

Personer som yrkesmässigt håller djur ska ha kunskap om:

- Hur deras verksamhet kan påverka antibiotikaresistens och vara medvetna om sin roll i frågan.
- Vad de själva kan göra för att motverka smittspridning till, från och inom sin egen verksamhet.
- Att det är viktigt att arbeta för att förebygga sjukdomar genom till exempel goda smittskyddsrutiner, god hygien och god skötsel.

## Producenter, handelsidkare och restauratörer

Producenter, handelsidkare av till exempel livsmedel, läkemedel och produkter med antibakteriell funktion och restauratörer behöver vara medvetna om orsakerna till och konsekvenserna av antibiotikaresistens och hur den kan motverkas. De är viktiga tredjepartskommunikatörer och kravställare, exempelvis när det gäller god djurhälsa, gott smittskyddsarbete och klok antibiotikaanvändning.



### Kunskapsmål

Producenter, handelsidkare och restauratörer ska ha kunskap om:

- Hur deras eget arbete påverkar antibiotikaresistens och vara medvetna om sin roll i frågan.
- Att om man köper livsmedelsråvaror från producenter som har god djurhälsa, gott smittskyddsarbete och klok antibiotikaanvändning bidrar man till att motverka spridning av resistenta bakterier i samhället.
- Att i Sverige är antibiotikaförbrukningen till livsmedelsproducerande djur låg jämfört med många andra länder.
- Hur de kan ta ett eget miljöansvar utifrån antibiotikafrågan.

### Forskare och innovatörer

Målgruppen är bred och finns inom så kallad life science, livsmedels- och livsmedelsteknisk industri, klinisk forskning, veterinärmedicin, samhällsvetenskaplig forskning och så vidare. Forskare och innovatörer inom läkemedelsindustri har möjlighet att utveckla kunskap om dagens och framtidens läkemedel. De är väl medvetna om vilken potentiell nytta nya typer av antibiotika har. För att läkemedel inte ska ge upphov till mer utbredd resistens krävs också miljö- och veterinärmedicinsk, liksom beteendevetenskaplig forskning. Inom den akademiska forskningen är numer en del forskningsmedel öronmärkta av regeringen för forskning kring antibiotikaresistens. Det finns också en europeisk strategi om forskning kring antibiotikaresistens som är framtagen av representanter från ett 20-tal länder.

### Kunskapsmål

Forskare och innovatörer ska ha kunskap om:

- Hur deras eget arbete påverkar antibiotikaresistens och vara medvetna om sin roll i frågan.

### Beslutsfattare

Beslutsfattare lokalt, regionalt och nationellt är en viktig grupp. Deras beslut kan bidra till en positiv utveckling under förutsättning att de har tillräcklig förståelse för antibiotikafrågan. Beslutsfattare finns både på politisk nivå och på tjänstemannanivå.

### Kunskapsmål

Beslutsfattare ska ha kunskap om:

- Hur deras eget arbete påverkar antibiotikaresistens och vårdrelaterade infektioner och vara medvetna om sin roll i frågan.
- Att anställda inom vård och omsorg samt djursjukvård påverkar individens agerande.
- Hur man inom vård och omsorg samt djursjukvård och djurhållning kan förebygga infektioner, minska smittspridning och därmed minska behovet av antibiotika.
- Att om man köper livsmedelsråvaror från producenter som har god djurhälsa, gott smittskyddsarbete och klok antibiotikaanvändning bidrar man till att motverka spridning av resistenta bakterier i samhället.
- Att i Sverige är antibiotikaförbrukningen till livsmedelsproducerande djur låg jämfört med många andra länder.

### Allmänheten

Kommunikationskonceptet Skydda antibiotikan används när myndigheterna och organisationerna kommunicerar gemensamt till målgruppen "allmänhet". Det gäller framför allt när målgruppen är patient, konsument eller djurägare. Riktlinjer för den kommunikationen finns under rubriken [konceptet Skydda antibiotikan](#).

De myndigheter och organisationer som inte kommunicerar direkt med allmänheten kan kommunicera via andra intressenter. Inom vård och omsorg är kommuner och regioner, samt organisationer inom dem såsom Stramagrupper och 1177 Vårdguiden ofta viktiga vägar för att nå allmänheten. Även frivilligorganisationer, fackföreningar, intresseorganisationer, apotek och handeln spelar en betydande roll och kan vara viktiga vidareförmedlare. Inom djurhållning, djurens hälso- och sjukvård och livsmedelssektorn är länsstyrelser och kommuner, veterinärer i olika roller, rådgivningsföretag och branschorganisationer viktiga vidareförmedlare.

Som patient

Patienter, vårdnadshavare och anhöriga kan ibland ha förväntningar på en antibiotikabehandling. Men ju mer kunskap, desto lättare blir det att acceptera de fall då läkaren bedömer att antibiotika inte behövs. Det ska vara självklart för patienten att vända sig till sjukvården eller apotek istället för att självmedicinera med antibiotika, till exempel med antibiotika som köpts olagligt via internet. Patienter bör också ha kunskap om smittspridning generellt och att resistenta bakterier kan spridas i vårdmiljöer. De bör också ha kunskap om att god handhygien är viktigt för att skydda sig själv och andra från smitta och att omfattningen av resistensproblemet varierar i olika länders sjukvård.

Inom ramen för Skydda antibiotikan görs insatser för att hjälpa patienten, konsumenten och djurägaren att göra kloka val. Läs mer om arbetet med Skydda antibiotikan i kapitlet [konceptet Skydda antibiotikan](#).

Kunskapsmål

Patienter ska ha kunskap om att

- det är bättre att förebygga sjukdomar än att behandla
- antibiotika inte alltid gör nytta
- bedömningen av om antibiotika behövs ska göras av en läkare
- de flesta bakterier fyller viktiga funktioner
- omfattningen av resistensproblemet varierar i olika länder och deras sjukvård.

Vad man själv kan göra, nämligen:

- Stanna hemma när man är sjuk – visa hänsyn till andra.
- Tvätta händerna.
- Hosta och nys i armvecket.
- Städa och håll rent (men inte med antibakteriella produkter).
- Skaffa sig kunskap till exempel via 1177 Vårdguiden.
- Prata med sin läkare om när antibiotika gör nytta.
- Bara använda antibiotika som man fått utskrivna efter kontakt med vården
- Vaccinera sig enligt de vaccinationsprogram som erbjuds.
- Lämna in överbliven antibiotika till apoteket.

## Som konsument

Konsumenter kan indirekt motverka att resistenta bakterier sprids till exempel genom att köpa kött, fisk, mjölk och ägg från djur som kommer från produktionsformer som har en klok antibiotikaanvändning eller produkter som inte innehåller eller är behandlad med antibakteriella medel. Om konsumenterna vet detta har de också möjlighet att välja bort sådana produkter. Konsumenterna kan också påverka spridningen om de är medvetna om betydelsen av hygien, till exempel när de hanterar mat.

### Kunskapsmål

Konsumenter ska ha kunskap om följande:

- Det räcker med att tvätta sig med vanlig tvål och vatten. Tvätta kläder och städa med vanliga rengöringsmedel för att det ska bli rent. Antibakteriella medel behövs inte.
- Om man köper kött, fisk, mjölk och ägg från producenter som har god skötsel, bra smittskydd och klok antibiotikaanvändning bidrar man till att motverka spridning av resistenta bakterier i samhället.
- Genom god livsmedelshygien kan man undvika att sprida och få i sig oönskade mikroorganismer inklusive resistenta bakterier via maten.
- Om man köper antibakteriellt behandlade produkter riskerar man att bidra till utvecklingen av resistenta bakterier.
- I Sverige är antibiotikaförbrukningen till livsmedelsproducerande djur låg jämfört med många andra länder.

Inom ramen för Skydda antibiotikan görs insatser för att hjälpa patienten, konsumenten och djurägaren att göra kloka val. Läs mer om arbetet med Skydda antibiotikan i kapitlet [konceptet Skydda antibiotikan](#).

## Som djurägare

Djurägare kan ibland ha förväntningar på en antibiotikabehandling. Men ju mer kunskap, desto lättare blir det att acceptera de fall då veterinären bedömer att antibiotika inte behövs. Det ska vara självklart för djurägaren att vända sig till veterinär vid symtom hos djuret istället för att självmedicinera sitt djur, till exempel med antibiotika som köpts olagligt via internet. Djurägare bör ha kunskap om att antibiotikaresistenta bakterier och andra mikroorganismer kan spridas i vårdmiljöer och att smittskyddsåtgärder är extra viktigt för att skydda sitt eget och andras djur från smitta. Djurägare bör även känna till att omfattningen av resistensproblemet varierar i olika länders djursjukvård.

### Kunskapsmål

Djurägare ska ha kunskap om att

- det är bättre att förebygga sjukdomar än att behandla
- antibiotika inte alltid gör nytta
- bedömningen av om antibiotika behövs ska göras av en veterinär
- lämna in överbliven antibiotika till apoteket
- god handhygien minskar risken för spridning av mikroorganismer inklusive resistenta bakterier mellan människor och djur samt att ett gott smittskydd minskar risken för spridning mellan djur
- omfattningen av resistensproblemet varierar i olika länders djursjukvård.

Inom ramen för Skydda antibiotikan görs insatser för att hjälpa patienten, konsumenten och djurägaren att göra kloka val. Läs mer om arbetet med Skydda antibiotikan i kapitlet [konceptet Skydda antibiotikan](#).

## Budskap

Huvudbudskapet ska användas som grund i all kommunikation och till detta kan man lägga stödbudskap, både de gemensamma som används här och egna, mer anpassade efter målgrupp och avsändare/myndighet.

De stödjande budskapen är mer specifika och mer inriktade på olika målgrupper än vad huvudbudskapet är. Budskapen behöver inte formuleras ordagrant som de redovisas här nedan, det viktiga är andemeningen.



### Huvudbudskap

- Antibiotika är till för att rädda liv.

Budskapet att antibiotika är till för att rädda liv signalerar vikten av att använda antibiotika klokt. I slutändan, hur man än vänder och vrider på det – ditt liv. När du en dag behöver antibiotika är du beroende av hur andra människor använt eller inte använt antibiotika.

### Stödbudskap

- Allt hänger ihop – antibiotikafrågan har att göra med människa, djur och miljö.

På engelska används uttrycket *One Health*, ett uttryck som innefattar människors hälsa, djurs hälsa, miljö, jordbruk och livsmedelssäkerhet. I Sverige brukar man prata om människa, djur och miljö. Eftersom allt hänger ihop behöver alla vara med och ta ansvar för att antibiotikaresistens inte ska uppkomma och spridas och det är därför en fråga för hela samhället.

- Klok användning av antibiotika gör det möjligt att även i fortsättningen rädda liv.

Budskapet handlar om att onödig eller felaktig användning kan leda till att antibiotika förlorar sin verkningskraft. Används antibiotika oförsiktigt riskerar vi att stå utan läkemedel som hjälper mot allvarliga sjukdomar.

- Värna kroppens nyttiga bakterier.

Alla individer bär på bakterier. Exempelvis bär en vuxen människa på 1,5–2 kilo bakterier varav de flesta är nyttiga. Majoriteten finns i mag- och tarmkanalen. De har många funktioner, bland annat att bryta ner olika ämnen som kolhydrater, men också att skapa en ogynnsam miljö för sjukdomsframkallande bakterier som vi får i oss. Under en antibiotikabehandling dödas inte bara de bakterier som orsakar infektionen utan även många av de nyttiga bakterierna som finns i tarmkanalen. De som alltså arbetar för att på ett naturligt sätt förhindra infektioner. Det är en viktig orsak till att onödig antibiotikabehandling ska undvikas.

- Förebygg smittspridning genom god hygien.

Budskapet täcker både det förebyggande arbetet mot infektioner och arbetet med att hindra uppkommen resistens från att sprida sig. Budskapet täcker många områden: personlig handhygien, livsmedelshygien, människors och djurs hälsa och vårdhygien. Inom vissa områden finns redan en tydlig lagstiftning. I till exempel hälso- och sjukvårdslagen och tandvårdslagen finns ett uttalat krav på att vården ska vara av god hygienisk standard. Det finns även lagstiftning med krav på vårdhygien inom veterinärmedicinsk vård.

- Genom att förebygga vårdrelaterade infektioner bidrar man till att skydda antibiotikan.

Vårdrelaterade infektioner uppkommer och sprids i samband med vård, undersökning eller behandling inom vård och omsorg och är några av de vanligaste vårdskadorna. Detta leder till onödig antibiotikaanvändning. Vårdrelaterade infektioner innebär ett stort lidande för många personer och en stor kostnad för samhället. Cirka tio procent av alla patienter som vårdas på sjukhus drabbas av en vårdrelaterad infektion. Dessa är dessutom ofta orsakade av antibiotikaresistenta bakterier. Arbetet med att förebygga vårdrelaterade infektioner är en viktig patientsäkerhetsfråga. Även inom djursjukvården är det viktigt att förebygga vårdrelaterade infektioner.

- Användning av antibakteriella ämnen kan bidra till resistens.

Detta budskap omfattar det förebyggande arbetet. Det finns farhågor om att antibakteriella ämnen kan bidra till antibiotikaresistens. Eftersom antibakteriella ämnen kan användas för att förhindra spridning av redan resistenta bakterier, är det viktigt att undvika att det även utvecklas resistens mot antibakteriella ämnen. Om antibakteriella ämnen används felaktigt eller i onödan finns det risk att bakterier utvecklar resistens även mot dessa. Därför bör man undvika onödig användning av antibakteriella ämnen i till exempel kläder, vitvaror och hygienartiklar för att förhindra bakterietillväxt och dålig lukt. Det kan dock vara nödvändigt att använda antibakteriella ämnen för att till exempel göra rent händer vid smitta eller tvätta ytor i vård och omsorg.

- Agera medvetet i vardagen.

Användning av antibiotika varierar mycket mellan länder och mellan olika typer av djurhållning. Om man som producent, handelsidkare, grossist, upphandlare och konsument väljer kött, fisk, mjölk och ägg från producenter som har god skötsel, bra smittskydd och klok antibiotikaanvändning, bidrar man till att indirekt motverka spridningen av antibiotikaresistenta bakterier i samhället. I Sverige är antibiotikaförbrukningen till livsmedelsproducerande djur låg jämfört med många andra länder.

Genom god personlig handhygien, god hygien i köket och korrekt tillagning av maten går det också att motverka spridningen av oönskade mikroorganismer, inklusive antibiotikaresistenta bakterier.

Genom att stanna hemma när man är sjuk och att ta de vaccinationer som erbjuds minskar risken för att smitta andra och att själv bli sjuk.

- Producera ansvarsfullt.

Målgruppen producenter omfattar läkemedelsföretag, livsmedelsproducenter, handel, restauranger och tillverkare av antibakteriella textilier. En bred grupp där många omgärdas av ett långtgående befintligt regelverk. Uppmaningen att producera ansvarsfullt rymmer en öppning till att få förklara varför. När det gäller djurhållning är bra skötsel och ett gott smittskydd viktiga faktorer för att förebygga sjukdom och därmed undvika antibiotikaanvändning.

- Antibiotikaresistens kan uppkomma och spridas i miljön.

Utsläpp av antibiotika och antibakteriella ämnen i miljön gynnar troligen uppkomsten av resistent bakterier. Sannolikheten är större när olika typer av bakterier ansamlas och kontinuerligt utsätts för antibiotika och antibakteriella ämnen, till exempel i vattenmiljöer.

Om vi minskar användningen och utsläppen av antibiotika och antibakteriella ämnen (inklusive vissa metaller) i miljön så minskar risken för att dessa ansamlas där bakterier kan förvärva och överföra resistensgener.

- Mer forskning behövs.

Även ett ansvarsfullt användande av antibiotika skapar och driver resistens. Multiresistenta bakteriestammar kommer att bli ett hälsoproblem i land efter land, hur varsamt vi än använder antibiotika. Därför kommer vi inte runt att forskningsframsteg inom antibiotikaresistens, inklusive framtagande av nya antibiotika, är helt avgörande för att vi långsiktigt ska kunna behålla vårt samhälles nuvarande möjlighet att behandla och förebygga bakterieinfektioner.

#### Kommunikation i EU och internationellt

Många myndigheter och organisationer i samverkansfunktionen är aktiva inom EU och i olika internationella insatser mot antibiotikaresistens genom samarbete med bland annat WHO (World Health Organization) och FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), OIE (World Organisation of Animal Health). En del i arbetet innebär att sprida kunskap och erfarenheter från det svenska arbetet mot antibiotikaresistens. Vårt nuvarande förhållandevis gynnsamma resistensläge och låga antibiotikaanvändning bland både djur och människor beror delvis på våra tidiga insatser och strukturerade arbete.

Arbetet i Sverige beskrivs som:

- Long-term with political support.
- Consensus and cooperation, within and between sectors, locally, regionally and nationally.
- Legislative support.
- Disease prevention. Healthy people and animals do not need antibiotics.
- Transparent and reliable data for action and follow-up.
- Active involvement in international efforts.

# Tonalitet och bildspråk

## Signalord

Det finns ett antal ord vars betydelse bör genomsyra budskapen:

- ansvar
- medvetenhet
- trygghet
- respekt för antibiotika som potent läkemedel
- globalt – detta är inte bara en svensk fråga utan en fråga som avgörs på global nivå.

Budskapen om problem och lösningar blir effektiva om de bryts ned till en personlig nivå där man beskriver varför detta är viktigt för individen.

I budskapen är det också viktigt att alltid tala om de huvudspår som finns för att komma till rätta med antibiotikaresistens (att förebygga, att minska felaktig användning/förskrivning och att hindra uppkommen resistens från att sprida sig).

## Visuella budskap

Kommunikation handlar inte bara om text och formuleringar, utan också om vilket bildspråk och vilka bildval som görs. Några enkla regler att ha med sig i kommunikationsarbetet:

Lyft fram:

- förebyggande situationer
- vårdpersonal (både för människor och djur) med rätt klädkod
- förhållanden och situationer som målgrupperna kan känna igen sig i
- autentiska djurmiljöer och sunda djur, vårdhygien kring djurhållning
- handfat, handtvätt
- handsprit (där det är viktigt).

Undvik:

- bakterier som odjur eller monster
- felaktig livsmedelshandtering, till exempel skärbrädor där rått kött blandas med vegetabilier eller tillagat kött
- vårdpersonal (både för människor och djur) med smycken, piercing, långa naglar
- vårdpersonal (både för människor och djur) med privata kläder, långärmat
- förskönad bild av djurhållningens miljö
- raser som är hårt avlade med egenskaper som får negativa konsekvenser för djurens hälsa
- enskilda produktnamn.

## Kanalval

Vilken kanal som fungerar bäst för sprida kommunikationen varierar stort, och beror på budskap, målgrupp och vilka mål som ska uppnås. Ofta är det effektivt att kombinera flera kanaler.

Nedanstående tre perspektiv på kommunikationen ska alltid finnas med när myndigheters kommunikationsinsatser planeras:

- styrd kommunikation, alltså vårt budskap
- operativ kommunikation, vem som ska säga det och hur
- tredjepartskommunikation, hur vi får andra aktörer att förmedla det vi önskar.

### Egna webbplatser och sociala kanaler

Myndigheternas och organisationernas egna webbplatser och sociala kanaler ska kommunicera de budskap som anges i strategin och erbjuda mer information till den som vill veta mer. Det ska vara enkelt att få en korrekt och balanserad bild av läget, vad myndigheter och organisationer gör och vad man kan göra själv.

Använd gärna #skyddaantibiotikan #antibiotikaresistens #antibiotika där det är möjligt och relevant, och länka till Skydda antibiotikan och andra myndigheternas och organisationernas sidor om antibiotikaresistens.

### Skydda antibiotikan

Skydda antibiotikan är en gemensam avsändare i främst digitala kanaler, läs mer under rubriken konceptet Skydda antibiotikan.

### Kompletterande kanaler

Varje myndighet och organisation bör kartlägga och använda de kanaler som är effektiva för att nå respektive målgrupp, till exempel nyhetsbrev, gemensamma seminarier, konferenser och andra plattformar för att påverka. För att utnyttja möjligheter som uppstår i omvärlden bör myndigheterna och organisationerna kombinera det långsiktiga arbetet med situationsanpassade insatser.



## Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering är viktigt för kommunikationsarbetet av flera skäl. Det ger kunskap om vad som fungerar bra och mindre bra och argument och beslutsunderlag för kommande insatser och investeringar. Nedan finns exempel på variabler för uppföljning.

### Engagemang

- Hur många myndigheter och organisationer använder strategin?
- På vilket/vilka sätt används strategin?
- Hur många myndigheter och organisationer har tagit fram egna kommunikationsaktiviteter baserat på strategin?

Även samarbetet mellan medlemmarna inom samverkansfunktionen kan följas upp:

- Har kommunikationsarbetet utvecklats och förbättrats tack vare samarbetet och den gemensamma strategin? Varför/varför inte?
- Vilka gemensamma kommunikationsaktiviteter har blivit resultatet?

### Utvärdera kommunikationsinsatser

När myndigheterna och organisationerna genomför kommunikationsinsatser kan effekterna av dem utvärderas på flera olika sätt. Nedan är exempel på utvärderingar.

### Kunskap, attityder och beteende

För att mäta effekterna av kommunikationsinsatser behöver man ta reda på hur målgruppernas kunskap, attityder eller beteende har påverkats av kommunikationsinsatsen. För att kunna göra det behöver man mäta både före och efter. Det finns kvantitativa metoder som enkäter och statistik och kvalitativa metoder som djupintervjuer, gruppintervjuer, fokusgruppsdiskussioner och olika former av observationer.

### Statistik på webbplatser och i sociala medier

Statistik för relevanta målsidor på myndigheternas webbplatser och sociala medier:

- antal besökare
- antal delningar
- engagemang i kommentarsfält
- spenderad tid
- antal länknings till sidan/inlägget
- antal nedladdningar av material
- sökord och fraser som besökarna har använt, till exempel "köpa antibiotika utan recept" som underlag för eventuellt kommande aktivitet.

### Vidareförmedlares aktiviteter

- Hur många har information på egna sajter?
- Hur många sprider vår information vidare?

## Konceptet Skydda antibiotikan

Skydda antibiotikan är samverkansfunktionens gemensamma kommunikationssatsning och det övergripande målet är att på olika sätt synliggöra och uppmärksamma antibiotikaresistens. Konceptet vänder sig till allmänheten.

Insatserna omfattar bland annat webbplatsen skyddaantibiotikan.se, Facebookkontot Skydda antibiotikan, infografik och olika insatser från de deltagande samverkansorganisationerna. Kommunikationskonceptet Skydda antibiotikan har funnits sedan 2015.

I denna kommunikationsstrategi sätter vi ramarna för de gemensamma aktiviteterna i konceptet Skydda antibiotikan och den fungerar som en grund att utgå ifrån när vardera part planerar och genomför egna aktiviteter.

Skydda antibiotikan har fått ett eget kapitel i kommunikationsstrategin för att tydliggöra syftet med konceptet och hur vi ska använda det. Kommunikationsmålen med insatserna inom Skydda antibiotikan skiljer sig till viss del från övriga strategins kommunikationsmål.

### Målet med Skydda antibiotikan

Kommunikationsinsatserna inom konceptet Skydda antibiotikan ska

- förstärka beteendet hos de individer och grupper som agerar på ett sätt som bidrar till att bromsa utvecklingen av antibiotikaresistens
- förändra beteendet hos de grupper som inte gör det.

Vi vill att Skydda antibiotikan ska

- ge en riktning för kommunikationen till allmänheten
- fungera som avsändare i kommunikationen med allmänheten men även i samverkanskommunikation till andra målgrupper
- ge fakta till den som är nyfiken och vill veta mer
- aktivera frågan hos allmänheten genom kommunikationsaktiviteter
- ge kraft åt egna aktiviteter hos de medverkande aktörerna.

Kommunikationsstrategin för Skydda antibiotikan vilar på tre delar: kunskap, beteendeförändring genom att knuffa någon i rätt riktning, en form av nudging, och alternativ handling vid tvivel.

### Kunskap

Vi erbjuder kunskap om vad antibiotikaresistens är och vad man kan göra för att undvika att bidra till denna. Denna kommunikation vänder sig till dem som är faktaintresserade och vill veta mer om bakgrunden.

Beteendeförändring genom konkreta, handlingsinriktade och positiva budskap

Vi använder konkreta, handlingsinriktade och positiva budskap för att adressera beteendet, i motsats till kunskapen om problemet och lösningen. Det innebär att vi tonar ner budskap om hur antibiotikaresistens uppstår och varför den är ett problem i den kommunikation till allmänheten som handlar om att påverka beteende. Istället kommunicerar vi med enkla budskap där det handlar om att erbjuda ett enkelt val i vardagen. Denna kommunikation vänder sig till alla målgrupper inom allmänheten.

Erbjuda alternativ handling

För den som agerar på ett sätt som inte stämmer överens med rådande rekommendationer eller som tvivlar över sitt val erbjuder vi aktiva budskap som ger ett alternativ som stämmer bättre överens med rekommendationer.

Påverka beteenden med kommunikation

Nya teorier inom beteendeforskningen visar att vi kan hjälpa människor att fatta beslut som är bättre både för dem själva och för samhället. Det passar bra när beslutet

- är komplext
- har en fördröjd effekt
- är svårt att koppla till konsekvensen
- inte har en tydlig återkoppling
- inte fattas så ofta.

Det betyder det att:

- Kommunikationen ska stärka rätt beteende utan att peka finger åt fel beteende.
- Vi använder annat än inte-budskap.
- Kommunikationen ska ge mandat till rätt beteende.
- Vi påminner i närheten av den situation vi vill påverka.
- Kommunikativa händelser ska knuffa ett beteende i rätt riktning.
- Vi använder oss av "triggers" för att människor ska fatta rätt beslut.
- Vi trycker på att en kortsiktig förlust kan vägas upp av en belöning.

Prioriterade och nedbrutna målgrupper för Skydda antibiotikan

Kommunikationen inom Skydda antibiotikan riktar sig i huvudsak till allmänheten. Denna målgrupp kan delas upp i till exempel patient, konsument och djurägare. Dessa kan i sin tur vara i olika situationer vilket påverkar kommunikationen. Exempel på olika situationer kan vara:

- Patienter som för närvarande får behandling.
- Djurägare till djur som är i behov av vård.
- Friska människor som vill undvika att bli sjuka.
- Djurägare som vill hålla sina djur friska.
- Vårdnadshavare.
- Konsumenter som vill ha stöd i sina beslut i mataffären.
- Människor som är eller ska resa utomlands.

Det finns även ett antal sekundära målgrupper eller vidareförmedlare för konceptet:

- vuxna barn till äldre föräldrar
- journalister
- föreningar, organisationer och företag som har kontakt med patienter, konsumenter och djurägare
- professionen inom humansjukvård, djursjukvård och miljö samt inom skolan
- forskare

Här möter vi målgrupperna med våra budskap

Huvudkanal för kommunikationsaktiviteterna inom Skydda antibiotikan är sidan på Facebook. Här kan vi möta målgrupperna och fånga deras intresse i stunden. Vi vill nå målgrupperna i livets alla stunder, inte bara i en aktiv roll där de är på väg att fatta ett beslut om att ta antibiotika, själv eller till en närstående eller ett husdjur.

Sociala kanaler är till för att skapa engagemang, och ställer krav på just engagemang och dialog från den som publicerar.

- Vi gör hellre många små och avgränsade kampanjer än stora och heltäckande.
- För att undvika att "tjata" på målgrupperna men ändå konstant påminna, utgår vi från olika teman för kampanjerna till exempel handtvätt, hosta rätt, vaccinera djur, resor, förebygga sjukdom hos människor och djur, konsumentbeteende och stanna hemma när du är sjuk.
- Vi kompletterar organiska inlägg, det vill säga osponsrade, med sponsrade inlägg och köpta sökord.
- Vi finns där målgruppen finns och söker upp dem aktivt via sponsrade inlägg.
- Vi använder budskap som är enkla att ta till sig och agera på.
- Vi planerar kampanjer utifrån tidigare erfarenheter men agerar även på händelser i omvärlden när vi har möjlighet.
- Vi använder kampanjinsatser som bygger på offentligt-digitalt ställningstagande till exempel "klart jag vill Skydda antibiotikan – jag klickar i mitt stöd här".
- Målet är beteendeförändring, inte kommunikationshandlingar, därför är vidareklick till skyddaantibiotikan.se bara ett av måtten på framgång.

Skyddaantibiotikan.se är en kunskapsbank. Nyfikna läsare som vill veta mer kommer att hänvisas till information på webbplatsen. För att vi ska lyckas med beteendeförändring kan vi behöva använda andra kanaler som ett komplement till sociala medier. Vilka kanaler som är mest effektiva beror på tema, målgrupp och vilken förändring vi vill uppnå.

Beteenden vi vill stärka

Primära beteenden som vi vill stärka:

- Använd bara antibiotika när det behövs och på rätt sätt.
- Smitta inte andra.
  - Om du blir sjuk, stanna hemma och ta hand om dig.
  - Om ditt djur blir sjukt, håll det hemma.
  - Tvätta händerna. (Vid varje kommunikation specificerar vi när handtvätten ska ske).
  - Hosta i armvecket.
- Håll dig frisk.
  - Tvätta händerna. (Vid varje kommunikation specificerar vi när handtvätten ska ske).
  - Motionera.
  - Vaccinera dig, ditt barn och ditt djur.
  - Ät hälsosamt.
  - Ha en god livsmedelshygien när du tillagar och hanterar mat.
  - Se över ditt vaccinationsskydd om du ska resa utomlands, var noga med hygien i samband med matlagning och måltider utomlands.
- Lämna in överblivna läkemedel, som antibiotika, till ett apotek.
- Följ råden från din läkare eller veterinär.
- Välj livsmedel från producenter med en bra djurskötsel, ett gott smittskydd och klok användning av antibiotika.
- Använd bara antibiotika som du fått utskrivna efter kontakt med vården eller veterinären. Det gäller både i Sverige och utomlands.
- Ta antibiotikakuren för att bota det du fått den utskrivna för.

## Nudgingbudskap

Vi tonar ned kollektiva och kunskapsinriktade budskap till exempel ”fel antibiotikaanvändning hotar världen” till förmån för individuellt inriktade, triggnande budskap. Vi tar fram anpassade nudgingbudskap till respektive tema och kommunikationsinsats.

Vi väljer att tona ned budskap om att Sverige internationellt sett har en låg förbrukning och användning av antibiotika till människor eftersom det riskerar att motverka rätt beteende.

Detta är exempel på nudgingbudskap:

- Ruggigt och grått, alla hostar runt dig. Vad gör du? Du tvättar händerna, så klart!
- Så här hostar du rätt – det är enkelt! Hjälpt ditt barn att lära sig rutinen.
- Hälsosam hund? En hund som har bra kondis och får rätt foder har större chans att hålla sig frisk!
- Fullt i badrumsskåpet? På tisdag är det dags att rensa förråden och lämna tillbaka gamla läkemedel till apoteket.
- Om du känner dig hängig och sjuk, stanna hemma! Välj värme-vätska-vila eller varför inte filt-film-fika. Det är okej att vara sjuk ibland.
- Om du tror att ditt djur kan behöva antibiotika, prata med din veterinär.
- Vaccinera dina djur – det skyddar djuret mot flera allvarliga sjukdomar.
- Dags för tacokväll? Välj livsmedel från producenter som använder antibiotika på ett klokt sätt.

## Kunskapsbudskap

På skyddaantibiotikan.se utgår vi från följande budskap som bygger på problemet, lösningen, det här kan du göra och det här gör vi:

- Antibiotika räddar liv varje sekund. Det är ett av våra viktigaste läkemedel, och det vill vi att det ska fortsätta vara.
- Antibiotikans kraft är hotad. Felaktig användning av antibiotika har fått resistenta bakterier att spridas snabbt i världen. När antibiotika används i onödan eller på fel sätt kan de bakterier som gör oss sjuka bli resistenta mot antibiotika.
- Om vi inte agerar kan antibiotika förlora sin kraft som läkemedel. Då kan lunginflammation eller skador som ett skärsår bli allvarliga hot mot hälsan och i värsta fall leda till döden.
- Vår moderna, avancerade sjukvård är beroende av fungerande antibiotika i samband med exempelvis operationer, intensivvård och cellgiftsbehandlingar. Även sjuka djur behöver ibland antibiotika för att kunna botas eller överleva.
- Alla kan bidra till att skydda antibiotikan. Varje litet steg räknas, varje insats är värdefull och nödvändig för att bromsa utvecklingen.
- Genom kloka val i din vardag kan du bidra till att motverka spridningen av antibiotikaresistenta bakterier.
- Med god hand- och livsmedelshygien kan du minska risken för smittspridning och därmed användningen av antibiotika.
- Sverige har en låg användning av antibiotika till livsmedelsproducerande djur jämfört med många andra länder. Vi har en stor medvetenhet hos våra lantbrukare, tuffa regler och friska djur.

## Budskap som erbjuder en alternativ handling

Exempel på budskap som erbjuder alternativ handling:

- Gamla piller i badrumsskåpet? Lämna in dem till apoteket, och kontakta vård/veterinär som vet om antibiotika funkar i ditt fall.
- Att köpa antibiotika utan recept är olagligt. Läs vad du kan göra istället.

## Utvärdering och uppföljning

Eftersom det är svårt att utvärdera beteendeförändringar gör vi mätningar i liten skala när vi anser att det är möjligt.

Exempel på statistik för webbplatsen Skydda antibiotikan och sociala kanaler:

- antal besökare
- hur besökare hittar webbplatsen
- antal delningar
- engagemang i kommentarsfält
- spenderad tid
- antal länknings till sidan/inlägget
- antal nedladdningar av material.