

# Presse – Stopsprit 2015-2016



## Nordjysk spritkampagne går viralt – igen

**Komikeren Daniel Hoff er fanebærer på ny anti-spritkampagne fra Nordjylland, der gentager sin virale succes fra sidste år. Take-over trafik kampagnen er den første af sin slags i Danmark.**

Over 1,8 millioner videovisninger er det blevet til siden komikeren Daniel Hoff den 30. juni overtog Facebooksiden "Spritkørsel – Helt Ærligt". Bag kampagnen står 11 nordjyske kommuner med reklamebureauet SHRPA, der for andet år i træk tyr til særlige midler for at kommunikere til de unge.

I år tager kampagnen udgangspunkt i karakteren "Jyden", der er et kendt fænomen fra de sociale medier på HoffeTV. Bag karakteren står den københavnske komiker Daniel Hoff, som startede sin karrier hos Casper Christensens Douglas Entertainment. Jyden har opbygget et univers om "alle makkere", der iscenesætter det gode kammeratskab på en ungdommelig og sjov facon. Komikeren erkender at det har givet trafik kampagnen medvind hos de unge.

*Det har været en kæmpe fjer i hatten at lave Stop Sprit-kampagnen. Det var fedt at bruge Jyde-karakteren til et godt formål, hvor vi hev ham ud af mobilen og smed ham på gaden for at tale med de unge mennesker. Og modigt af de nordjyske kommuner at vælge et "horn" som Jyden, der er kendt for sin makker-snak, men det er rigtig godt set i forhold til målgruppen, udtaler Daniel Hoff.*

### Effektfuld take-over marketing

Kampagnens virale springbræt har været en take-over-strategi med den kendte komiker Daniel Hoff som talsperson. Definitionen på et take-over er, at et brand eller en virksomhed tillader en kendt person at overtage styringen af sit sociale medie i en tidsperiode. Store brands som Red Bull og Coca Cola har allerede benyttet sig af reklameformen på bl.a. Snapchat.

Kommunikationen foregår derefter på den kendte persons præmisser. Det appellerer bedre til målgruppen i både sprog, stil og tone. Ud over det fordelagtige samspil med målgruppen i bylivet, så kapitaliserer de nordjyske kommuner samtidig på Daniel Obenhausen Hoffes eksisterende publikum. HoffeTVs fanbase har knap 100.000 følgere, som giver anti-sprittkampagnen væsentlig større spredning på Facebook.

Som en ekstra bonus sponsorerede den online take-away kæde Just-Eat 500 gratis pizzaer til kampagnen. Under overskriften "Best-Buddy-Pizza-Time" uddeltes digitale kuponer til en gratis pizza, som de unge mænd delte dagen efter byturen. Bagtanken var, at få målgruppen til at interagere med kampagnen på Facebook og sætte pris på at komme sikkert hjem sammen.

## Træfsikre trafikcampagner

Hos de nordjyske kommuner tør man godt stå på mål for den moderne kommunale indsats, der taler i øjenhøjde med sin målgruppe. Og med god grund. Over 425.000 klik, likes, delinger og kommentarer er rullet ind på Facebook siden lanceringen af kampagnen, der stadig har et par uger at løbe på.

Facebooksiden tiltaler især unge mænd. 36 % af sidens følgere er unge mænd i alderen 18-24 år. Igennem kammeratskab går de i dialog med både hinanden og kampagnens talsperson Jyden. Kampagnen har fået national eksponering langt ud over Nordjyllands grænser, men at målgruppen forholder sig til selve kampagnebudskabet er et større succeskriterie i sig selv. Det er en succes, som glæder projektleder Jane Olesen fra Frederikshavn Kommune:

*- Det er en utrolig god følelse, at vi for andet år i træk har succes med en samlet nordjysk kampagne imod sprittkørsel. Take-over-strategien med Daniel Hoffe betyder, at vi møder målgruppen i øjenhøjde – og med budskaber der bliver både hørt og diskuteret. Det skaber dialog om sprittkørsel – og er med til at sikre god regional effekt,* udtaler projektleder Jane Olesen fra Frederikshavn Kommune.

Hos de nordjyske kommuner ved de hvor vigtigt det er, at kampagnerne henvender sig til de unge. Når det kommer til sprittulykker i trafikken udgør unge nemlig en stor del af statistikken. 9 ud af 10 sprittbilister er mænd, og hvor hver 6. sprittbilist i Nordjylland er en ung nordjysk mand.

### De kedelige facts

- 9 ud af 10 sprittbilister er mænd.
- Sprittulykker sker oftest fredag, lørdag og søndag aften eller nat.
- I perioden 2009-2013 har omkring hver 5. trafikdræbte mistet livet i en sprittulykke – dermed er alkohol stadig en af de største dræbere i trafikken.
- Nordjylland indtager en kedelig andenplads i sprittkørsel – kun overgået af Region Sjælland.
- Hver 6. sprittbilist i Nordjylland er en ung nordjysk mand.

### Pressekontakt Jane Olesen

Ingeniør og projektleder, Frederikshavn Kommune

Center for Park & Vej

Direkte: 98 45 63 92 / Mobil: 29 48 61 53

Mail [jaol@frederikshavn.dk](mailto:jaol@frederikshavn.dk)