



Fra chok til handling – vores kærlighedserklæring til almen praksis

Da regeringen midt i sommerferien sendte et nyt lovforslag i høring, gik der chokbølger gennem det almenmedicinske miljø. I FYAM vidste vi hurtigt, at vi måtte reagere. Resultatet blev kampagnen *“Kærlighedserklæring til almen praksis – eller et farvel til familielægen?”*, der var med til at sætte en dagsorden på sociale medier, i medierne og blandt politikere.

Sommeren kom – med et lovforslag

Efter et hektisk første halvår for FYAM havde vi set frem til en lidt roligere sommerperiode med tid til refleksion og et lavere gear. Men politikerne ville det anderledes, for den 1. juli landede et lovforslag i høring. I dagene efter var vi ude at forholde os til lovteksten og vores tolkning af den. Vi kommunikerer i høj grad via sociale medier, som vi også bruger som én af vores kommunikationsveje til medlemmerne. Men det går også den anden vej. Vi oplevede nemlig blandt medlemmer en stor efterspørgsel på handling. Og med regeringens timing og lovtekstens indhold, erkendte vi ret hurtigt, at der var behov for noget ekstraordinært.

Fra idé til kampagne

Over sommeren producerede vi derfor kampagnen 'Kærlighedserklæring til almen praksis – eller et farvel til familielægen'. Formålet var at gøre politikere, beslutningstagere og andre sundhedspolitiske aktører opmærksomme på den mulige konsekvens af lovforslaget. Der var kort fra idé til handling. Med hurtig opbakning fra DSAM's bestyrelse midt i sommerferien, kunne vi den 7. august lancere tre film og en slide-karrusel til de sociale medier. Vi tog udgangspunkt i, at sundhedsreformen er omtalt som en kærlighedserklæring til almen praksis. Ord og formuleringer kan som bekendt bruges strategisk – men efter at



have læst lovforslaget, stod vi tilbage med alt andet end en kærlighedserklæring og besluttede at omskrive denne fortælling.

Strategien bag kampagnen

Sammen med en dygtig grafisk designer lagde vi en digital strategi bestående af tre dele: film, infografik og en slide-karrusel. Første del bestod af tre små film med yngre almenmedicinere. Her fortæller Mimmi, Anne Sofie og Thomas om deres drømme, håb og visioner for fremtiden, og hvad der går tabt, hvis forslaget vedtages. Desuden er der mulighed for at klikke videre ind på en webside hos DSAM med mere information om kampagne og lovforslag. Anden del var infografik og fakta – med korte, letforståelige pointer om kontinuitet, rekruttering og patientperspektivet. Tredje del var en slide-karrusel med stærke, delbare budskaber, der kunne stå alene på sociale medier.

Vi kombinerede almindelige SoMe-opslag med målrettet annoncering. Meta (Instagram og Facebook) blev den primære kanal til at nå bredt ud, mens LinkedIn blev brugt til at ramme en smallere gruppe af beslutningstagere og journalister

En kampagne med gennemslagskraft

Mange hundrede tusinder mennesker har set film og karrusel. Lydbidder fra filmene er blevet brugt i politiske podcasts. Der er refereret til kampagnen i ledere og artikler i landsdækkende medier, ligesom den er nævnt i debatprogrammer på radio og TV. I dagene efter kampagnens lancering deltog FYAM i en lang række interviews i dagblade og TV- og radioprogrammer, ligesom vi modtog megen positiv respons fra kolleger og medlemmer, som vi oplever, at den også har betydet noget for.



Hvad lærte vi?

Timing er afgørende. At vi kunne reagere hurtigt, mens lovforslaget var helt aktuelt, gav et godt fundament for stor spredning. Da nyheden om lovforslaget og lægernes store bekymring endelig ramte de brede medier i medio august, var vi klar med tydelige og gennearbejdede budskaber og i fuld gang med bred positionering af FYAM's holdninger til lovforslaget, bl.a. i form af kampagnen, som allerede kørte.

Enkelhed vinder. Letlæselige formater fungerer bedre end lange tekstblokke. Derudover havde vi fokus på at skabe en visuelt lækker kampagne, som fungerer godt til at skabe blikfang på SoMe med korte film på højst 1 minut.

Personlige stemmer engagerer og kan mærkes. Medlemmer, der taler i

eget navn, skaber større troværdighed end mere anonyme organisationstekster. Det var vigtigt for os, at kampagnens medvirkende selv var HU-læger i almen medicin og menige FYAM-medlemmer.

Vi fortsætter

Arbejdet er ikke slut. Vi fortsætter med at vise, hvorfor patient-læge-relationen redder liv, og hvorfor vi som fremtidens familielæger siger nej til detailstyring af almen praksis. Vi ved nu, at det er muligt på kort tid at skabe en velfungerende kampagne med stor effekt og er glade for, at DSAM's bestyrelse troede på idéen og støttede op om projektet – vi oplever, at det har gjort en forskel i en svær tid for vores speciale og medlemmer. ●