

# Evaluering af 'Stop HPV – bliv vaccineret'

2017-2021

En pixi-rapport om indsatser og resultater af 5 års arbejde  
for at øge tilslutningen til HPV-vaccination i Danmark



**BLIV VACCINERET**



LÆGEFORENINGEN



Kræftens  
Bekæmpelse



SUNDHEDSSTYRELSEN

## Evaluering af 'Stop HPV – bliv vaccineret' 2017-2021

Udarbejdet af Kræftens Bekæmpelse v.

Julie Hedegaard Mortensen og Louise Hougaard Loft

På vegne af partnerskabet bag informationsindsatsen 'Stop HPV – bliv vaccineret'  
Sundhedsstyrelsen, Kræftens Bekæmpelse og Lægeforeningen

Denne rapport er en pixi-udgave af evalueringen af 'Stop HPV – bliv vaccineret' 2017-2021. Den fulde rapport er ikke offentliggjort. Eventuelle spørgsmål kan rettes til forfatterne.

Julie Hedegaard Mortensen, [jum@cancer.dk](mailto:jum@cancer.dk)

Louise Hougaard Loft, [lohja@cancer.dk](mailto:lohja@cancer.dk)

Marts 2022

Kræftens Bekæmpelse  
Forebyggelse og Oplysning  
Screening, symptomer og vaccination  
Strandboulevarden 49  
2100 København Ø

# Indhold

Resumé	1
Baggrund	2
Formål og målgrupper	5
Kommunikationsstrategi	6
Kommunikationsindsatser og aktiviteter	7
Resultater: Forældres adfærd, holdning og viden	13
Perspektivering	17
Referencer	18

# Resume

I maj 2017 lancerede Sundhedsstyrelsen, Kræftens Bekæmpelse og Lægeforeningen informationsindsatsen 'Stop HPV – stop livmoderhalskræft' (senere 'Stop HPV – bliv vaccineret'). Det skete for at udbrede nuanceret og evidensbaseret information om HPV-vaccination og øge vaccinationstilslutningen, som faldt markant over en periode på grund af negativ medieomtale og deraf følgende udbredt bekymring for bivirkninger blandt forældre.

## Langt flere bliver HPV-vaccineret

Siden informationsindsatsens lancering er der sket en stor stigning i antallet af piger, som hvert år bliver HPV-vaccineret fra 15.237 i 2016 til 32.786 i 2021. I 2020 var antallet helt oppe på 40.909. I december 2017 var 29 pct. af de 14-årige piger færdigvaccinerede. I december 2021 er det tal steget til 79 pct. HPV-vaccination blev indført til drenge i september 2019, og også blandt drengene er tilslutningen høj. De første drenge, der har fået tilbuddet, er nu fyldt 13 år og 75 pct. af dem var færdigvaccinerede ved udgangen af 2021.

## Forældrene er ikke længere i tvivl

I 2016 var 38 pct. af pigeforældre i tvivl om hvorvidt deres datter skulle HPV-vaccineres og i 2022 er det tal faldet til 10 pct. I 2020, lige efter tilbuddet om gratis HPV-vaccination blev udvidet til drenge, var en tredjedel af drengeforældre i tvivl om hvorvidt deres søn skulle HPV-vaccineres. I 2022 er andelen faldet til 17 pct.

## En bredspektret indsats har vendt udviklingen

Informationsindsatsen har spillet en afgørende rolle for at øge tilliden og tilslutningen til HPV-vaccination. Fundamentet for informationsindsatsen var en gennemarbejdet og gennemtestet kommunikationsstrategi med fokus på kommunikation til og dialog med tvivlende forældre. Etableringen af et stærkt partnerskab og et bredt netværk af samarbejdspartnere har sikret troværdige og enslydende budskaber med gennemslagskraft. Informationsindsatsens tilstedeværelse på sociale medier, særligt Facebook, har bidraget til at nuancere den offentlige debat og har skabt gode dialoger med tvivlende forældre, der hvor de i forvejen søgte information. Indsatsen har herved fungeret som kilde til viden før forældrenes beslutning om HPV-vaccination.

Lokale indsatser har sikret, at budskaberne er kommet bredt ud og er blevet formidlet uformelt og i øjenhøjde af Kræftens Bekæmpelses frivillige på blandt andet informationsmøder, apoteker og kvindeløb.

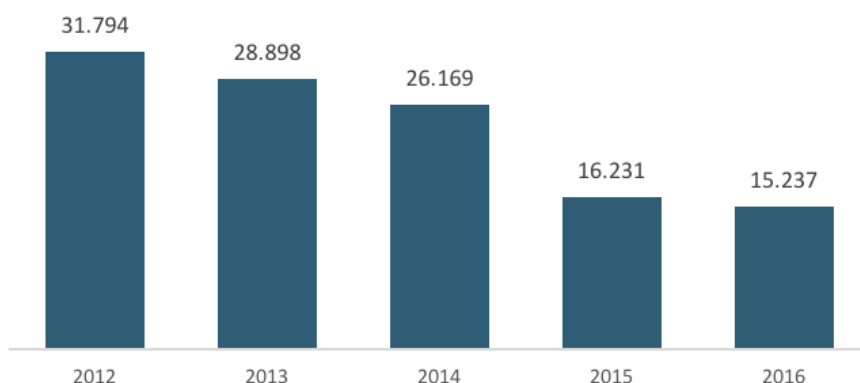
Parallelt med informationsindsatsen har nye forskningsresultater, der dokumenterer vaccins effekt og sikkerhed samt andre tiltag blandt andet vaccination på skoler, flere vaccinationspåmindelser til forældre og et mere nuanceret mediebillende også bidraget til at genoprette tilliden og øge tilslutningen til HPV-vaccination.

# Baggrund

Sundhedsstyrelsen inviterede i 2016 Kræftens Bekæmpelse og Lægeforeningen til at indgå i et partnerskab om en informationsindsats om HPV-vaccination. I maj 2017 lancerede partnerskabet informationsindsatsen 'Stop HPV – stop livmoderhalskræft'. Formålet var at genoprette tilliden til HPV-vaccination og sikre udbredelse af nuanceret og evidensbaseret information.

Tilbuddet om gratis HPV-vaccination blev indført i det danske børnevaccinationsprogram for piger i 2009, og hurtigt blev Danmark et af de lande i verden med højest tilslutning. Den høje tilslutning til HPV-vaccination faldt fra 2013, hvor flere medier bragte historier om piger, der mente, at de var blevet syge af vaccinen.

**Figur 1** Antal piger, der påbegyndte HPV-vaccination i 2012-2016



## Forældre blev i tvivl om HPV-vaccination

Undersøgelser forud for informationsindsatsens lancering understregede, at forældre var kommet i tvivl om, hvorvidt de ville lade deres døtre HPV-vaccinere. Undersøgelserne viste også, at forældre primært fik deres viden om HPV-vaccination fra medierne, herunder sociale medier. Forældrene efterspurgte mere fakta om HPV-vaccination samt en tydeligere anbefaling af HPV-vaccination fra sundhedsmyndighederne og Kræftens Bekæmpelse. Indsigter fra undersøgelserne blev brugt til at udvikle strategien for informationsindsatsen.

## Netværk af sundhedsfaglige organisationer

Partnerskabet mellem Sundhedsstyrelsen, Kræftens Bekæmpelse og Lægeforeningen blev suppleret af et bredt netværk af sundhedsfaglige samarbejdspartnere, der indgik i arbejdet med informationsindsatsen. Netværket bidrog til at skabe troværdighed og gennemslagskraft og udbredte indsatsens budskaber til forældre og fagpersoner via egne kanaler. Netværket har desuden bidraget til strategi og udvikling af indsatsen blandt andet ved møder i Sundhedsstyrelsen samt udarbejdelse af indsatsens materialer. Patientorganisationerne har haft en uvurderlig betydning, fordi deres netværk af kvinder og mænd har fortalt åbent om deres sygdomshistorier.

**Figur 2** Netværket

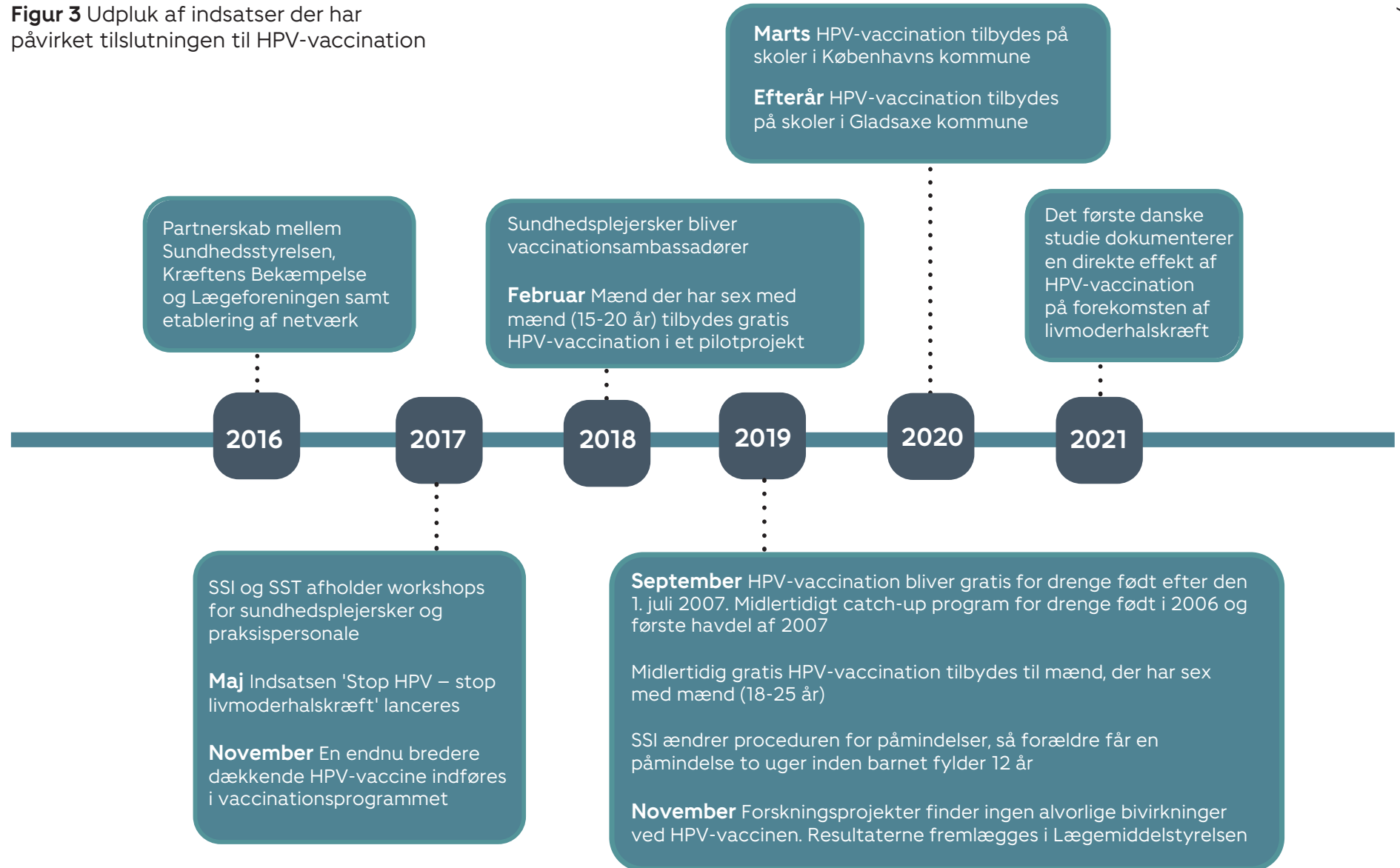


### **Samspil med andre indsatser har forstærket vaccinationstilslutningen**

Foruden indsatser og aktiviteter direkte i regi af informationsindsatsen, som beskrives i denne rapport (se fra side 7), har der været tiltag i samfundet i øvrigt, som ligeledes har bidraget til, at langt flere piger og drenge i dag bliver HPV-vaccineret (se figur 3).

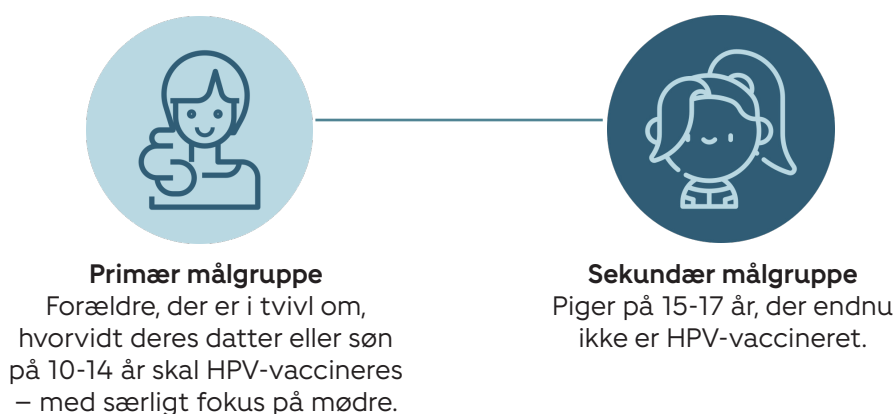
Blandt andet har der løbende været formidlet resultater fra videnskabelige studier, der dokumenterer vaccinerne effekt og sikkerhed [1-4] ligesom der har været iværksat lokale initiativer såsom vaccination på skoler, der har øget tilgængeligheden af HPV-vaccination. Statens Serum Institut sender nu påmindelser om børnevaccinationer ud til forældre både forud for og efter anbefalet vaccinations-tidspunkt, og sundhedsplejersker er blevet udnævnt til vaccinationsambassadører for børnevaccinationsprogrammet på baggrund af deres særlige rolle i forhold til at udbrede kendskabet til og have dialog med forældre om børnevaccinationerne. Alt dette har bidraget til at øge tilslutningen til HPV-vaccination.

**Figur 3** Udpluk af indsatser der har påvirket tilslutningen til HPV-vaccination

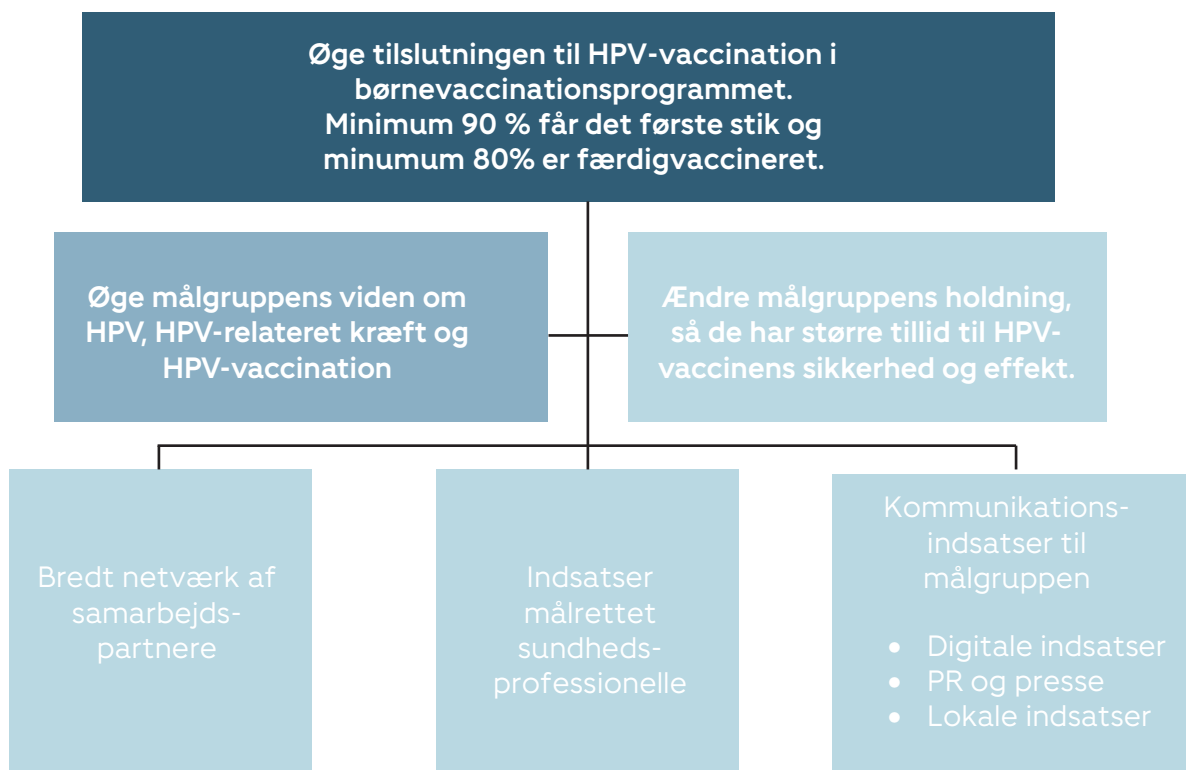


## Formål og målgrupper

**Det langsigtede mål** med informationsindsatsen var at forebygge HPV-relateret kræft. **De kortsigtede mål** var at øge tilslutningen til HPV-vaccination ved at skabe øget tillid til HPV-vaccination blandt forældre samt øge deres viden om HPV og HPV-vaccination, så de kunne beslutte sig på et oplyst grundlag. Målet var, at 90 pct. af pigerne i en årgang påbegyndte HPV-vaccination, og at 80 pct. blev færdigvaccineret.



Figur 4 Målhierarki for informationsindsatsen





# Kommunikationsstrategi

Indsatsens kommunikationsstrategi var baseret på et princip om både at tale til fornuft og følelser via hjerne og hjerte. Ønsket var at bringe fokus tilbage på, at vaccination effektivt og sikkert kan forebygge kræft, som skyldes HPV. Forældrenes tvivl om vaccins sikkerhed henledte opmærksomheden på behovet for at kommunikere på nye måder og ikke kun formidle videnskabelige fakta.

I kommunikationen talte vi til forældrenes følelser ved at sætte ansigt på de sygdomme, som vaccination kan forebygge. Beslutningen om HPV-vaccination var forbundet med bekymring for forældrene, som vil gøre det bedste for deres børn. Derfor var vi imødekommende over for deres tvivl og spørgsmål, og sørgede for at skabe en tryk dialog og kommunikere i øjenhøjde. Kommunikationsstrategien omfattede en åben Facebookside, som har været central for at skabe dialog med tvivlende forældre og være til stede der, hvor de i forvejen søgte information. Fra start blev det besluttet ikke at forsøge at overbevise deciderede modstandere af HPV-vaccination, men i stedet kommunikere til den store gruppe af forældre, som var i tvivl. Strategien bag indsatsen er beskrevet i en videnskabelig artikel [5].

# Kommunikationsindsatser og aktiviteter

I regi af informationsindsatsen er der blevet planlagt og eksekveret en lang række indsatser og aktiviteter, som alle har haft dialog med målgrupperne i fokus. Samlet set har aktiviteterne bidraget til den øgede tillid blandt forældre og deraf øgede tilslutning til HPV-vaccination. Indsatserne omfatter både kommunikationsindsatser direkte målrettet den primære og sekundære målgruppe i form af digitale indsatser (hjemmeside, sociale medier samt influencersamarbejder og podcast), presseindsatser og lokale indsatser drevet af Kræftens Bekæmpelses frivillige. Herudover har der været indsatser og aktiviteter, der f.eks. har gjort tilbuddet om HPV-vaccination og viden om vaccination mere tilgængelig samt bidraget til et mere nuanceret medie billede.

## Den vigtige dialog med tvivlende forældre

To helt centrale indsatser for at skabe dialog i øjenhøjde med tvivlende forældre var informationsindsatsens Facebookside 'Stop HPV – bliv vaccineret' samt de mange lokale aktiviteter, som Kræftens Bekæmpelses frivillige har gennemført.

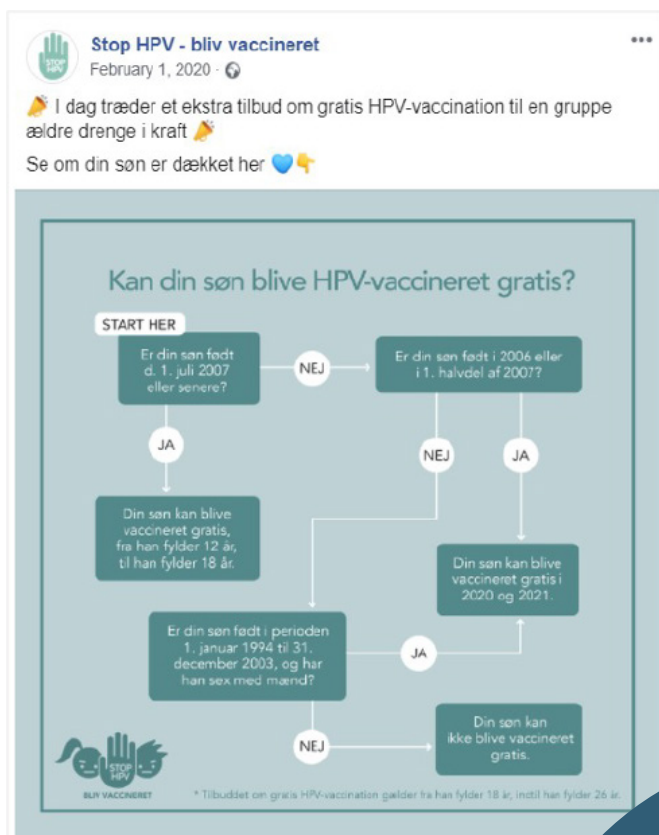
### Facebook

Facebook har været afgørende for at skabe dialog med forældrene – særligt mødre – og være der, hvor de får deres information. Facebooksiden havde ved nedlukningen i december 2021 næsten 13.000 følgere. De i alt 805 opslag på siden er i hele perioden fra 2017-2021 nået ud til 21 mio. brugere<sup>1</sup>. Der har været ca. 46.900 kommentarer, hvilket svarer til et gennemsnit på 58 kommentarer pr. opslag og tydeliggør det store fokus på netop dialog med forældre. Kræftens Bekæmpelse har hver dag siddet klar til at besvare de mange kommentarer og spørgsmål. Strategien var at tale til forældrenes følelser og fornuft i en kombination, der sikrede korrekt viden om HPV-vaccination samt en forståelse af, at vaccination rent faktisk kan forebygge kræft. De mest populære opslag var såkaldte engagerende faktaopslag og personlige historier, og vekselvirkningen mellem disse to typer af indhold har været vigtig for at opretholde en positiv atmosfære på platformen, som brugerne havde lyst til at engagere sig i.

<sup>1</sup> Der er ikke tale om 21 mio. unikke brugere, men om at flere brugere har mødt vores opslag mange gange, hvorved man opnår en større effekt med indholdet.

Stemningsanalyser af Facebooksiden, i fagsprog kaldet sentimentanalyser, viser, at debatten og stemningen på Facebooksiden har ændret sig over tid og er blevet langt mere positiv. Ved meget personlige henvendelser og spørgsmål har telefonrådgivningen HPV-linjen været god at henvise til. Her kunne forældrene uddybe deres spørgsmål i et privat rum. HPV-linjen blev oprettet af Kræftens Bekæmpelse i 2016 og halvårslige opgørelser viser, at der har været omkring 910 henvendelser fra 2017-2021. Der er sket en udvikling i typen af spørgsmål, fra i høj grad at dreje sig om mulige bivirkninger ved HPV-vaccination i starten til de seneste år primært at handle om vaccination til drenge.

## Eksempel på faktaopslag til Facebooksiden



Dette flowchart hjalp til at afklare drengeforældres tvivl om, hvorvidt netop deres søn var omfattet af et tilbud om gratis HPV-vaccination.

Opslaget var et af de mest populære på Facebooksiden.

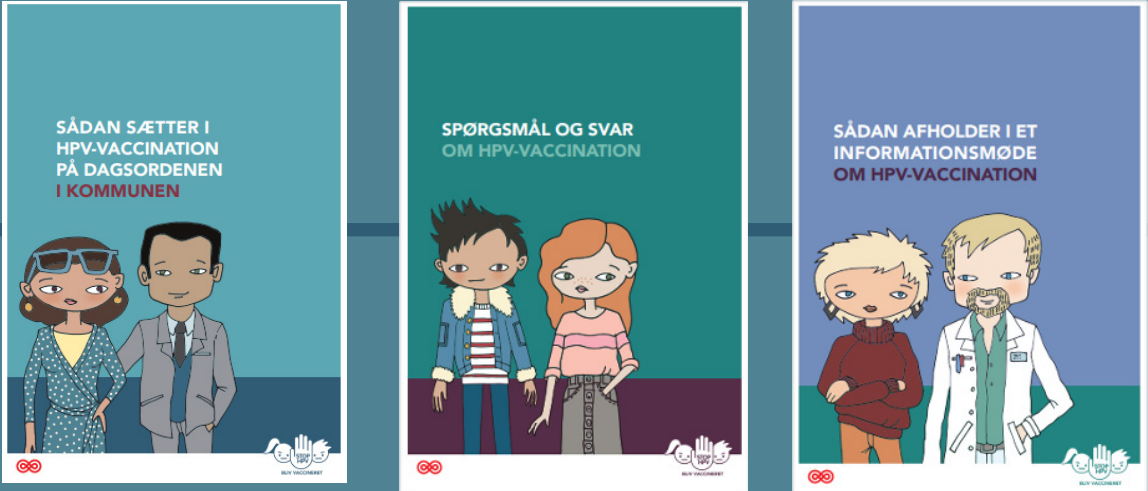
**Tabel 1** Digitale indsatser i regi af informationsindsatsen 'Stop HPV – bliv vaccineret'

Indsats	Beskrivelse	Resultater
Facebook	Sammen med hjemmesiden var Facebooksiden 'Stop HPV – bliv vaccineret' indsatsens digitale fundament (se uddybning i teksten ovenfor).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12.600 følgere</li> <li>• 805 opslag som tilsammen har fået 46.900 kommentarer, 147.000 likes og er blevet delt 35.100 gange</li> </ul>
Hjemmesiden stophpv.dk	Hjemmesiden var en vidensplatform, der blev brugt til at forklare nuanceret og dybdegående om HPV, HPV-relateret kræft og HPV-vaccination til forældre samt sundhedsprofessionelle. De mest centrale videnskabelige publikationer var tilgængelige på siden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maj 2017-december 2021: 676.000 sidevisninger og 347.000 nye brugere</li> <li>• Særligt mange besøgende i dagene efter lancering, samt i årene 2019 og 2020</li> <li>• Halvdelen af de besøgende kom fra organisk søgning uden at annoncere indholdet til brugeren</li> <li>• Den mest besøgte underside var den om drenge og HPV-vaccination (26 pct.). Herefter kom forsiden (23 pct.), undersiden om bivirkninger (7 pct.) og undersiden 'Hvad er HPV?' (5 pct.)</li> </ul>
Instagram	Instagramprofilen blev oprettet i maj 2019 for at optimere kommunikation til den sekundære målgruppe (piger på 15-17 år). Opslag i samarbejde med mikroinfluencere i 2020 og 2021 klarede sig bedst (mikroinfluencere er her defineret ved at have mellem 1.000-5.000 følgere på Instagram).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• På Instagramprofilen har der været i alt 135 opslag og 109 stories som nåede ud til hhv. 1.697.863 og 9.215 brugere</li> <li>• 15.351 profilvisninger som har genereret minimal trafik til stophpv.dk med i alt 171 klik videre</li> <li>• Samarbejde med 15 mikroinfluencere i 2020 resulterede i 374.102 visninger med en rækkevidde på 284.254 personer samt stort arrangement fra 13.386 af deres følgere</li> <li>• Samarbejde med fem mikroinfluencere i 2021 resulterede i 229.763 profilvisninger og et højt engagement fra deres følgere</li> </ul>
Influencer-samarbejde	Morgenmøder for influencere i 2017 og 2019 med det formål at øge deres viden og engagere dem i forebyggelse af HPV-relateret kræft ved at skrive om HPV og HPV-vaccination på deres profiler.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Morgenmøderne genererede i alt 10 blogindlæg, 5 Instagram-opslag, 43 Instagram-stories, 12 Facebookopslag og 8 artikler</li> </ul>
Podcast	I 2020 og 2021 udkom indsatsen med to podcastafsnit: 'Forældresjusk' og 'Hvad med drengene?' Afsnittene henvendte sig til forældre.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De to afsnit er aflyttet 207 gange frem til november 2021</li> </ul>

## Lokale aktiviteter

I hele informationsindsatsens levetid har der været stort fokus på at nå ud lokalt med indsatsens budskaber. Det har Kræftens Bekæmpelses frivillige, som er organiseret i ca. 100 lokalforeninger landet over, hjulpet med. Mange har haft fokus på at udbrede viden om HPV-vaccination og komme i dialog med tvivlende forældre i deres lokalområde. Dermed har frivillige spillet en unik rolle ift. at kunne påvirke og engagere lokalmiljøet i øjenhøjde med information om HPV-vaccination.

I begyndelsen var det en stor og udfordrende opgave for lægpersoner at deltage i en til tider ophedet debat med forældre. Derfor blev der blandt andet udviklet vejledninger, Q&A, læserbrevsskabeloner, quizark og visitkort til at ruste frivillige bedst muligt til opgaven. Fra 2018 til og med 2021 har frivillige bestilt næsten 150.000 Stop HPV-pjecer, 30.000 visitkort og 30.000 quizark. Frivillige er desuden løbende blevet orienteret om de lokale vaccinationstilslutningstal fra Statens Serum Institut, som motiverede dem til at gøre en ekstra indsats, hvis deres områder havde lav tilslutning.



For at understøtte frivilliges arbejde med informationsindsatsen, er der blandt andet blevet udviklet et inspirationskatalog, Q&A og vejledning til afholdelse af informationsmøde

**Tabel 2** Lokale aktiviteter i regi af informationsindsatsen 'Stop HPV – bliv vaccineret'

Aktivitet	Beskrivelse
<p>Infomøder</p> 	<p>Der er afholdt flere end 60 informationsmøder for forældre landet over sammen med en lægefaglig oplægsholder og i nogle tilfælde også en erfaringsperson f.eks. en kvinde, der har/har haft livmoderhalskræft.</p>
<p>Frivillige læger</p> 	<p>Som faglig støtte til blandt andet frivilliges informationsmøder om HPV-vaccination, blev der i 2018 etableret et korps af 25 frivillige læger, som havde erfaring fra stillinger i gynækologi og obstetrik eller onkologi. Frivillige læger har holdt oplæg på 29 informationsmøder rundt i hele landet og deltaget 19 gange sammen med frivillige i forbindelse med andre lokale arrangementer.</p>
<p>Danmarks Apotekerforening</p> 	<p>Der har været mere end 100 samarbejder mellem frivillige og apoteker landet over, som har haft stor succes med at nå forældre og andre interesserede med indsatsens budskaber på apotekerne i én udvalgt uge i hhv. 2020 og 2021. Samarbejdet startede som et pilotprojekt på apoteker i Region Sjælland i 2019.</p>
<p>Femina kvindeløb</p> 	<p>Femina Kvindeløb i 21 byer i hhv. 2018 og 2019. Kræftens Bekæmpelses frivillige stod i telte og talte med forældre, svarede på spørgsmål og formidlede Stop HPV-indsatsens budskaber.</p>
<p>Ungdommens Folkemøde</p> 	<p>Indsatsen har tre gange været på Ungdommens Folkemøde (2018, 2019 og 2021). Formålet var at tale med de unge piger i alderen 15-17 år, der endnu ikke er HPV-vaccineret. Frivillige læger var til stede på pladsen og kunne besvare spørgsmål fra i alt ca. 750 piger og drenge.</p>
<p>Lokale arrangementer</p> 	<p>Uddeling af informationsmateriale ved lokale arrangementer herunder Stafet For Livet, som er en landsdækkende frivilligdrevet aktivitet, hvor der i ét døgn sættes fokus på kræftsagen gennem blandt andet oplysning.</p> <p>Nogle frivillige har etableret samarbejde med deres kommune om at øge tilslutningen til HPV-vaccination lokalt.</p>

## Presseindsatser

Foruden digitale og lokale indsatser har informationsindsatsen bidraget til at nuancere mediebildet med en lang række presseindsatser. I perioden 2017 til 2021 stod partnerskabet for indsalg af i alt 17 pressemeddelelser til nationale og regionale/lokale medier, hvilket har genereret ca. 800 presseklip. Den estimerede annonceværdi er over 7,7 mio. kr. Kvaliteten af medieomtalerne vurderet ved PR-score<sup>2</sup> er i løbet af indsatsens fem år steget fra +31 i perioden før lancering til +75 efter lancering.

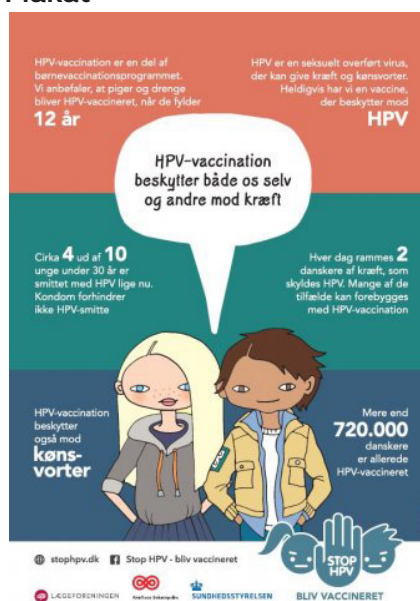
## Sundhedsprofessionelle

Ved informationsindsatsens start blev pjecer, plakater og faktaark sendt ud til ca. 3.600 almen praktiserende læger. Materialet var nyttigt for praksispersonale i dialogen med forældrene, når børnene skulle vaccineres. Sundhedsstyrelsen afholdt desuden i samarbejde med Statens Serum Institut efteruddannelsesdage om HPV-vaccination for sundhedsplejersker og praksispersonale i flere regioner. På programmet var både fakta om HPV og HPV-vaccination og præsentation af et dialogværktøj til brug i samtaler med tvivlende forældre. Endelig har Lægeforeningen løbende bistået med relevant videreformidling af indsatsens budskaber til almen praksis blandt andet via nyhedsbreve. Indsatsens pjece og plakat blev distribueret til almen praksis i forbindelse med vaccineleverancer fra Statens Serum Institut.

Pjece



Plakat



## Etniske minoriteter

For at nå gruppen af etniske minoriteter blev informationsindsatsens pjece i 2018 oversat til urdu, arabisk, somali og engelsk. Frem til udgangen af 2021 er der bestilt mellem 2.500 og 4.200 af hver af pjecerne. Desuden har Kræftens Bekæmpelse i 2021 udviklet tre film med sundhedsfaglige personer og tre postkort med simple budskaber om HPV-vaccination på hhv. urdu, arabisk og somali. Disse materialer udbredes blandt andet via lokale bydelssøstre og sundhedsplejersker og indsatsen evalueres ved udgangen af 2022.

<sup>2</sup> PR-score er et mål for kvaliteten af medieomtalerne baseret på fem faktorer: antal læsere, eksponering i overskrift, eksponering i brødtekst, artiklens størrelse og vinkel. PR-scoren måles fra -100 (meget kritisk vinkel) til +100 (meget favorabel vinkel).

## Resultater: Forældres adfærd, holdning og viden

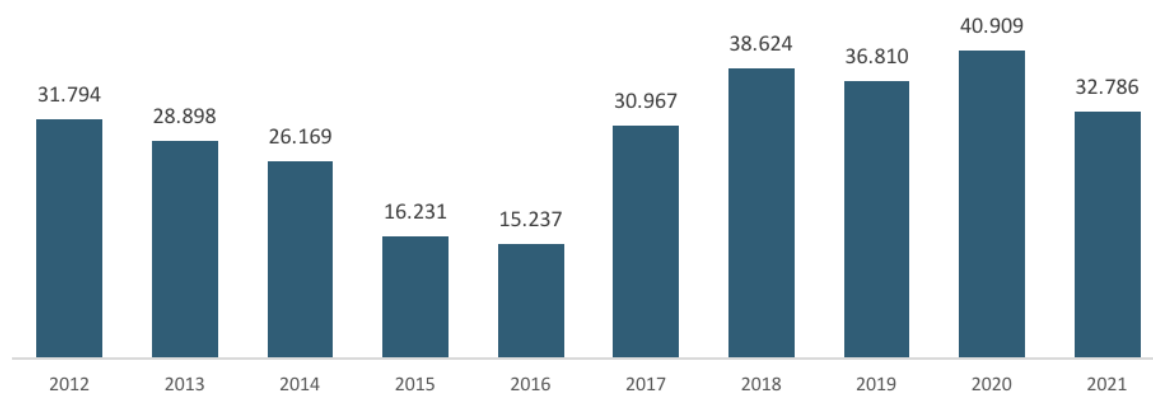
Informationsindsatsens mange aktiviteter samt øvrige indsatser i samfundet har samlet set bidraget til øget viden om HPV og HPV-vaccination blandt forældre samt holdnings- og adfærdændring, som konkret kommer til udtryk i den øgede tilslutning til HPV-vaccination.

### Øget tilslutning til HPV-vaccination

#### Tilslutning per kalenderår

Figur 5 viser den store stigning i antallet af piger, der er påbegyndt HPV-vaccination efter lancering af informationsindsatsen i 2017. I 2016 påbegyndte 15.237 piger HPV-vaccination. I 2018 var tallet steget til 38.624 [6]. Et lille fald i 2019 blev efterfulgt af et rekordstort antal på 40.909 i 2020 [7]. Tallene for påbegyndte vaccinationer i hhv. 2018, 2019 og 2020 er således højere end antallet af piger i en fødselsårgang, som er på ca. 33.000. Det betyder, at der i disse år blev foretaget catch-up vaccinationer af piger op til 17 år, som tidligere havde udskudt vaccination [8]. I 2021 er antallet af påbegyndte HPV-vaccinationer 32.786, hvilket svarer til næsten en hel årgang af piger.

**Figur 5** Antal piger, der påbegyndte HPV-vaccination 2012-2021 [6, 7, 9]



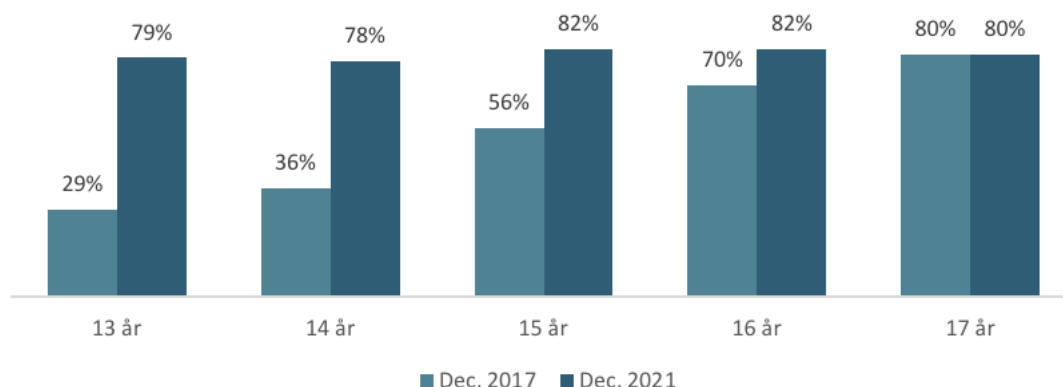
#### Tilslutning per årgang

Andelen af piger i en årgang, der er HPV-vaccineret, er således steget betydeligt siden 2017. Et studie fra Statens Serum Institut viste, at inden faldet i tilslutning påbegyndte ca. 90 pct. af pigerne i en årgang HPV-vaccination, mens næsten 80 pct. blev færdigvaccineret. I 2017 var det kun 54 pct. af pigerne i en årgang, der påbegyndte vaccination, og under 30 pct. blev færdigvaccineret [10].

Figur 6 illustrerer tydeligt, at særligt tilslutningen blandt de 13-14-årige er steget markant siden 2017. Blandt den sekundære målgruppe af piger på 15-17 år er tilslutningen ligeledes steget og har resulteret i et catch-up, så mere end 80 pct. er i dag færdigvaccineret i alle pige-årgange [8].



**Figur 6** Andelen af piger, der er færdigvaccineret i hhv. dec. 2017 og dec. 2021 [11]



## Øget tillid til HPV-vaccination

Der er gennemført seks spørgeskemaundersøgelser blandt forældre i perioden 2016 til 2022 om deres viden om og holdning til HPV og HPV-vaccination. I 2020 blev drengeforældre spurgt for første gang, fordi HPV-vaccination først blev indført til drengene i 2019. Resultater fra disse undersøgelser beskrives i det følgende.

**Tabel 3** Datagrundlag spørgeskemaundersøgelser 2016-2022

	Respondenter	Antal respondenter
Juli 2016	Forældre til piger på 10-14 år	1.113
Nov. 2017	Forældre til piger på 10-14 år	1.106
Dec. 2018	Forældre til piger på 10-14 år	1.055
Jan. 2020	Forældre til piger på 10-14 år og drenge på 10-12 år*	1613 (heraf 1.010 forældre til piger)
Feb. 2021	Forældre til piger og drenge på 11-14 år**	1407 (heraf 702 forældre til piger)
Jan. 2022	Forældre til piger og drenge på 10-14 år	1400 (heraf 700 forældre til piger)

\* Kun drenge født før 1. juli 2007

\*\* Halvanden årgang af disse drenge fik ikke tilbuddet i børnevaccinationsprogrammet men via catch-up

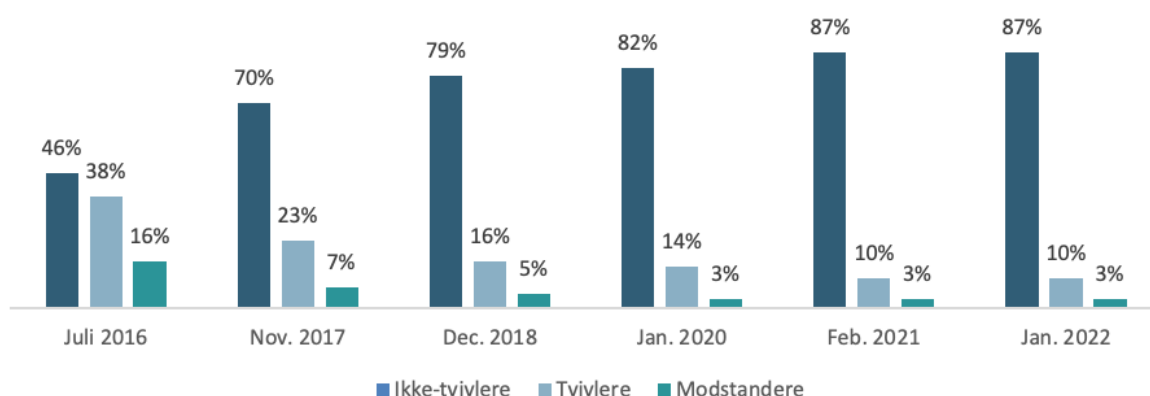
## Holdning og viden blandt pigeforældre

Der er sket et markant fald i andelen af tvivlende pigeforældre gennem årene fra 38 pct. i 2016 til 10 pct. i 2022 (se figur 7). Der er også sket et fald i andelen, der er bekymret for bivirkninger (86 pct. i 2016 mod 57 pct. i 2022), men det er stadig den primære årsag til forældrenes tvivl. Generelt ses en øget tillid til vaccinsens sikkerhed og myndighedernes udmeldinger (se tabel 4).

### Holdningsgrupper

- Ikke-tvivlere: Svarede "helt sikker" eller "nogenlunde sikker" til, om deres barn skal/skulle HPV-vaccineres
- Tvivlere: Svarede "hverken eller", "lidt usikker", "meget usikker" eller "ved ikke" til, om deres barn skal/skulle HPV-vaccineres
- Modstandere: Svarede "nej" til, om deres barn skal HPV-vaccineres

**Figur 7** Andelen af pigeforældre, der kategoriseres som hhv. ikke-tvivlere, tvivlere og modstandere til HPV-vaccination i perioden 2016-2022



I 2017 vurderede 35 pct. af pigeforældrene, at de havde et meget højt eller højt kendskab til HPV. I 2018 var det 42 pct., men i 2022 er det faldet til 24 pct. Det står i kontrast til, at deres specifikke viden ikke er blevet mindre (se tabel 4). De fleste forældre ved, at HPV er en seksuelt overført virus og at HPV-vaccination beskytter mod livmoderhalskræft. Der er sket en stigning i andelen der ved, at HPV-vaccination beskytter mod analkræft fra 37 pct. i 2020 til 58 pct. i 2022.

**Tabel 4** Udvalgte resultater om pigeforældres holdning til og viden om HPV-vaccination 2016-2022 (procent)

Pigeforældre	Juli 2016	Nov. 2017	Dec. 2018	Jan. 2020	Feb. 2021	Jan. 2022
<b>Holdning</b>						
Ikke tvivler	46	70	79	82	87	87
Tvivler	38	23	16	14	10	10
Modstander	16	7	5	3	3	3
HPV-vaccinen er sikker	49	79	83	87	91	89
Myndighedernes udmelding om vaccins sikkerhed er troværdig	36	63	64	69	74	75
<b>Viden*</b>						
Højt/meget højt selv vurderet kendskab til HPV	-	35	42	34	32	24
HPV-vaccinen beskytter mod livmoderhalskræft	-	96	94	96	96	97
HPV-vaccinen beskytter mod analkræft	-	-	-	37	50	58
HPV-vaccinen beskytter mod kønsvorter	-	-	-	39	39	39

\*Nogle spørgsmål er blevet tilføjet løbende over årene

## Holdning og viden blandt drengeforældre

I starten af 2020 var en tredjedel af drengeforældre i tvivl om, hvorvidt deres søn skulle HPV-vaccineres. I januar 2022 var kun 17 pct. i tvivl. Manglende viden om HPV-vaccination var den primære årsag til drengeforældrenes tvivl. I 2020 angav knap halvdelen (47 pct.) dette som årsagen til deres tvivl, mens 32 pct. angav bekymring for bivirkninger. I 2022 var tallene hhv. 39 pct. og 36 pct.

I 2020 vidste 69 pct. af drengeforældrene, at både piger og drenge får tilbudt gratis HPV-vaccination i børnevaccinationsprogrammet, mens 27 pct. troede, at HPV-vaccination kun var til piger. I 2022 ved de fleste, at tilbuddet både omfatter piger og drenge (87 pct.). I 2020 vurderede en fjerdedel af drengeforældrene, at de havde et meget højt eller højt kendskab til HPV, og i 2022 var tallet 21 pct. Ligesom pigeforældre ved de fleste drengeforældre godt, at HPV-vaccination beskytter mod livmoderhalskræft, og flere drengeforældre end pigeforældre ved, at vaccination også beskytter mod analkræft.

**Tabel 5** Udvalgte resultater om drengeforældres holdning til og viden om HPV-vaccination 2016-2022 (procent)

Drengeforældre	Jan. 2020	Feb. 2021	Jan. 2022
<b>Holdning</b>			
Ikke tvivler	59	74	78
Tvivler	33	20	17
Modstander	7	7	4
HPV-vaccinen er sikker	74	85	87
Myndighedernes udmelding om vaccins sikkerhed er troværdig	61	69	70
<b>Viden</b>			
Højt/meget højt selv vurderet kendskab til HPV	25	24	21
HPV-vaccinen beskytter mod livmoderhalskræft	94	97	97
HPV-vaccinen beskytter mod analkræft	43	67	64
HPV-vaccinen beskytter mod kønsvorter	41	40	39

# Perspektivering

## Tilslutningen følges fortsat

Som en del af WHO's internationale plan for elimination af livmoderhalskræft, blev de globale mål for tilslutning til HPV-vaccination opjusteret i 2020. Målet er, at 90 pct. af alle piger færdigvaccineres og 95 pct. får første stik [12]. Dette mål er endnu ikke opnået i Danmark, men vi er godt på vej – også blandt drengene.

Sundhedsstyrelsen, Kræftens Bekæmpelse og Lægeforeningen følger fortsat vaccinationstilslutningen og vurderer behovet for fremtidige indsatser. Særligt holdes der øje med de lokale variationer i tilslutningen. Der er store kommunale forskelle blandt både drenge og piger. F.eks. var færre end 70 pct. af de 13-årige piger færdigvaccinerede i kommunerne Vordingborg, Stevns og Dragør i december 2021, mens tilslutningen til andet stik i Glostrup, Odder og Solrød ligger på hele 86 pct. Ligeledes for drengene har flere kommuner, særligt på Sjælland, en tilslutning under 70 pct., mens flere fynske og jyske kommuner ligger et godt stykke over 80 pct.

## Læringer fra Stop HPV-indsatsen

Etablering af et partnerskab samt et netværk, der står bag informationsindsatsen, har været et afgørende grundlag for at kunne formidle viden om HPV-vaccination med gennemslagskraft blandt andet på sociale medier. Kendskab til målgruppen, og viden om hvor de får deres information, har været essentielt for at kunne målrette informationen. Sociale medier har vist sig at være en effektiv kanal til at nå målgruppen for denne indsats, men er også en platform hvor debatten om vaccination nemt kan blive ophedet af kritiske synspunkter og på den måde blive meget ensidig. De kritiske synspunkter fylder meget i debatten, selvom de er forholdsvis få, fordi de kan gøre det svært at få plads til tvivlende eller mere positive stemmer. Det billede genkendes i den nuværende debat om covid-19 vaccination, hvor misinformation trives på sociale medier [13].

Arbejdet med Stop HPV-indsatsen har i høj grad bidraget med ny viden om kommunikation af sundhedsfaglige budskaber og krisehåndtering. Indsatsen har understreget vigtigheden af at reagere proaktivt og sætte dagsordenen, når tvivl om sundhedsmyndighedernes anbefalinger melder sig i befolkningen. Argumentation alene med videnskabelig evidens er ofte ikke nok. De tvivlende forældre var bekymrede og blev mødt af Stop HPV-indsatsen med forståelse, nysgerrighed og personlige svar i kommunikationen, der talte til både hjerne og hjerte. Indsatsen var desuden med til at skabe bevidsthed i befolkningen om, at livmoderhalskræft er en alvorlig kræftsygdom, der også rammer unge kvinder. Personlige historier om de kræftsygdomme, HPV-vaccination kan forebygge, blev modvægt til de negative historier om bekymringer for bivirkninger.

## Referencer

1. Kjaer, S.K., et al., Real-world Effectiveness of Human Papillomavirus Vaccination Against Cervical Cancer. *J Natl Cancer Inst*, 2021.
2. Arbyn, M., et al., Prophylactic vaccination against human papillomaviruses to prevent cervical cancer and its precursors. *Cochrane Database Syst Rev*, 2018. 5(5): p. Cd009069.
3. Hviid, A. and A. Laksafoss, Quadrivalent human papillomavirus vaccination and non-targeted infectious disease hospitalisation: Population-based self-controlled case series analysis. *Lancet Reg Health Eur*, 2021. 10: p. 100189.
4. Krogsgaard, L.W., et al., Hospital contacts and diagnoses five years prior to HPV vaccination among females referred for suspected adverse vaccine effects: A Danish nationwide case-control study. *Vaccine*, 2019. 37(13): p. 1763-1768.
5. Pedersen, E.A., et al., Strategic health communication on social media: Insights from a Danish social media campaign to address HPV vaccination hesitancy. *Vaccine*, 2020. 38(31): p. 4909-4915.
6. Statens Serum Institut. Fortsat stigning i HPV-vaccination i 2018 2019 [cited 2021 20. oktober]; Available from: <https://www.ssi.dk/aktuelt/nyheder/2019/fortsat-stigning-i-hpv-vaccination-i-2018>.
7. Statens Serum Institut. HPV-vaccination af drenge kan nu følges på SSI.dk. 2021; Available from: <https://www.ssi.dk/aktuelt/nyheder/2021/hpv-vaccination-af-drenge-kan-nu-folges-pa-ssi-dk>.
8. Hansen, P.R., M. Schmidtblaicher, and N.T. Brewer, Resilience of HPV vaccine uptake in Denmark: Decline and recovery. *Vaccine*, 2020. 38(7): p. 1842-1848.
9. Statens Serum Institut. Dobbelt så mange HPV-vaccineret i 2017 som i 2016. 2018 [cited 2021 28. oktober]; Available from: [https://www.ssi.dk/aktuelt/nyheder/2018/2018\\_1\\_hpv](https://www.ssi.dk/aktuelt/nyheder/2018/2018_1_hpv).
10. Suppli, C.H., et al., Decline in HPV-vaccination uptake in Denmark - the association between HPV-related media coverage and HPV-vaccination. *BMC public health*, 2018. 18(1): p. 1360-1360.
11. Statens Serum Institut. Overvågning i tal, grafer og kort. 2021 [cited 2021 22. oktober]; Available from: <https://statistik.ssi.dk/>.
12. World Health Organization, Global strategy to accelerate the elimination of cervical cancer as a public health problem 2020: Geneva.
13. Mønsted, B. Dét kan 60 milliarder tweets lære os om misinformation og anti-vaxxere. 2022. 10. februar 2022 [cited 2022 17. februar]; Available from: <https://videnskab.dk/forskerzonen/kultur-samfund/det-kan-60-milliarder-tweets-laere-os-om-misinformation-og-anti-vaxxere>.

