

«Gode eksempler/holdningskampanje»

Trygg ferdsel langs Nidelva

Utfordring:

Nidelven er en integrert del av bylivet i Trondheim. Dessverre er det også knyttet risiko til ferdsel langs elvebredden, til tross for fysiske hindringer, spesielt i beruset tilstand. Hele 2 av 3 som faller i vannet er beruset, og det er særlig yngre menn som er utsatt.

Oppgaven

Målet med kampanjen var å spre kunnskap om den potensielle risikoen, og å skape bevissthet rundt egen atferd. Kommunikasjonen rettet seg primært mot nyankomne studenter, sekundært mot alle som ferdes langs elvebredden.

Fellesnevner: De har lav kjennskap til at Nidelva er stri, og potensielt livsfarlig. Budskapet var at alle må ferdes med varsomhet både langs elvebredden, og i selve elva.

Løsning:

Troen på at slående fakta om elva er et sterkt nok budskap i seg selv, ble til en idé som eksponerer målgruppa for budskapet like før de havner i en potensielt farlig situasjon.

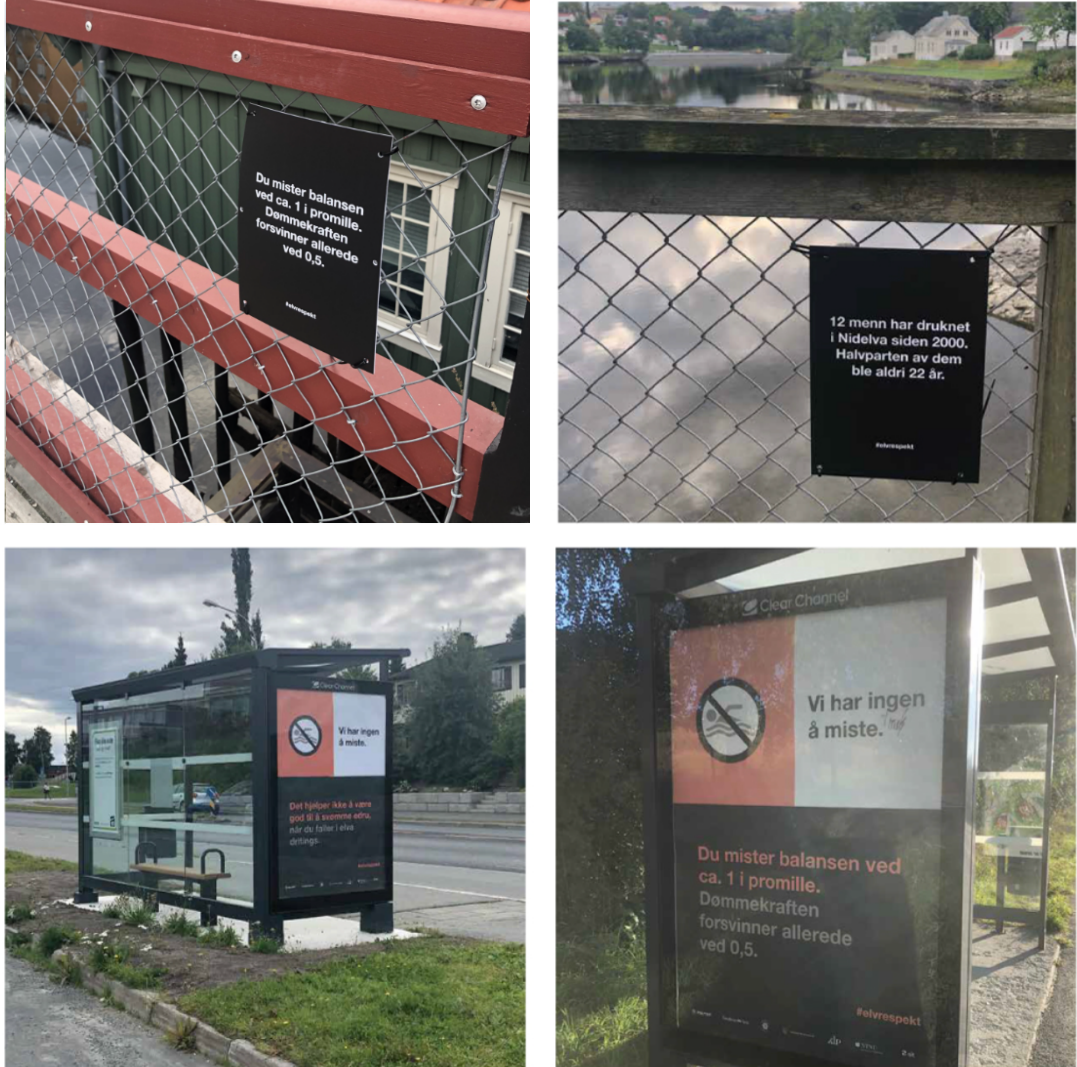
Faktasetningene ble holdt korte, presise og SoMe-vennlige, så de skulle være enkle å fordøye og dele. Samtidig ønsket vi å kommunisere fakta om elva som var såpass brutal at det skapte oppmerksomhet og tydeliggjorde alvoret ved kampanjen – og dermed forhåpentligvis påvirket målgruppa i riktig retning.

Samarbeid om uttakene

Kommune, studiested, samskipnad og uteliv jobbet sammen. Flere av kampanjebudskapene fungerer uavhengig av sesong, og kan enkelt gjenbrukes både som midlertidige og permanente løsninger. Hashtaggen #elvrespekt bandt de ulike uttakene sammen.

Flere nyttige innspill og tips finner du på:

flyte.no/vannsikre-kommuner



Fysiske, frittstående skilt ble plassert på utvalgte steder langs Nidelva for å informere forbipasserende og hindre ulykker på selve ulykkesstedet. Det er gjort et poeng av at skiltene skulle fremstå som seriøse advarsel-skilt, og ikke som en reklamekampanje, derfor er avsendere og logoer utelatt. Disse skiltene er utplassert på ubestemt tid.



En egen, unik hashtag ble etablert for å oppfordre målgruppen til å dele budskapet i sosiale kanaler:



I samarbeid med utelivet langs Nidelven, ble det plassert ut konkret informasjon om hvor farlig elva er, på steder hvor målgruppa ferdes, men ikke forventer denne typen informasjon, ønsket Trondheim kommune å overraske målgruppen og dermed vekke oppmerksomheten deres.