

Kommunikationsavdelningen
Cecilia Gomez
Cecilia.gomez@socialstyrelsen.se

Regeringskansliet
Socialdepartementet
103 33 Stockholm

Delredovisning 1 uppdrag att genomföra en informations-satsning i syfte att öka antalet blodgivare i Sverige

Socialstyrelsen har i regeringsuppdraget S2023/01430 (delvis) fått i uppdrag att genomföra en informations-satsning i syfte att öka antalet blodgivare i Sverige. I uppdraget anges att myndigheten vid genomförandet av uppdraget ska föra en dialog med regionerna om hur en nationell insats kan komplettera den kommunikation som redan sker regionalt och nationellt via nätverket GeBlod Kommunikation.

I dagsläget är endast cirka 2–3 procent av befolkningen aktiva blodgivare. Informations-satsningen ska därför bidra till ett större antal aktiva blodgivare i Sverige. En sådan utveckling är positiv för den dagliga blodförsörjningen men även ur ett beredskapsperspektiv, i den meningen att det då finns möjlighet att snabbt kunna kalla in redan registrerade och godkända blodgivare till blodgivning i samband med en akut uppkommen brist.

Socialstyrelsen ska senast den 17 mars 2026 lämna en slutredovisning av uppdraget till Regeringskansliet (Socialdepartementet). Socialstyrelsen ska delredovisa uppdraget till Regeringskansliet (Socialdepartementet) senast den 15 mars 2024 och senast den 17 mars 2025.

Socialstyrelsen har inom ramen för uppdraget genomfört ett analys- och insiktsarbete samt ett flertal workshops och dialogmöten med bland andra Svenska Blodalliansen (SweBA) och Ge Blod Kommunikation. Analysfasen har utmynnat i en strategisk inriktning med prioriterade målgruppssegment och budskapsstrategi.

I denna delredovisning redogör Socialstyrelsen för status i arbetet och beskriver hur myndigheten planerar att genomföra nästkommande steg av uppdraget.

Syfte och mål

Syftet med informationssatsningen är att öka antalet blodgivare för att säkra god tillgång till blod och blodkomponenter för patienter i hela landet både till vardags och i händelse av kris och ytterst krig. Möjligheten att snabbt kunna kalla in personer till blodgivning är en viktig del av samhällets beredskap.

Målet är att öka antalet aktiva blodgivare från dagens 2–3 procent till 5 procent av befolkningen. Med aktiva blodgivare avses personer som är registrerade och godkända som blodgivare och som ger blod regelbundet.

Denna målnivå är ett antagande baserat på att länder med liknande förutsättningar som Sverige, t ex Finland, i dag använder som riktvärde att 5 procent av befolkningen behöver vara aktiva blodgivare för att täcka det nationella blodbehovet. Målnivån kan under uppdragets gång komma att justeras.

Omfattning och avgränsningar

Uppdraget omfattar kommunikationsaktiviteter för att fler ska ge blod. Det berör inte organisation, verksamhetsutveckling eller praktiska aspekter av blodgivningsverksamheten som kan tänkas påverka tillgången till blod. Däremot kan sådana förutsättningar påverka genomförandet och vägval för kommunikationen.

Uppdraget är avgränsat till nationella kommunikationsinsatser och ska komplettera den kommunikation som regionerna och GeBlod Kommunikation gör på regional och lokal nivå.

Genomförande

Socialstyrelsen inledde uppdraget under våren 2023 genom initial dialog med SweBA och GeBlod Kommunikation. Under hösten 2023 startades ett omfattande analysarbete i syfte att identifiera behov, möjligheter och utmaningar för kommunikation på området.

Arbetet inleddes med en litteraturöversikt som analyserade forskningsstudier från Sverige och andra länder, utredningar och rapporter från svenska myndigheter och regioner, samt exempelkampanjer från olika länder. Därefter genomfördes ett flertal intervjuer och workshops med:

- Företrädare för de nationella samordnande organisationerna för blodverksamheter och blodkommunikation, SweBA och GeBlod Kommunikation
- Representanter för blodverksamheterna i regionerna

- Sakkunniga inom blodgivning och försörjningsberedskap på Socialstyrelsen
- Beteendevetare

Analysen har utmynnat i en kartläggning av utmaningar, möjligheter, viktiga målgrupper, vägval, prioriteringar och strategier. Arbetsättet har varit utforskande och utgått från ett brett perspektiv som både inkluderar blodverksamheternas förutsättningar och blodgivningskommunikationen. Dessa kopplar till varandra och behöver fungera ihop. Strategin för den nationella kommunikationsinsatsen har därför tagit hänsyn till verksamheternas förutsättningar i dagsläget.

Sammanfattning av analysen

Nulägesbild

Ungefär 100 000 människor behöver få blod varje år. Enligt GeBlods opinionsundersökning bland allmänheten år 2020 har 7 av 10 vuxna svenskar övervägt att ge blod och 1 av 3 uppger att de kan tänka sig att ge blod. Ändå är det bara 3 av 100 svenskar som ger blod i dag.

Tillgången på blod har en avgörande betydelse för hälso- och sjukvården vid såväl akuta skador och operationer som vid planerade behandlingar, till exempel som en viktig del av cancervården. Blodgivning baseras på frivillighet och blod och blodkomponenter har begränsad hållbarhet.

Ur ett beredskapsperspektiv behöver det finnas ett robust och säkert lager av blod och blodkomponenter, samt möjlighet att snabbt kunna kalla in blodgivare till blodgivning, oavsett var i landet som behovet uppstår.

Under de senaste åren har regionerna sett ett sjunkande antal aktiva blodgivare. Minskningen är generell över hela landet men i storstadsområdena blir detta mer märkbart eftersom blodanvändningen är högre på universitetssjukhusen och de större akutsjukhusen. Dessa tar även emot patienter från hela landet när det handlar om större trauman samt högspecialiserad vård, vilket ytterligare ökar behovet av blod. I andra delar av landet är basen av blodgivare tillräcklig och stabil vilket gör att de i vissa fall tackar nej till blodgivning eftersom deras lokala blodlager är fulla och kapacitet att ta hand om blodet är begränsad. Förutsättningarna för blodgivning och behoven av blod varierar således kraftigt.

Även om Sverige klarar sitt blodbehov nationellt i dag kan det vara brist på specifika blodgrupper eller blodkomponenter lokalt. Regionerna löser då den bristen genom att köpa blod av varandra. Befolkningsstrukturen går mot en högre andel äldre personer på grund av tidigare stora födelsekohorter och förväntat längre livslängd. I takt med att fler lever längre, ökar också

behovet av blod och blodkomponenter för behandling av olika sjukdomar. På grund av nuvarande lägre födelsetal samt att antalet aktiva givare minskar kan det i framtiden vara en utmaning att balansera tillgången till blodkomponenter kopplat till en förväntad ökad efterfrågan av dessa i sjukvården.

Blodgrupper är ärftliga och varierar med befolkningens etnicitet. En ökad migration har lett till ett ökat blodbehov av blodgrupper som tidigare varit ovanliga i Sverige. Samtidigt är det relativt sett få personer med dessa ovanligare blodgrupper som är blodgivare i dag. För att säkra en jämlik vård behöver blodgivarpopulationen breddas och bättre spegla blodgruppssammansättningen i befolkningen.

Varje region ansvarar för sina respektive blodverksamheter och den kommunikation som sker för att rekrytera och behålla blodgivare. Den nationella ideella föreningen SweBA verkar för samarbete mellan Sveriges blodverksamheter. De samarbetar även med SKR och olika myndigheter i frågan. Varje sjukvårdsregion har 1-2 representanter i SweBA. GeBlod Kommunikation är en arbetsgrupp inom SweBA och är regionernas nätverk för samarbete kring kommunikation.

Sammanfattning av analysen

Följande hinder har identifierats som de främsta skälen till att personer inte ger blod:

- **Kunskap:** det finns utbredd okunskap och missförstånd om vad blodet används till, hur och var man ger blod, samt vilka regler som gäller.
- **Motivation:** en stor andel av befolkningen saknar i dag motivation att ge blod. Frågan upplevs inte som angelägen eller personligt berörande. Män är generellt mindre villiga att ge blod än kvinnor, men är oftast bättre lämpade som blodgivare av biologiska skäl som järnvärden och större total blodvolym.
- **Tillgänglighet:** det är inte alla blodverksamheter som håller öppet när det är lättast för många att ge blod, exempelvis morgnar, eftermiddagar/kvällar och helger.
- **Regler:** det finns ett stort antal regler som är till för att göra blodgivningen säker för både givare och mottagare. Reglerna hindrar personer att ge blod, tillfälligt eller permanent, efter bland annat sexuella riskbeteenden, låga järnnivåer, vissa utlandsresor, graviditet, tatueringar, piercings, viss medicinering eller andra medicinska skäl. Reglerna är många och kan upplevas som komplicerade.
- **Rädsla:** många är rädda för nålar och blod, eller oroar sig över att svimma eller få tillfälliga hälsokomplikationer efteråt.

- **Förändrad livssituation:** en del tidigare blodgivare slutar ge blod och glömmer eller saknar motivation att återuppta blodgivningen efter att de exempelvis flyttat, blivit gravida, eller blivit nekade att lämna blod en gång på grund av karensregler.
- **Språk:** endast personer som förstår och kan göra sig förstådda på svenska får lämna blod, med undantag för Region Stockholm där även engelskspråkiga hälsodeklarationer och intervjuer kan genomföras.

Eftersom förutsättningarna för blodverksamheterna och åtgången av blod varierar över landet är det inte lämpligt att försöka öka blodgivningen med samma omfattning i hela landet. Istället behöver de nationella kommunikationsinsatserna ta hänsyn till regionala och lokala förutsättningar.

Det finns inte heller några tydliga egenskaper som förenar alla blodgivare, eftersom det är en mycket heterogen grupp. Detta är i grunden en fördel eftersom många olika personer kan bli blodgivare, men det innebär att kommunikationsinsatserna måste anpassas för att nå effekt i olika grupper.

Det är svårt att bedöma vilka kommunikationsinsatser som varit framgångsrika historiskt eftersom det saknas mätningar och datadrivna utvärderingar, bland annat på grund av begränsade förutsättningar för samordning mellan regionernas statistik.

En mycket liten andel av befolkningen ger blod idag. Det är många fler som uppger att de kan tänka sig att ge blod än de som gör det. Det finns stora kunskapsluckor hos allmänheten om hur blodgivningen går till, vilka regler som gäller, vad blodet används till och varför det är viktigt.

Strategival för arbetet framåt

Målgrupper

Strategin utgår från att prioritera några målgruppssegment där potentialen till förflyttning från icke blodgivare till blodgivare har bedömts som stor och som bedöms kunna ge god effekt på antalet aktiva blodgivare.

Prioriterade målgruppssegment kopplat till föreliggande strategi är:

- **Män 18-30 år**

Unga män är en målgrupp som har bra biologiska förutsättningar för att ge blod. Samtidigt finns det ofta en rädsla hos dem för blod, ett ointresse för blodgivning samt en ovilja att avsätta den tid som krävs. Det är dock vanligare att unga män ger blod i en del andra länder, vilket visar att det är möjligt att motivera segmentet till att bli blodgivare.

För att nå och motivera denna grupp krävs det kommunikationsinsatser i kanaler och forum där de redan vistas, vid tidpunkter när de är mottagliga för information. Det blir viktigt att skapa innehåll tillsammans med gruppen för att säkerställa relevans.

Genom att rikta insatsen mot yngre män finns potential att många kan vara blodgivare under mycket lång tid. Gruppen bedöms bland annat mottagliga för budskap om beredskap. Målgruppen uppgår till totalt cirka 800 000 personer.

- **Personer 50–65 år**

I dag finns det hos äldre kvinnor och män ofta en missuppfattning om att de inte får lämna blod på grund av sin ålder. Så länge hälsan är god får man ge blod oavsett ålder (18+), däremot görs fler hälsokontroller på blodgivare över 65 år för att säkerställa att de är vid god hälsa. Efter klimakteriet ökar ofta blodvärdena för många kvinnor som tidigare kan ha blivit nekade att ge blod på grund av låga järnvärden, och det ger goda möjligheter att vara blodgivare under ett flertal år.

Målgruppen är generellt i en livsfas där fler har mindre låsta scheman och ökade möjligheter och vilja att engagera sig i samhället. Målgruppen uppgår till totalt cirka 2 miljoner personer.

Värt att notera är att olika regioners sätt att kommunicera om övre åldersgräns för att bli blodgivare varierar, och fortsatt dialog kommer föras genom SweBA och GeBlod-nätverket för att säkerställa tydlighet i informationen.

- **Geografisk segmentering: områden med universitetssjukhus**

Genom att rikta kommunikationsinsatser till de områden som har universitetssjukhus och större akutsjukhus ökar träffsäkerheten i att de som ser kommunikationsinsatsen och vill bli aktiva också bor i en region som har ökat behov av blodgivare och kapacitet att ta emot fler.

Strategisk inriktning

Den nationella informationsinsatsen ska bygga kunskap och väcka känslor genom att använda breda budskap och kunskapsinnehåll, som riktas till de tre målgruppssegmenten genom inramning och kanalval. Kommunikationen hänvisar vidare till GeBlod/regionerna.

På så sätt bedöms den nationella informationsinsatsen komplettera den kommunikation som regionerna och Ge Blod redan genomför i syfte att rekrytera och odla relationen med blodgivarna.

Beredskapsperspektivet bedöms ha stor potential för att öka angelägenhetsgraden och motivationen till att ge blod hos målgrupperna.

De riktade satsningarna kompletteras med kunskapshöjande insatser genom pressaktiviteter i syfte att få redaktionella medier som press, radio och tv att uppmärksamma frågan, för att höja angelägenhetsgraden och få blodgivningen att ta plats i det offentliga samtalet, särskilt med fokus på blodgivning som en del av beredskapen.

Samarbeten och dialog med andra samhällsaktörer, som Myndigheten för samhällsskydd och beredskap och Försvarmakten, kommer vara en viktig del av strategin, för att undersöka möjligheterna att genom deras befintliga kommunikation även öka kunskapen om blodgivning.

Kunskapsdelning mellan Socialstyrelsen, regionerna och GeBlod är viktig för att säkra långsiktigt användbar kommunikation och ökad blodgivning över tid, eftersom det tar tid att ändra attityder och beteenden hos stora målgrupper.

För att kunna åstadkomma en långsiktig och stabil ökning av antalet blodgivare är det önskvärt att öka den breda allmänhetens kunskap om och vilja att ge blod. Vi mäter därför även allmänhetens attityder till blodgivning under uppdraget.

Fortsatt arbete framåt

Vid tidpunkten för denna delredovisning fortsätter Socialstyrelsen arbetet genom att formulera budskap, koncept och genomförande. En attitydundersökning ska genomföras gällande blodgivning för att etablera uppdragets nollmätning och möjliggöra en del av uppföljningen. Mätningen ger även underlag för att utveckla kommunikationen och genomföra kommunikationsinsatser.

Planerad start för kommunikationsinsatser är sensommaren/hösten 2024. Detta efter att ha genomfört attitydundersökningen, framtagning av målgruppsanpassade kommunikationsinsatser samt inköp av annonsering.

Dessa informationsinsatser kommer myndigheten löpande att följa upp och vidareutveckla inom uppdragets tidsram.

Eftersom samhällets civila beredskap och beredskapsfrågor återkommande speglas i media samt kommande resultat från attitydundersökningen undersöker vi också möjligheten till några första kunskapshöjande insatserna genom mediekontakter redan under sensvåren.

Samordning inom Socialstyrelsen

Samordning sker löpande med andra uppdrag inom blod och vid behov med andra uppdrag inom beredskap, jämlik vård och kommunikation inom donationsfrågor. Eftersom detta regeringsuppdrag genomförs under tiden som regeringsuppdraget ”Stärka blodverksamheterna” fortfarande pågår, är samordningen med det uppdraget prioriterad. Samtidigt innebär det att informationsinsatsen ska utformas för att fungera enligt de förutsättningar som blodverksamheterna har i dagsläget samtidigt som utredningsarbete pågår för att se över förutsättningar och organisationsformer.

Kontakter med andra aktörer

Socialstyrelsen för dialog med GeBlod Kommunikation och SweBA löpande under uppdraget. Eftersom målet är en varaktigt höjd blodgivning och det tar tid för människor att ändra beteenden, är det viktigt att kommunikationen blir långsiktig och kan tas vidare även efter regeringsuppdragets slut. Därför är en del av den strategiska inriktningen att arbeta med kunskapsdelning mellan den nationella kommunikationsinsatsen och regionernas blodgivningskommunikation.

Socialstyrelsen har även påbörjat en dialog med MSB och kommer ha kontakt med Försvarsmakten och andra samhällsaktörer för att undersöka möjligheter till samarbete för att höja kunskapen om blodgivning som en del av samhällets beredskap. Myndigheten planerar även att ta kontakt med samhällsaktörer inom cancerområdet för att undersöka möjligheterna att höja kunskapen och angelägenhetsgraden för blodgivning som en del av cancervården. Fler områden kan tillkomma.