

## VEDLEGG

Vedlegg 1: Spørreskjema	2
Vedlegg 2: Studieguide / Fokusgrupper	5
Vedlegg 3: Resultat av spørreundersøkelse	7
Vedlegg 4: Krysstabell / Mobilbruk opp mot promillekjøring	15
Vedlegg 5: Kji-kvadrattest	17
Vedlegg 6: Moodboard ”#Offline”	18
Vedlegg 7: Publisitetsstunt / Genser	19
Vedlegg 8: Publisitetsstunt / Gensere tilgjengelig i TT’s nettbutikk	20
Vedlegg 9: Pressemelding	21
Vedlegg 10: Storyboard / Reklamefilm	22
Vedlegg 11: Scener / Reklamefilm	23
Vedlegg 12: Invitasjon til pressekonferanse	24
Vedlegg 13: Skisse til reklameplakat	25
Vedlegg 14: Kampanjeside	26
Vedlegg 15: Skisse til Trygg Trafikks Facebookside under kampanjeperioden	27
Vedlegg 16: Forslag til konkurranser Trygg Trafikks Facebookside	29
Vedlegg 17: Estimert Kampanjebudsjett	30
Vedlegg 18: Utrekninger til kampanjebudsjett	31
Vedlegg 19: Prosjektplan for ”#Offline”	33
Vedlegg 20: Forbruker og Media/ TNS Gallup	34
Vedlegg 21: Referanseliste for bildebruk	35

# Vedlegg 1: Spørreskjema

Q1 **Kjønn**



- Mann
- Kvinne

Q2 **Alder**



- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24

Q3 **Utdanning**



- Vidergående/ Fagbrev
- Høyskole / Universitet
- Høyere utdanning over 4 år
- Ingen

Q4 **Sivilstatus**



- Singel
- Kjæreste
- Samboer
- Samboer/ m barn
- Gift
- Gift/ m barn

Q5 **Jobber du eller er du student?**



- Student
- Jeg jobber
- Student og deltidsansatt
- Ingen av delene

Q6 **Hva er din månedlige inntekt etter skatt? (fyll kun inn beløp)**



Q7 Har du førerkort?



- Ja  
 Nei

Q8 Hvor ofte kjører du bil?



- Ofte  
 Sjeldent  
 Kjører til og fra skolen/ jobb.  
 Aldri

Q9 Hvor enig er du i følgende utsagn?



	Helt uenig	Uenig	Verken eller	Enig	Helt enig
Jeg føler meg utrygg som passasjer når jeg sitter på med en sjåfør som bruker mobiltelefonen i trafikken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg våger å si i fra dersom jeg føler meg utrygg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er oppmerksom på faren ved mobilbruk i trafikken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg vet at mobilbruk i trafikken er farlig men bruker mobiltelefonen når jeg kjører allikevel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg føler jeg har god kontroll når jeg bruker telefonen samtidig som jeg kjører bil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har selv opplevd faren ved mobilbruk i trafikken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q10 Hender det at du selv bruker/ har brukt mobiltelefonen når du ferdes i trafikken?

Q10



- Ja  
 Nei, aldri  
 Noen ganger

Q11 Hvis du svarte ja på forrige spørsmål, hva får deg til å ta fokuset over på telefonen? ( kryss av på de tre mobilplattformer du vanligvis sjekker når du kjører)



- Hvis telefonen ringer  
 SMS / Messenger  
 Snapchat  
 Facebook  
 Instagram  
 Twitter  
 Nettavis  
 Email  
 Ingen, jeg bruker ikke telefonen når jeg kjører.

Kjenner du til risikoen ved mobilbruk i trafikken?

Q12



- Ja  
 Nei

Ville du/ har du noen gang satt deg bak rattet etter å ha drukket alkohol?

Q13



- Ja  
 Nei

Hvilke holdninger har du til promillekjøring?

Q14



- Uakseptabelt  
 Likegyldig  
 Greit dersom man ikke har drukket så mye  
 Akseptabelt

Visste du at å bruke mobiltelefonen samtidig som du kjører tilsvarer en promille på 0,8?

Q15



- Ja  
 Nei

Er du klar over strafferammen for å bli tatt for mobilbruk i trafikken?

Q16



- Ja  
 Nei



## Vedlegg 2: Studieguiden / Fokusgrupper

### Studieguiden / Fokusgruppe

#### Introduksjon

Velkommen til fokusgruppe og tusen takk for at dere kunne stille opp og hjelpe oss med vår bacheloroppgave. Det setter vi stor pris på. For dere som ikke vet, er en fokusgruppe en mindre gruppe mennesker hentet fra en målgruppe som skal ha en fokusert diskusjon om et avgrenset tema under ledelse av en moderator. Prosjektet vi jobber med omhandler temaet mobilbruk i trafikken og dette vet vi er et svært sentralt tema for dere som er i vår utvalgte målgruppe. Nå er vi avhengige av deres meninger og synspunkter rundt dette.

#### Fokusgruppens demografi

<b>Fokusgruppe 1:</b>	<b>Fokusgruppe 2:</b>	<b>Fokusgruppe 3:</b>	<b>Fokusgruppe 4:</b>
1 – Jente 22 år.	1 – Jente 19 år.	1 – Gutt 20 år.	1 – Jente 19 år.
2 – Jente 21 år.	2 – Jente 19 år.	2 – Gutt 22 år.	2 – Jente 18 år.
3 – Jente 21 år.	3 – Jente 20 år.	3 – Gutt 18 år.	3 – Jente 18 år.
4 – Jente 24 år.	4 – Jente 23 år.	4 – Gutt 18 år.	4 – Jente 23 år.
5 – Gutt 18 år.	5 – Gutt 23 år.	5 – Gutt 24 år.	5 – Jente 23 år.
6 – Gutt 21 år.	6 – Gutt 24 år.	6 – Gutt 19 år.	6 – Jente 24 år.
7 – Gutt 23 år.	7 – Gutt 23 år.	7 – Gutt 19 år.	7 – Jente 20 år.
8 – Gutt 20 år.	8 – Gutt 20 år.	8 – Gutt 23 år.	8 – Jente 21 år.

#### US 1: Hvilken holdning har målgruppen til mobilbruk i trafikken?

- Hva tenker dere på når vi sier mobilbruk i trafikken?
- Hender det at dere selv bruker/ har brukt mobiltelefonen bak rattet?
- Bruker dere telefonen bak rattet hvis foreldrene er passasjerer?
- Hva føler dere hvis dere sitter på med en sjåfør som taster på mobilen når han/hun kjører?
- Hva tenker dere om det å si i fra i et slikt tilfelle?
- Kjenner dere til selskap som utfører trafiksikkerhetsarbeid i Norge?
- Hva tenker dere når vi sier "Trygg Trafikk"?
- Har dere hørt om Facebooksiden til Trygg Trafikk?

**US 2: Hva er årsaken til at målgruppen bruker mobiltelefon bak rattet?**

- Hva får dere til å ta fokuset bort fra veien og over på telefonen når dere kjører bil?
- Hva tror dere er årsaken til at unge bruker mobiltelefonen i trafikken mer enn eldre?
- Hvordan kommuniserer dere oftest med venner?
- Hvordan er deres behov for å være "online" og tilgjengelig i sosiale media?

**US 3: Hvilken holdning har målgruppen til promillekjøring sammenlignet med mobilbruk i trafikken?**

- Hva synes dere om fyllekjøring?
- Hva er forskjellen på fyllekjøring og mobilbruk i trafikken tror dere?

**US 4: Hvor stor kjennskap har målgruppen til ulykkesrisikoen ved mobilbruk i trafikken?**

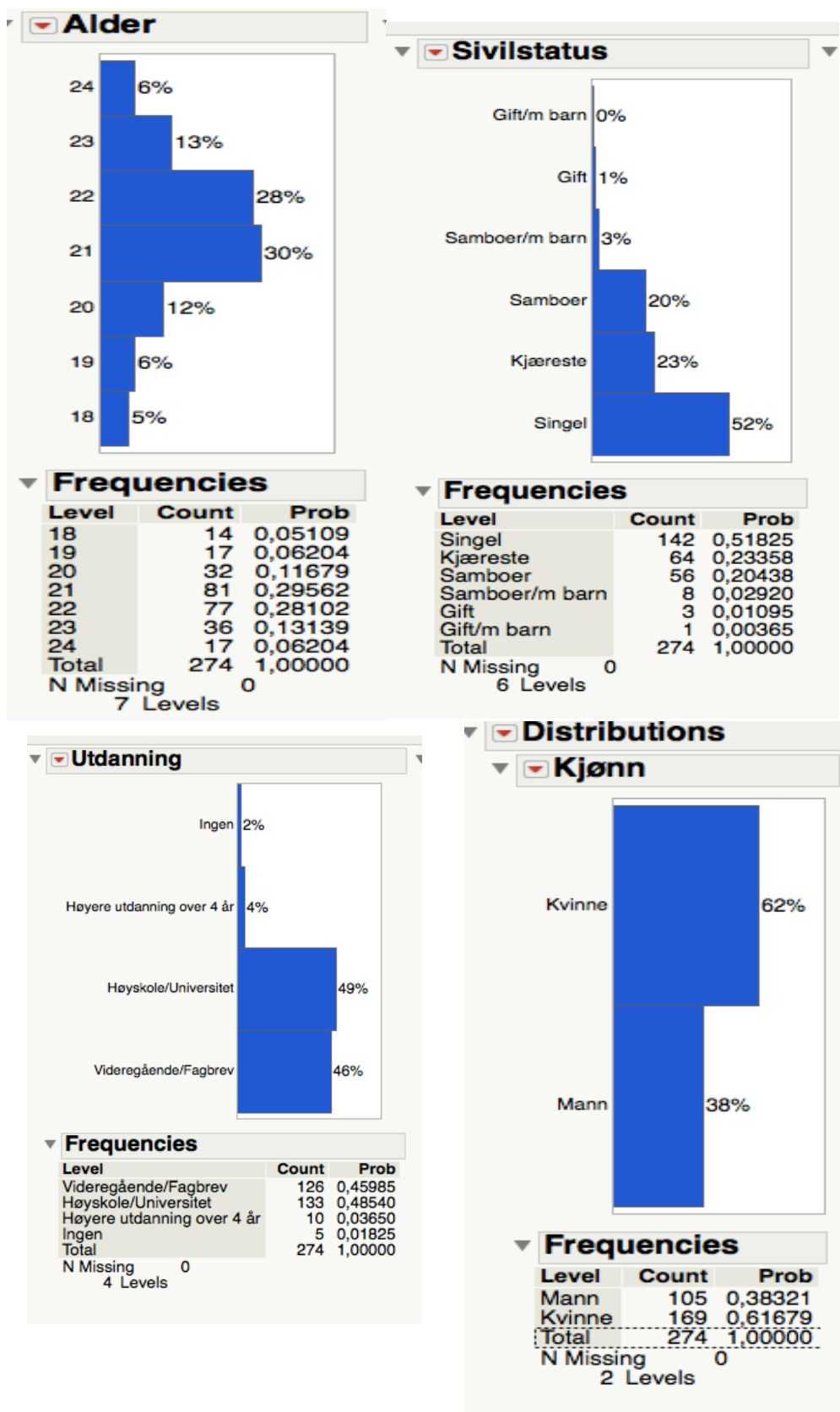
- Har dere selv erfart å miste kontroll over bilen som følge av mobilbruk bak rattet?
- Har dere vært passasjer og opplevd at sjåføren har mistet kontroll som følge av uoppmerksomhet, herunder mobilbruk ?
- Hva tror dere er risikoen ved å ha fokus på mobiltelefonen bak rattet?

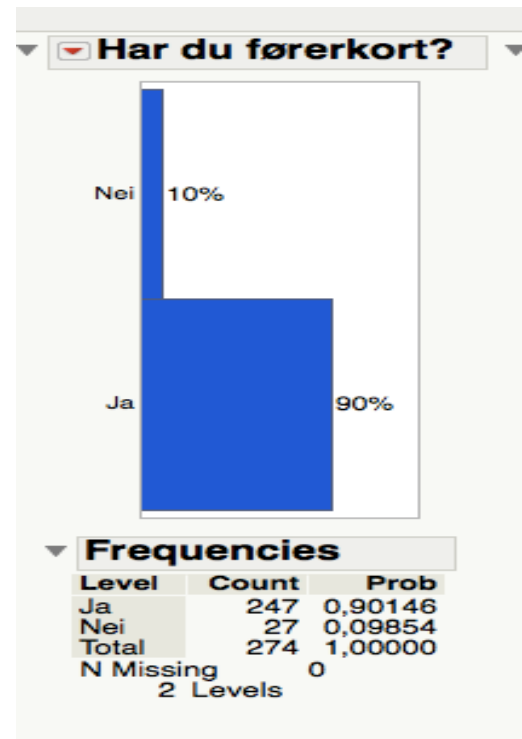
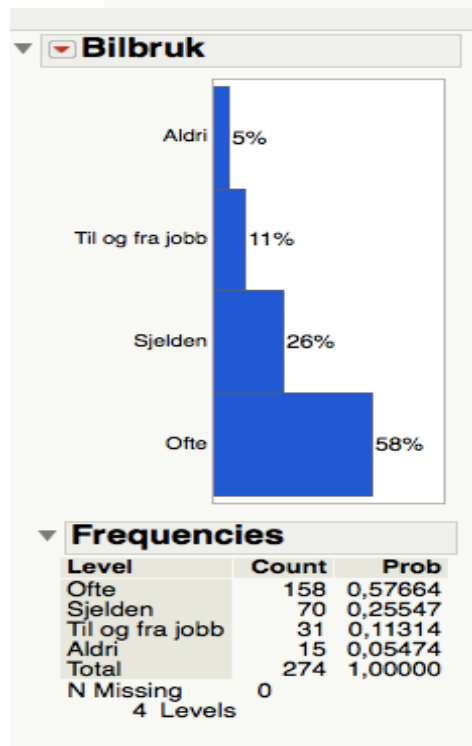
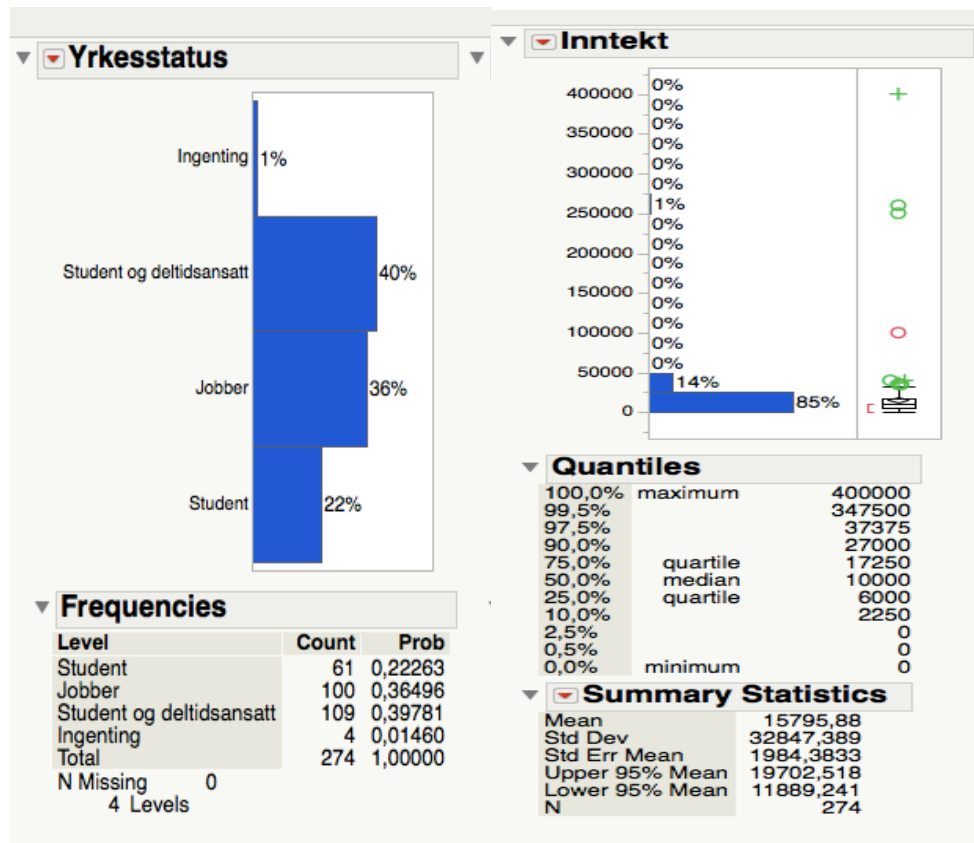
**US 5: Foreligger det en sammenheng mellom hvor ofte målgruppen kjører bil og hyppigheten av mobilbruk i trafikken?**

- Hvor ofte kjører dere bil? ( Enten i form av at dere er sjåfør eller passasjer)
- Hvor mye tid bruker dere på mobiltelefonen i løpet av en dag?

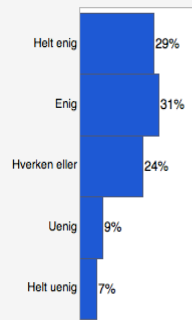
Igjen, tusen takk for at dere tok dere tid til å hjelpe oss med oppgaven vår.

### Vedlegg 3: Resultat av spørreundersøkelse.





▼ **Føler meg utrygg som passasjer når en sitter på med noen som bruker mobil under kjøring**

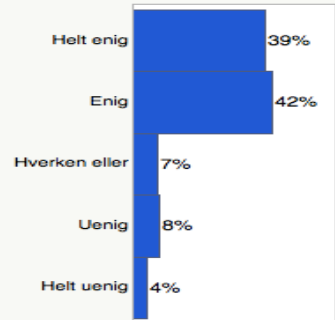


▼ **Frequencies**

Level	Count	Prob
Helt uenig	11	0,04015
Uenig	21	0,07664
Hverken eller	20	0,07299
Enig	114	0,41606
Helt enig	108	0,39416
Total	274	1,00000

N Missing 0  
5 Levels

▼ **Tør å si ifra om jeg føler meg utrygg**

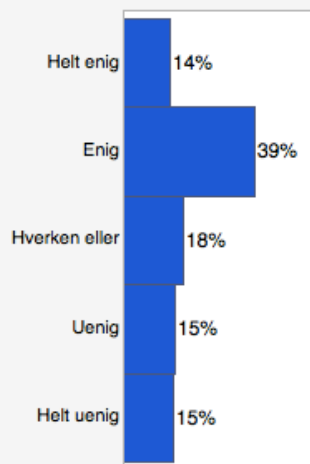


▼ **Frequencies**

Level	Count	Prob
Helt uenig	11	0,04015
Uenig	21	0,07664
Hverken eller	20	0,07299
Enig	114	0,41606
Helt enig	108	0,39416
Total	274	1,00000

N Missing 0  
5 Levels

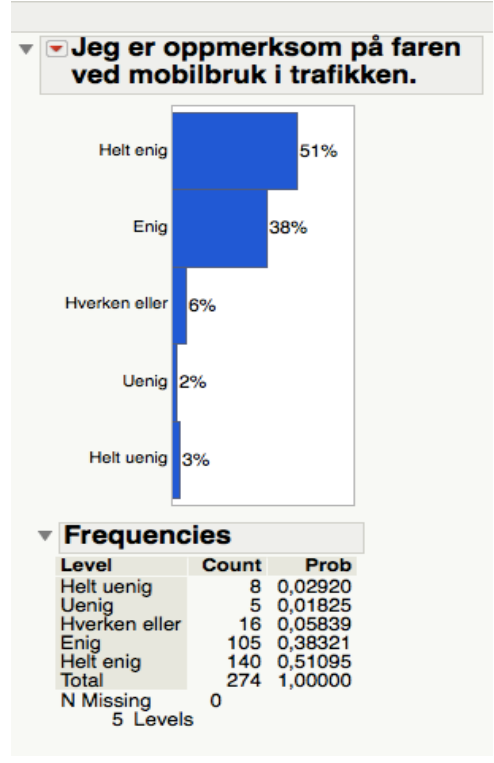
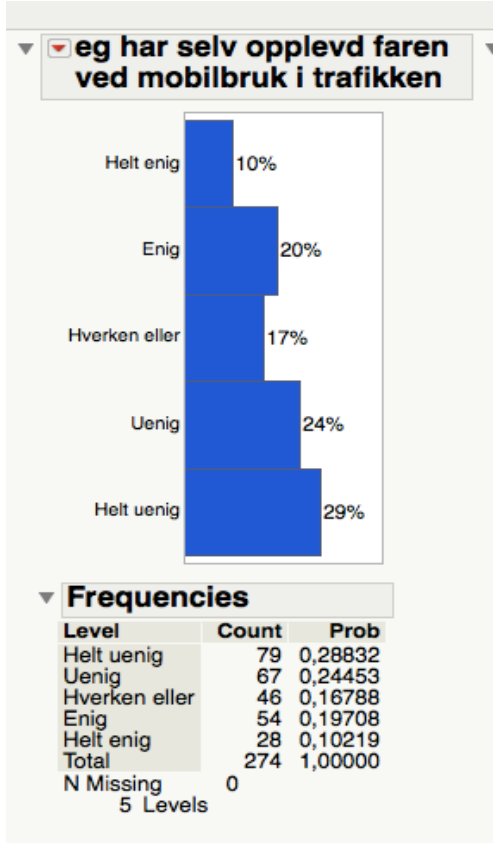
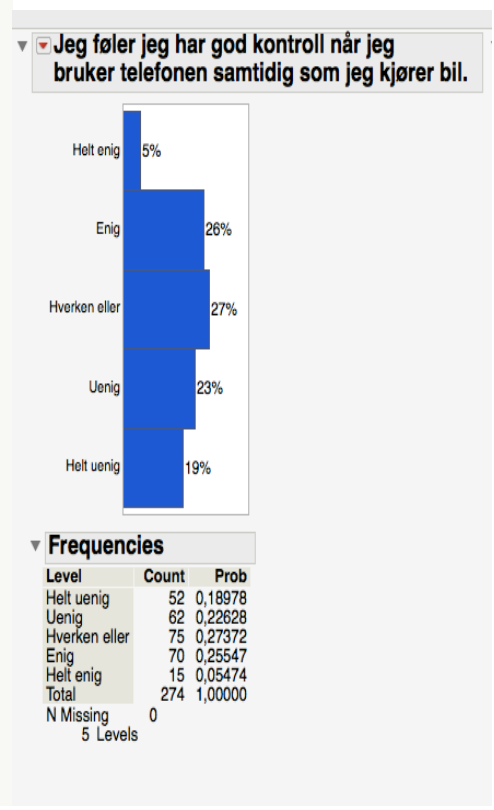
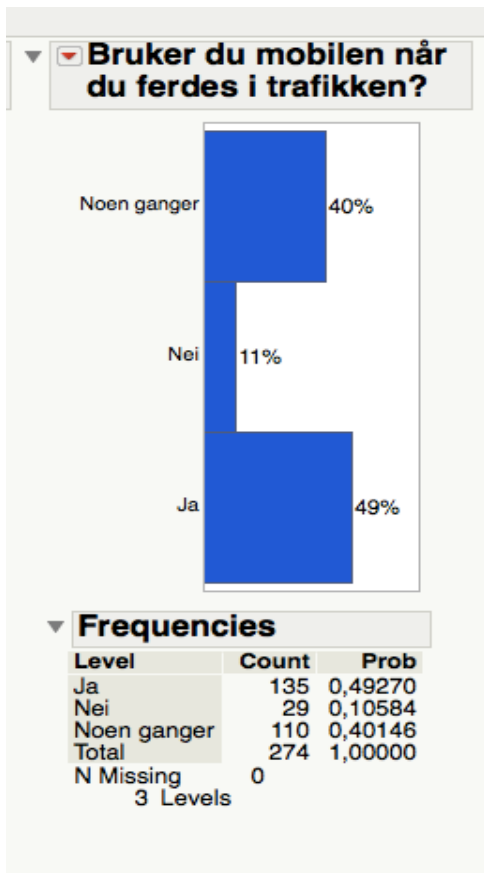
▼ **Jeg vet at mobilbruk i trafikken er farlig men bruker mobiltelefonen når jeg kjører allikevel.**



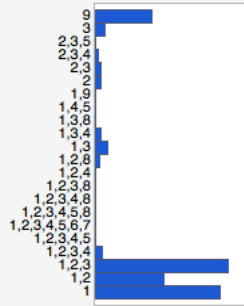
▼ **Frequencies**

Level	Count	Prob
Helt uenig	40	0,14599
Uenig	42	0,15328
Hverken eller	48	0,17518
Enig	106	0,38686
Helt enig	38	0,13869
Total	274	1,00000

N Missing 0  
5 Levels



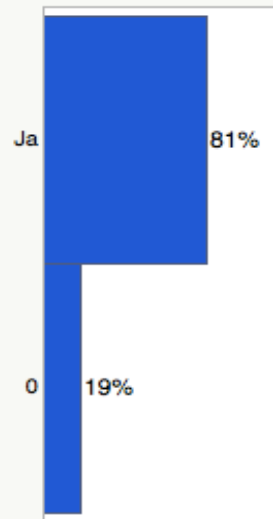
▼ **Hva er de 3 vanligste årsakene til at dere bruker mobilen bak rattet**



▼ **Frequencies**

Level	Count	Prob
1	74	0,27007
1,2	41	0,14964
1,2,3	79	0,28832
1,2,3,4	5	0,01825
1,2,3,4,5	1	0,00365
1,2,3,4,5,6,7	1	0,00365
1,2,3,4,5,8	1	0,00365
1,2,3,4,8	1	0,00365
1,2,3,8	1	0,00365
1,2,4	1	0,00365
1,2,8	3	0,01095
1,3	8	0,02920
1,3,4	4	0,01460
1,3,8	1	0,00365
1,4,5	1	0,00365
1,9	1	0,00365
2	4	0,01460
2,3	4	0,01460
2,3,4	2	0,00730
2,3,5	1	0,00365
3	6	0,02190
9	34	0,12409
Total	274	1,00000
N Missing	0	
22 Levels		

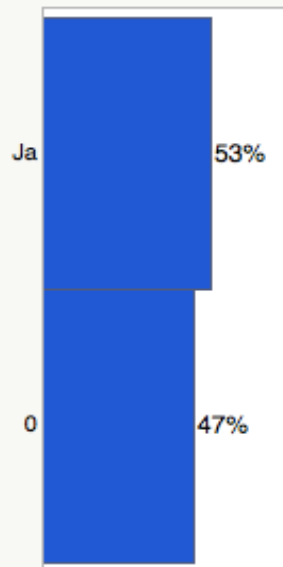
▼ **Hvis telefonen ringer**



▼ **Frequencies**

Level	Count	Prob
0	51	0,18613
Ja	223	0,81387
Total	274	1,00000
N Missing	0	
2 Levels		

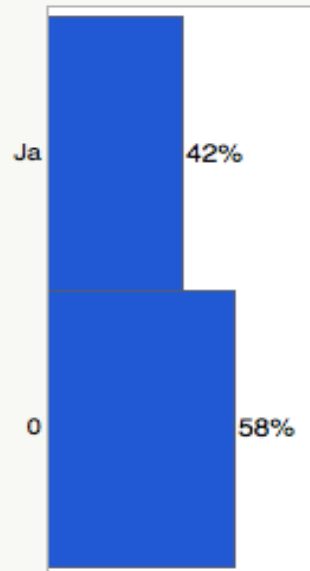
▼ **SMS/messenger**



▼ **Frequencies**

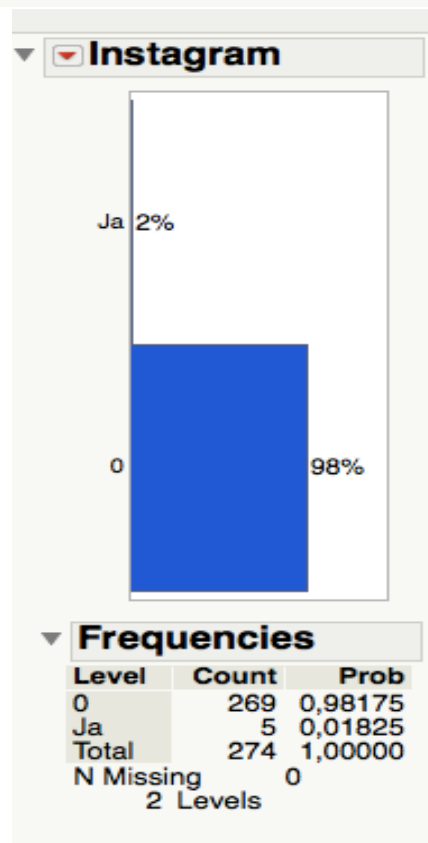
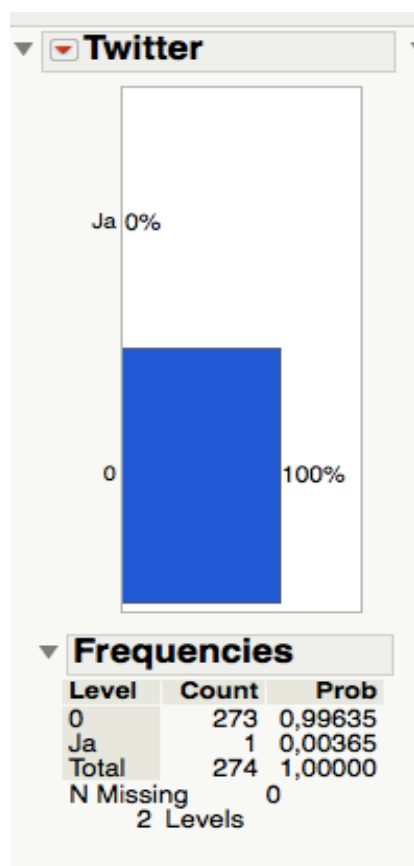
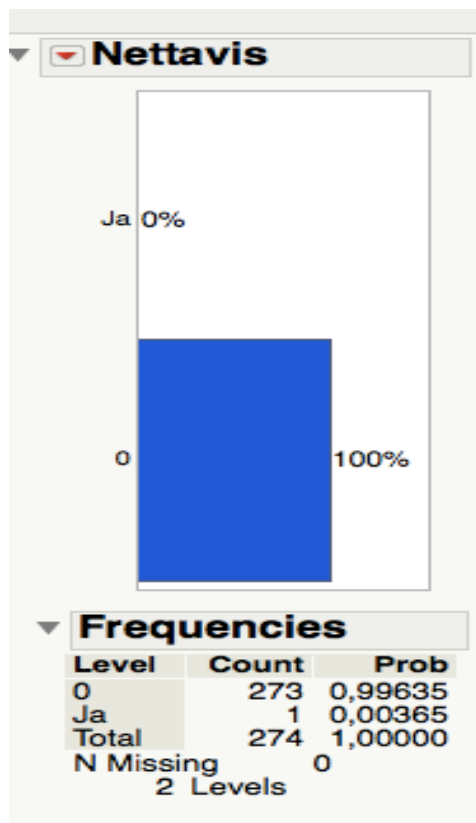
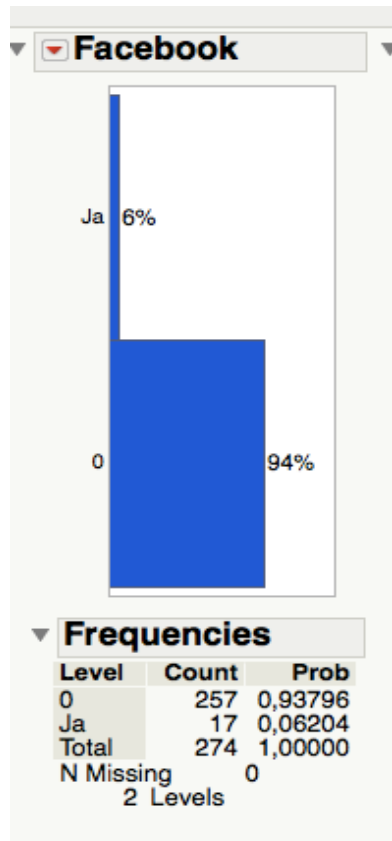
Level	Count	Prob
0	129	0,47080
Ja	145	0,52920
Total	274	1,00000
N Missing	0	
2 Levels		

▼ **Snapchat**

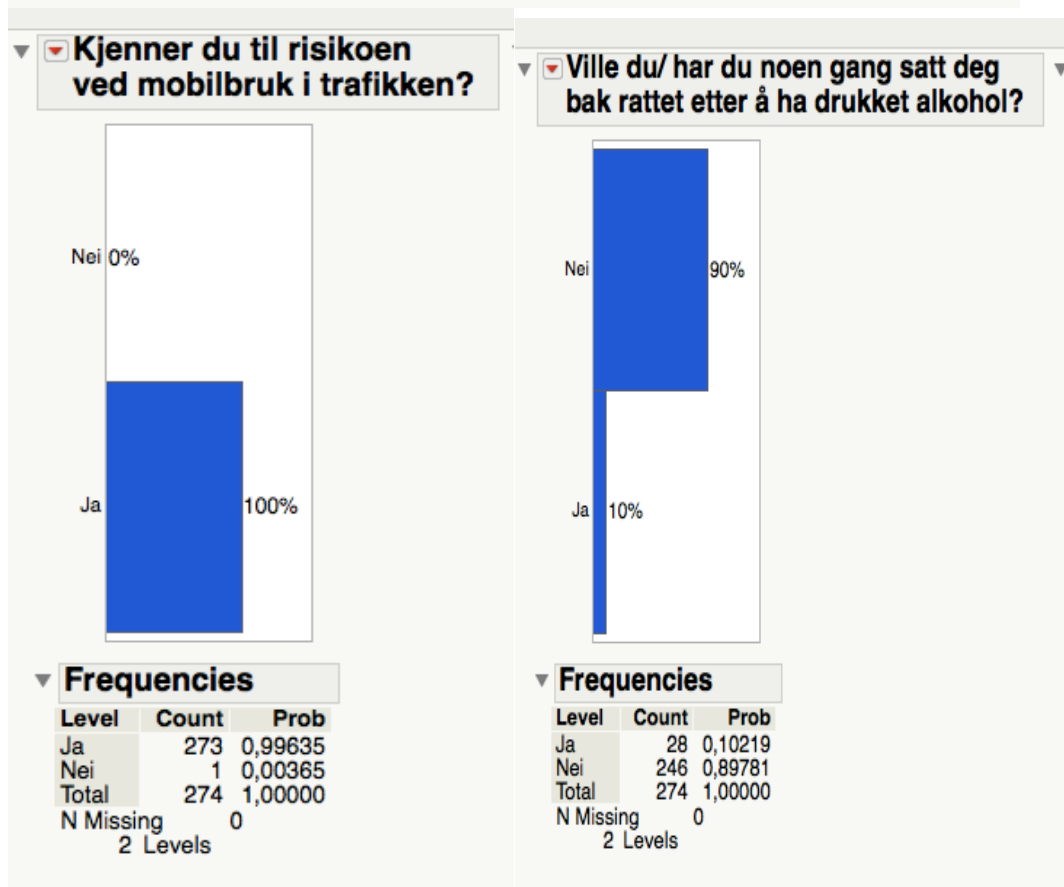
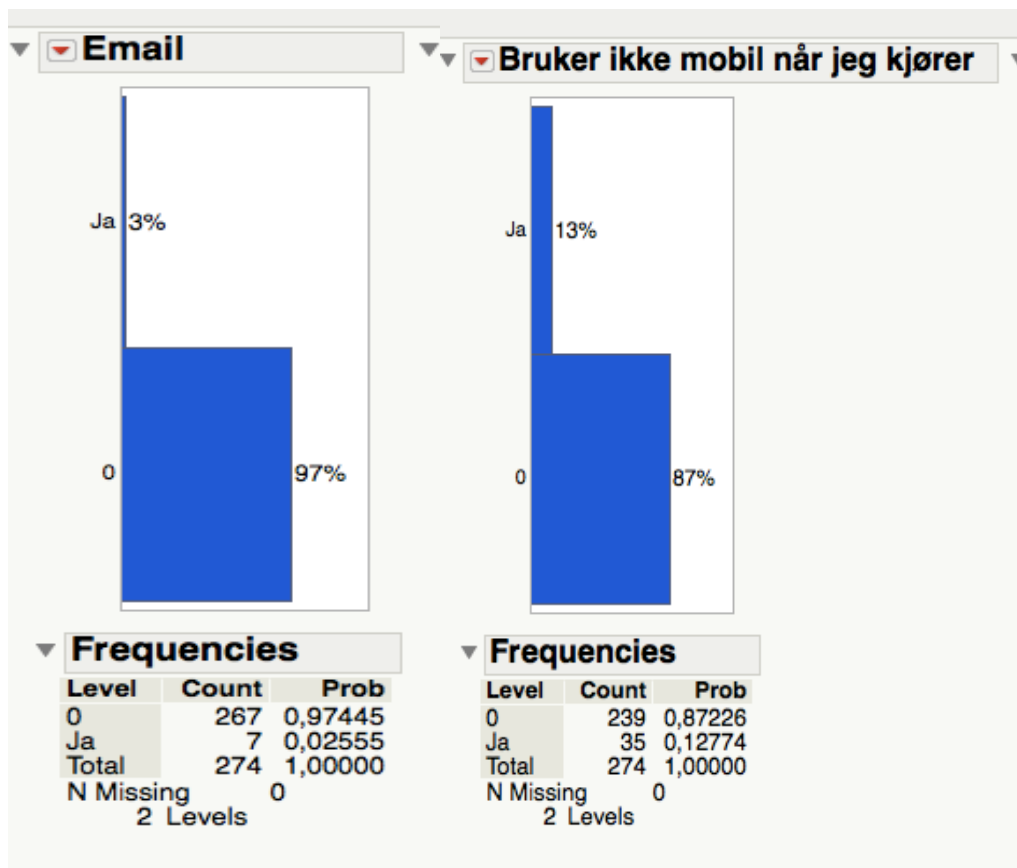


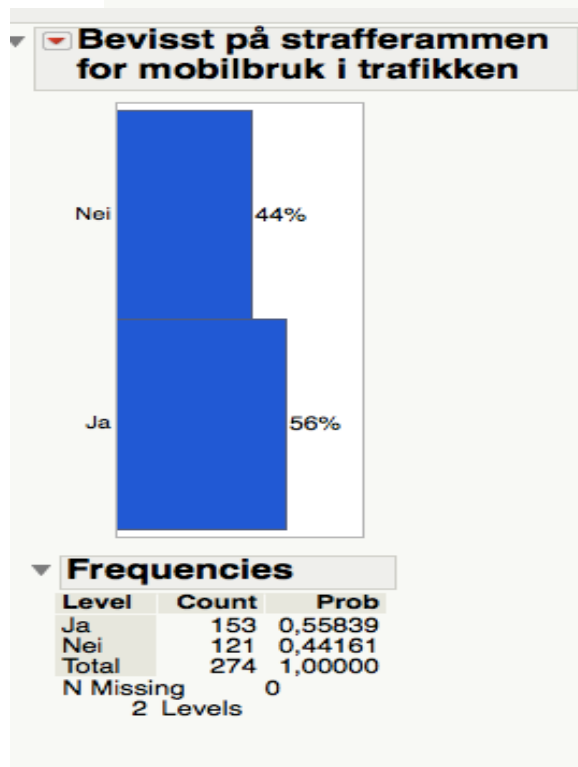
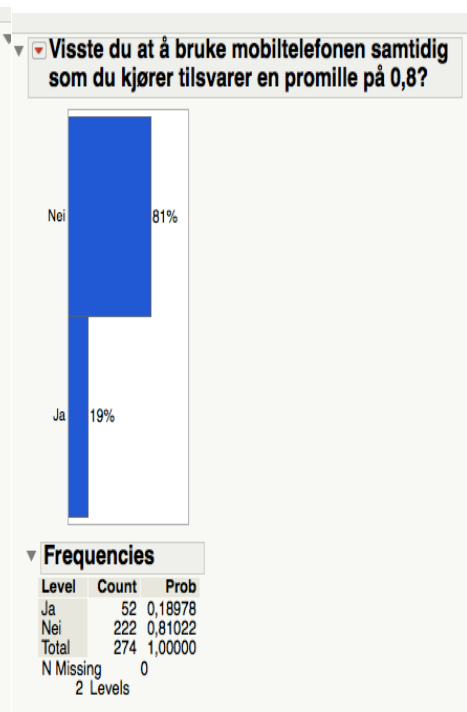
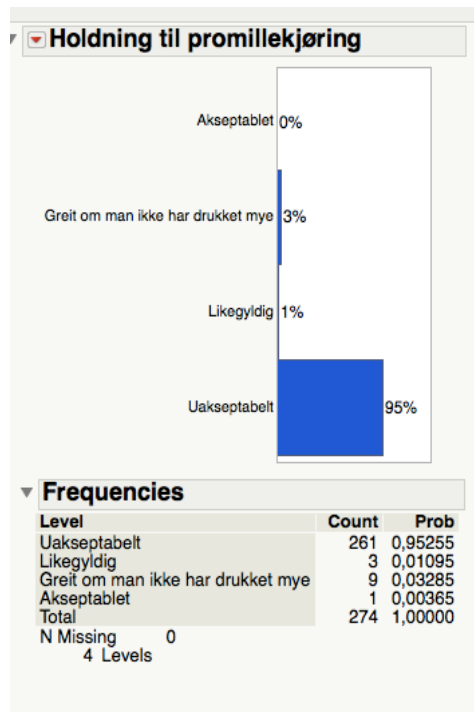
▼ **Frequencies**

Level	Count	Prob
0	159	0,58029
Ja	115	0,41971
Total	274	1,00000
N Missing	0	
2 Levels		

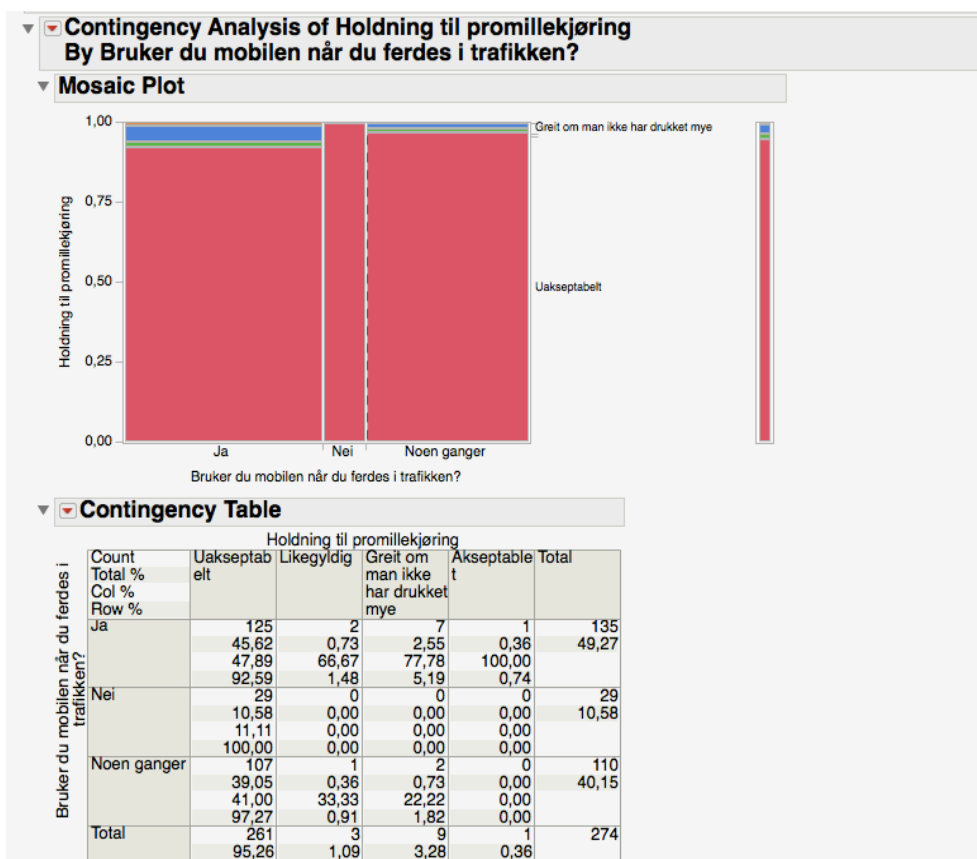
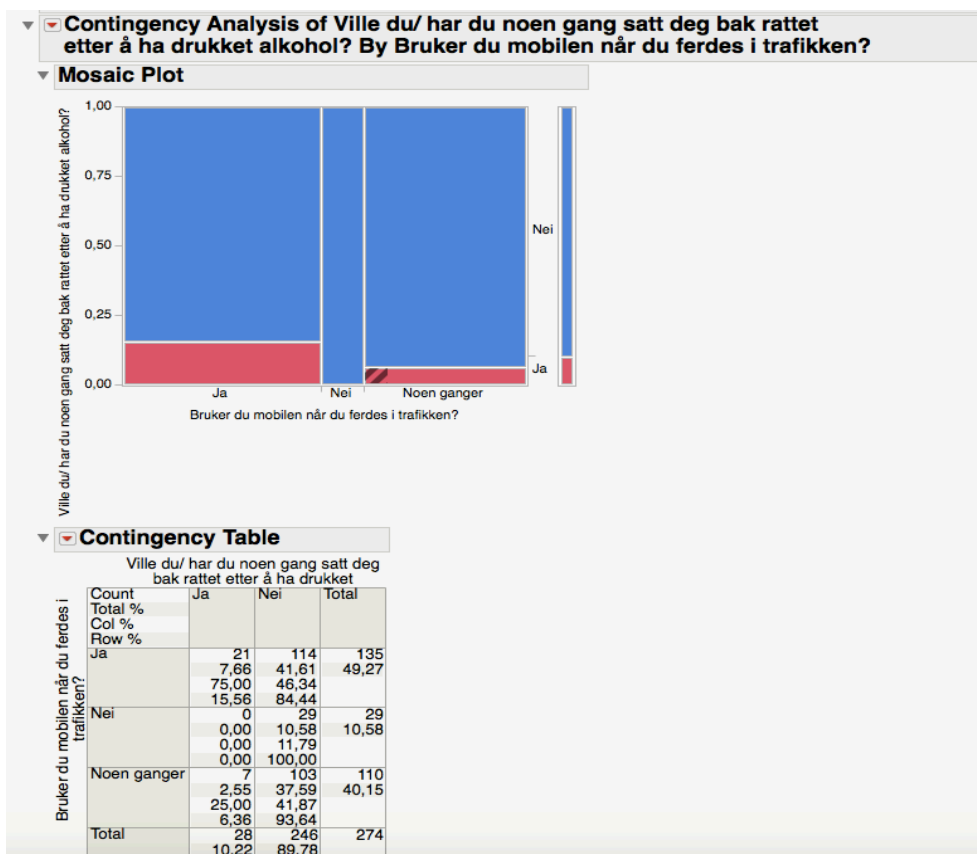






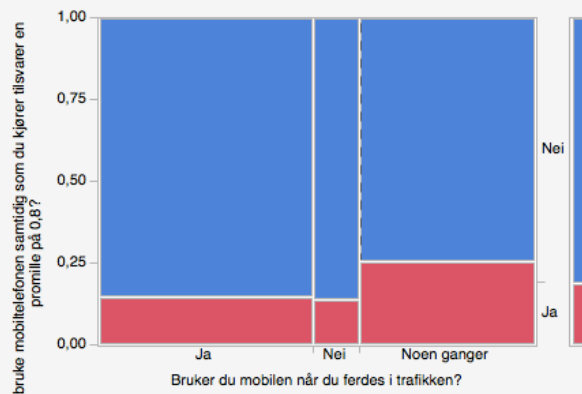


## Vedlegg 4: Krysstabell / Mobilbruk opp mot promillekjøring.



Contingency Analysis of Visste du at å bruke mobiltelefonen samtidig som du kjører tilsvarer en promille på 0,8? By Bruker du mobilen når du ferdes i trafikken?

Mosaic Plot



Contingency Table

Visste du at å bruke mobiltelefonen samtidig som du kjører tilsvarer en

	Ja	Nei	Total
Count			
Total %			
Col %			
Row %			
Ja	20 7,30 38,46 14,81	115 41,97 51,80 85,19	135 49,27
Nei	4 1,46 7,69 13,79	25 9,12 11,26 86,21	29 10,58
Noen ganger	28 10,22 53,85 25,45	82 29,93 36,94 74,55	110 40,15
Total	52 18,98	222 81,02	274

Braker du mobilen når du ferdes i trafikken?

## Vedlegg 5: Kji-kvadrattest.

▼ **Contingency Analysis of Bruker du mobilen når du ferdes i trafikken? By Kjønn**

► **Mosaic Plot**

▼ **Contingency Table**

Bruker du mobilen når du ferdes i trafikken?

Count	Ja	Nei	Noen ganger	Total
Expected				
Cell Chi^2				
Kjønn Mann	68 51,7336 5,1146	4 11,1131 4,5529	33 42,1533 1,9876	105
Kvinne	67 83,2664 3,1777	25 17,8869 2,8287	77 67,8467 1,2349	169
Total	135	29	110	274

▼ **Tests**

N	DF	-LogLike	RSquare (U)
274	2	9,9776367	0,0382

Test	ChiSquare	Prob>ChiSq
Likelihood Ratio	19,955	<,0001*
Pearson	18,896	<,0001*

## Vedlegg 6: Moodboard ”#Offline”



( Kilder til bilder som tilhører andre enn oss ligger bakerst i vedlegg)

## Vedlegg 7: Publisitetsstunt / Genser



( Denne genseren vil bli tildelt opinionslederne som skal fronte kampanjen)



## Vedlegg 8: Publisitetsstunt / Gensere tilgjengelig i TT's nettbutikk





## Vedlegg 9: Pressemelding

Trygg Trafikk lanserer ny kampanje

### **"#Offline – Legg bort mobiltelefonen og spar liv!"**

Oslo, 07.mai 2018 – Trygg Trafikk lanserer nå en etterfølger til suksesskampanjen "Hold fokus", denne gangen med et primært fokus på unge sjåførere.

135 mennesker mistet livet i trafikken i fjor. Høy fart, ruspåvirket kjøring og uoppmerksomhet var blant de hyppigste årsakene til de mest alvorlige ulykkene. Trygg Trafikk setter nå fokus på uoppmerksomhet, herunder mobilbruk i trafikken. Kampanjen de nå lanserer skal vinkles opp mot ruspåvirket kjøring for å få fram alvoret.

### **#Offline – Legg bort mobiltelefonen og spar liv!**

Unge ser på kjøring i ruspåvirket tilstand som mer alvorlig enn mobilbruk bak rattet. Kampanjen #Offline ble lansert 01.mai, og direktør i Trygg Trafikk har troen på at denne kampanjen vil være et viktig bidrag på veien mot å endre unges holdninger og i beste fall også atferd i trafikken. Norske kjendiser er å se overalt på Instagram i ført genser "#Offline – legg bort mobiltelefonen og spar liv!"

- Vi har nå sendt ut en holdning og atferds undersøkelse til kvinner og menn i alderen 18-24 år. Resultatet var skremmende da hele 89 % av respondentene svarer at de bruker mobilen når de ferdes i trafikken. Det kom også frem at 95 % ser på promillekjøring som uakseptabelt. Vi ser da muligheten til å nå forklare unge om hvor farlig mobilbruk i trafikken er ved å vise dem farligheten vinklet opp mot promillekjøring.

- Allerede nå kan vi se norske kjendiser promotere kampanjen, så det er bare å følge med videre. Budskapet er av relevans for alle.

For ytterligere informasjon, vennligst kontakt:

Kommunikasjonssjef i Trygg Trafikk, *Fornavn og etternavn*

Tlf: \_\_\_\_\_

E-post: navn@tryggtrafikk.no

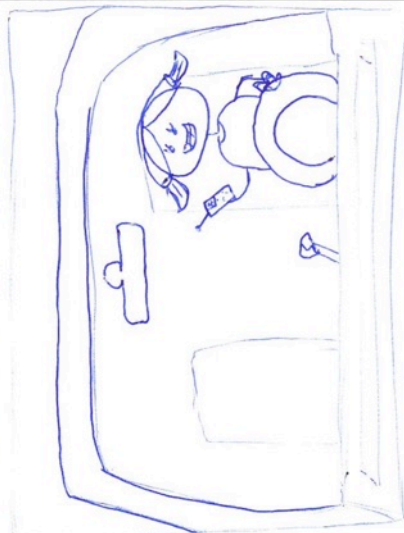
*Trygg Trafikk er en landsdekkende organisasjon som jobber for at færrest mulig skal bli alvorlig skadet eller drept i trafikken. De har siden 1956 bidratt til målrettet innsats innen forskning og opplæring og kunnskapsformidling. Det er distriktskontorer i alle fylkene og hovedkontor i Oslo. Til sammen er det rundt 50 ansatte. Arbeidet deres finansieres av statlige bevilgninger og samarbeidspartnere som forsikringsselskaper, fylkeskommuner, kommuner, organisasjoner og andre virksomheter.*

# Vedlegg 10: Storyboard / Reklamefilm

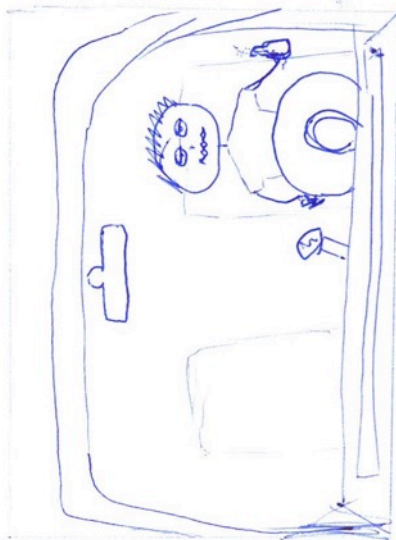
Scene 1



Scene 3



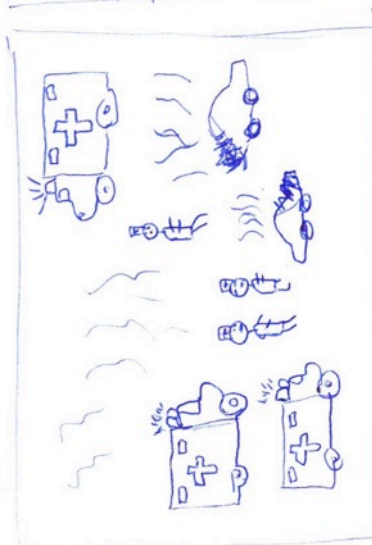
Scene 2



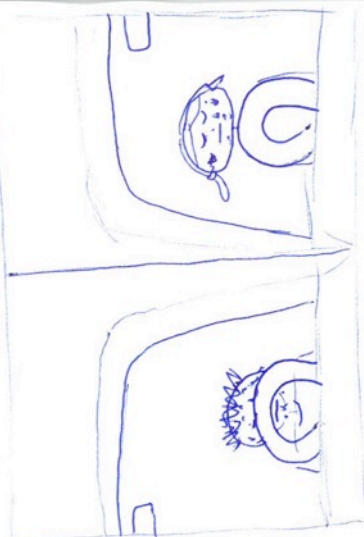
Scene 4



Scene 5



Scene 6



Scene 7

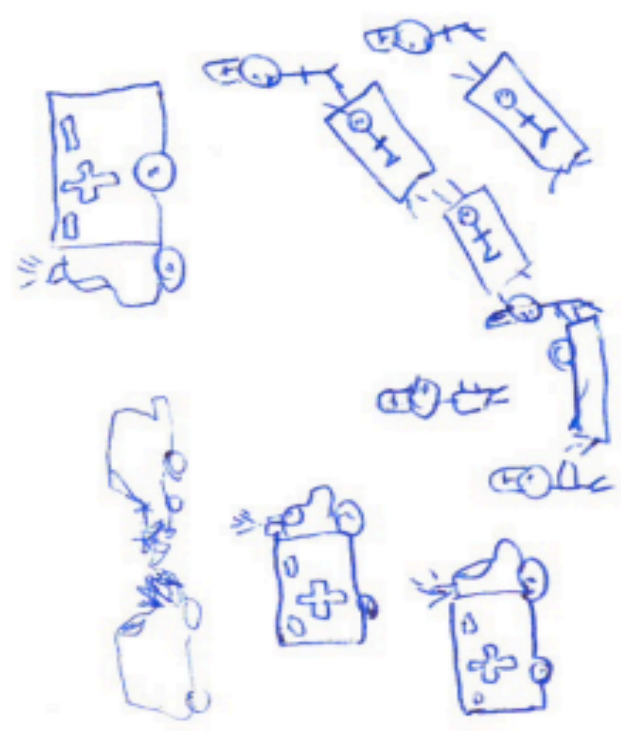
Mobilbruk i trafikken kan  
fort medføre samme fare som  
kjøring i ruspåvirket tilstand!

-LEGG BORT MOBILTELEFONEN,  
OG SPAR LIV!



TRYGG TRAFIKK

Scene 6



## Vedlegg 11: Scener / Reklamefilm

”#Offline – legg bort mobiltelefonen og spar liv!”

Scene 1: Festlige omstendigheter. Ungdommer står å danser med flasker og glass i henda.

Scene 2: Gutt setter seg i bilen og vrir om nøkkelen. Gutten er synlig berusa og skjelver i det han skal sette nøkkelen i.

Scene 3: Jente kjører bil samtidig som hun stadig har blikket rettet mot mobiltelefonen, og skriver meldinger. Jenta smiler, og stemningen er god.

Scene 4: Skjermen er svart. Lyd av biler som bråbremses, og et kraftig smell.

Scene 5: Kaotiske omstendigheter. Det er mye røyk og ambulanser med blålys.

Scene 6: Skjermen er delt i to, hvor vi på den ene ser jenta, og den andre ser gutten. Begge er hardt skadde. Musikken i bakgrunnen er dyster. Kamerat zoomer sakte utover til totalbilde, og de to skjermene blir til en. Her ser vi ofrene for uaktsomheten til gutten og jenta, - en barnefamilie der alle er kritisk skadd.

Scene 7: Siste scene er skjermen svart. Musikken er dyster, og det kommer opp store bokstaver på skjermen. ”Mobilbruk i trafikken kan fort medføre samme fare som kjøring i ruspåvirket tilstand” – ”Legg bort mobilen, og spar liv”.

## **Vedlegg 12: Invitasjon til pressekonferanse**

### **Invitasjon til pressekonferanse:**

Emnefelt: Invitasjon til pressekonferanse om reklamefilmen ”#Offline – legg bort mobilen og spar liv”.

Pressekonferanse: Tirsdag 8.mai kl.12.00.

Sted, adresse.

Vi vil ønske velkommen til pressekonferanse i anledning av Trygg Trafikk sin nye | reklamefilm ”#Offline – legg bort mobilen og spar liv”:

Vi i Trygg Trafikk vil invitere deg til pressekonferanse tirsdag 8.mai. Pressekonferansen vil handle om vår nye reklamefilm som tar for seg temaet mobilbruk i trafikken. Vi gir nå dere muligheten til å stille spørsmål angående denne tematikken, og om hvorfor vi velger å gjøre det som vi gjør, ved å vinkle det mot promillekjøring.

Vel møtt!

Om du ønsker ytterligere informasjon, vennligst ta kontakt:

Kommunikasjonsansvarlig i Trygg Trafikk, Navn Etternavn:

Tlf: xxx xx xxx

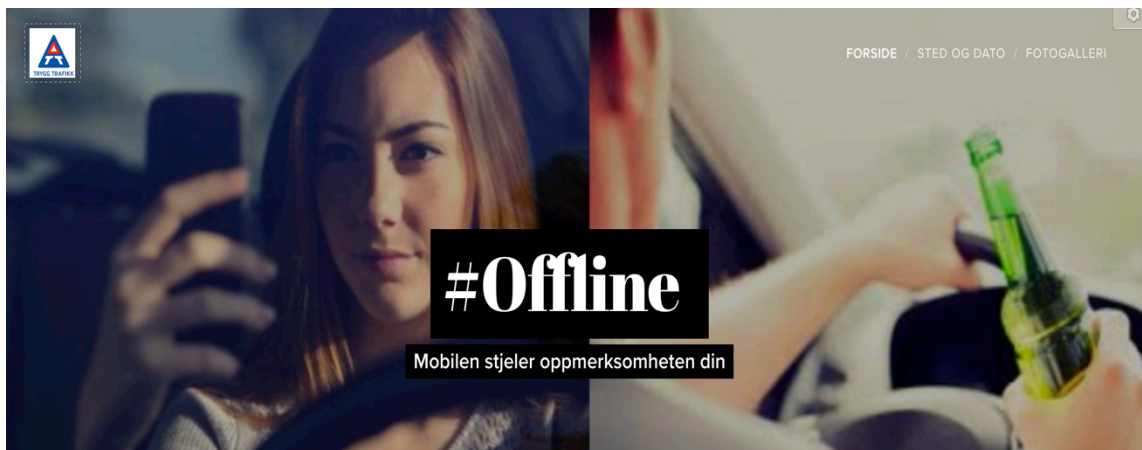
E-post: Navn@tryggtrafikk.no



### Vedlegg 13: Skisse til reklameplakat



## Vedlegg 14: Kampanjeside



Klikk deg inn på filmen! Du vil da forstå at mobilbruk i trafikken tilsvarer at man er like uoppmerksom som en med 0,8 i promille.

Legg mobiltelefonen bort når du ferdes i trafikken før noen du eller andre blir skadet! Forskning viser at selv lovlig bruk av mobilen tilsvarer kjøring med promille.



**Vis at du bryr deg og ta del i kampanjen!**

Vi ønsker at dere deler deres historier eller synspunkt med oss gjennom sosiale medier.



"Link til Trygg Trafikks nettbutikk"



"Link til opinionslederne på Instagram"

Instagram



://www.facebook.com/tryggtrafikk/?f

Lik / Del

**Del gjerne siden videre med noen  
du vet bruker mobiltelefonen bak  
rattet!**

Lik / del nettsiden

Trygg Trafikk

Drevet av Webnode



## Vedlegg 15: Skisse til Trygg Trafikks Facebookside under kampanjeperioden.

5 | 1

The image shows a Facebook page for 'Trygg Trafikk' (@tryggtrafikk). The page features a large black banner with the text '#Offline' in large white font, followed by 'Legg bort mobiltelefonen og spar liv!' and the URL 'www.offline.no/kampanje'. Below the banner are buttons for 'Liker', 'Følg', 'Del', and 'Kontakt oss'. The left sidebar contains navigation options: Startside, Om, Anmeldelser, Arrangementer, Videoer, Bilder, Instagram, Likerklubb, Konkurranser, Quiz, and Innlegg. The main content area shows a status update with a black profile picture and the text 'Skriv noe på denne siden ...'. Below this is a review section titled 'Anmeldelser' with a 4.6 star rating and 38 reviews. A review snippet shows a black profile picture and the text 'Fortell folk hva du synes' with a 5-star rating. The right sidebar displays the organization's name 'Trygg Trafikk', location 'Oslo, Norway', a 4.6 star rating, a search bar, and an invitation to like the page. At the bottom right, it shows '15 174 likerklubb'.

Trygg Trafikk  
@tryggtrafikk

Startside  
Om  
Anmeldelser  
Arrangementer  
Videoer  
Bilder  
Instagram  
Likerklubb  
Konkurranser  
Quiz  
Innlegg

# #Offline

Legg bort mobiltelefonen og spar liv!  
[www.offline.no/kampanje](http://www.offline.no/kampanje)

Liker Følg Del ... Kontakt oss Melding

Status Bilde/video

Skriv noe på denne siden ...

Anmeldelser  
4.6 ★★★★★ 38 anmeldelser

Fortell folk hva du synes  
★★★★★

Frivillig organisasjon i Oslo, Norway  
4.6 ★★★★★


Søk etter innlegg på denne siden

Inviter venner til å like denne siden





Trygg Trafikk jobber for at færrest mulig skal bli alvorlig skadet eller drept i trafikken. Bli med på laget!

15 174 likerklubb

## Vedlegg 16: Forslag til konkurranser Trygg Trafikks Facebookside



I forbindelse med kampanjen **#Offline**, ønsker vi å arrangere en konkurranse der dere har muligheten til å vinne en **lphone 7** i valgfri farge! For å delta må dere dele en historie dere selv, noen dere kjenner eller noen dere har hørt om har opplevd som inkluderer mobilbruk bak rattet. Dersom dere ønsker kan dere dele dette innlegget videre slik at flere får mulighet til å fortelle sin historie! Det er ikke et krav. Masse lykke til! Vinneren trekkes 15 juli :)

Frem innlegg **Publiser** ▼



Hei alle våre følgere og dere andre, vi skal nå arrangere en ny konkurranse hvor flere vil ha mulighet til å vinne kule premier. For å delta må dere skrive deres tanker og meninger rundt mobilbruk i trafikken her i kommentarfeltet. 31. juli trekker vi ut 10 heldige vinnere som får **#Offline** hettegenser i valgfri farge tilsendt i posten. Husk å skriv hvilken farge dere ønsker! Dersom det er ønskelig kan dere også dele dette innlegget. Masse lykke til :) Mvh oss i Trygg Trafikk

Frem innlegg **Publiser** ▼

## Vedlegg 17: Estimert kampanjebudsjett

Estimert budsjett for kampanjen #Offline	
AKTIVITET	KOSTNAD
<b>Publisitetsstunt:</b>	
Gensere til opinionsledere	1750
Betaling til kjendiser ( - de to bloggerne)	50.000
Hvis de stiller opp frivillig	0
Betaling til bloggere for blogginnlegg	40.000
Hvis de stiller opp frivillig	0
Pressemelding	1000
<b>SUM:</b>	<b>2750</b>
<b>Reklamefilm:</b>	
Kamerautstyr	52.000
Lønn til filmcrew	16.000
Lønn til skuespillere	9000
Diverse lån av utstyr ( biler osv)	40.000
Uforutsette kostnader	20.000
<b>SUM:</b>	<b>137 000</b>
<b>Pressekonferanse:</b>	
Mat og drikke	2000
<b>SUM:</b>	<b>2000</b>
<b>Kampanjeside</b>	
Reklameplakater i forkant	20.000
Forprosjekt	10.000
Endelig resultat	20.000
Lønn	14.400
<b>SUM:</b>	<b>64.400</b>
<b>Facebook</b>	
Betalt annonsering	20.000
Kostnader for premier	9139
<b>SUM:</b>	<b>29.139</b>
<b>Disponible midler:</b>	<b>250.000</b>
<b>Totale kostnader for prosjekt:</b>	<b>235.289</b>
<b>Resterende:</b>	<b>14.711</b>

## Vedlegg 18: Utregninger til kampanjebudsjett

### PUBLISITETSSTUNT:

#### **Gensere til opinionsledere:**

7 opinionsledere x 250 kr per genser = **1750 kr.** (Pris tatt utifra spreadshirt.no)

#### **Betaling til kjendisene for å poste bilde av seg på Instagram for kampanjen:**

5 opinionsledere x 10.000 kr = **50.000**

#### **Dersom kjendisene vil fronte saken frivillig uten noe for det:**

5 opinionsledere x 0 kr = **0.00.**

#### **Betaling til 2 bloggere for å fronte kampanjen:**

2 bloggere x 20.000 kr = **40.000.** ( Dette er bare antatt sum de vil ha for det)

#### **Dersom bloggerene vil fronte saken frivillig uten noe for det:**

2 bloggere x 0 kr = **0.00.**

#### **Pressemelding:**

Estimert beløp = **1000 kr.**

### REKLAMEFILM / PROSJEKT:

**Kamerautstyr:** Skal filme 2 dager uke 7 og 2 dager uke 8 = 4 dager med filming.

13.000 x 4 dager = **52.000 kr.**

**Lønn til filmcrew:** 4 dager ( 8 timer hver dag) = 32 timer

2 som arbeider x 32 timer x 250 = **16.000 kr**

( Dette inkluderer klipping/ redigering av film i tillegg til filming)

**Lønn til skuespillere:** 20 skuespillere (inkludert statister). Vi antar at det blir to profesjonelle skuespillere og 18 som er med frivillig.

2 skuespillere x 15 timer x 300 kr i timeslønn = **9000 kr.**

**Diverse lån av utstyr ( biler osv):** Her må vi bare anta noe.

10 000 kr per dag x 4 dager = **40.000 kr**

**Uforutsette kostnader:** **20.000 kr** i tilfelle noe annet skulle dukke opp.

### **PRESSEKONFERANSE:**

**Mat og drikke: 2000 kr.**

### **KAMPANJESIDE:**

**Reklameplakater i forkant:** 1 plakat = 20 kr.  
20 kr x 1000 plakater = **20.000 kr**

**Forprosjekt: 10.000 kr**

**Endelig resultat: 20.000 kr**

### **Lønn:**

Kampanjesiden ser vi for oss blir utviklet på 6 dager (fordelt på tre uker).

Arbeidsdagene er på 12 timer.

1 ansvarlig x (12 x 6) x 200 = **14 400.**

### **FACEBOOK:**

#### **Betalt annonsering/Facebook:**

Beregnet ut i fra FB's priser for annonsering.

5000 kr for 7 dager ( en uke) = Rekkevidde: 42 000 – 110 000 personer nådd.

Promotering 1 måned = 5000 x 4 = **20.000 kr.**

#### **Premier til konkurranser:**

**Iphone 7 = 6639 kr ( Elkjøp.no). 1 vinner x 6639 kr = 6639 kr.**

**Genser = 250 kr. (Spreadshirt.no) 10 vinnere x 250 kr = 2500 kr.**

## Vedlegg 19: Prosjektplan for ”#Offline”

Aktivitet:	Start	Varighet	Uke
Planlegging film	1	2	3
Filme	7	8	9
Redigering/klipping	7	8	9
Godkjenning	8	9	10
Lage kampanjeside	9	10	11
Planlegge publisitetsstunt	1	2	3
Få noen til å produsere gensere	5	6	7
Kontakte bloggere og kjendiser	1	2	3
Lage reklameplakater	12	13	14
Oppdatere netbutikk med gensere	17	18	19
Publisitetsstunt Instagram og blogg	18	19	20
Skrive pressemelding	18	19	20
Sende pressemelding	18	19	20
Endre Fb-siden til Trygg Trafikk	21	22	23
Konkurranse 1 på FB side	21	22	23
Konkurranse 2 på FB side	21	22	23
Publisert kampanjeside med med reklamefilmen	21	22	23
Sende invitasjon til pressekonferanse	21	22	23
Pressekonferanse	21	22	23
Henge opp reklameplakater	21	22	23
Kampanjens varighet	21	22	23
Evaluering av prosjekt	35	36	37

**OBS!** Det tar 1 uke å få ferdigstilt eksempelvis FBsiden men den skal ligge ute hele perioden og dermed er hele perioden markert med svart.

## Vedlegg 20: Forbruker og Media/ TNS Gallup

Undersøkelse: Forbruker & Media '17/1 - MGI  
 Univers ('000): 4 086,583  
 Base: Hele befolkningen <18+> [FELLES]  
 Base-størrelse ('000): 4 086,583  
 Målgruppe: Hele befolkningen  
 Målgruppestørrelse ('000): 4 086,583 Utvalg: 15 780  
 Prosent: 100,0%

Total		Total	Bruker sosiale nettsamfunn (Facebook, Twitter etc.) - akkumulert				
			Daglig	Ukentlig	Månedlig	Total bruk	Aldri
Total	vTotal	4 086,583	2 268,863	2 915,240	3 084,221	3 228,557	793,527
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100
	Rad %	100	55,5	71,3	75,5	79	19,4
	Vektet	100	100	100	100	100	100
Alder 7-delt	des. 17						
	vTotal	0	0	0	0	0	0
	vAffinitet	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Rad %	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Vektet	0	0	0	0	0	0
	18-29						
	vTotal	853,312	658,446	777,226	807,192	822,735	22,817
	vAffinitet	100	139	127,7	125,3	122	13,8
	Rad %	100	77,2	91,1	94,6	96,4	2,7
	Vektet	20,9	29	26,7	26,2	25,5	2,9
	30-39						
	vTotal	622,166	427,569	534,487	564,701	580,764	38,835
	vAffinitet	100	123,8	120,4	120,3	118,2	32,1
	Rad %	100	68,7	85,9	90,8	93,3	6,2
	Vektet	15,2	18,8	18,3	18,3	18	4,9
	40-49						
	vTotal	774,755	484,442	615,015	647,777	670,084	100,66
	vAffinitet	100	112,6	111,3	110,8	109,5	66,9
	Rad %	100	62,5	79,4	83,6	86,5	13
	Vektet	19	21,4	21,1	21	20,8	12,7
	50-59						
	vTotal	649,836	321,063	439,87	470,304	497,759	144,24
	vAffinitet	100	89	94,9	95,9	97	114,3
	Rad %	100	49,4	67,7	72,4	76,6	22,2
	Vektet	15,9	14,2	15,1	15,2	15,4	18,2
	60-69						
	vTotal	645,989	244,884	344,489	368,503	401,978	232,642
	vAffinitet	100	68,3	74,8	75,6	78,8	185,5
	Rad %	100	37,9	53,3	57	62,2	36
	Vektet	15,8	10,8	11,8	11,9	12,5	29,3
	70+						
	vTotal	535,874	131,091	201,966	223,553	252,774	252,692
	vAffinitet	100	44,1	52,8	55,3	59,7	242,8
	Rad %	100	24,5	37,7	41,7	47,2	47,2
	Vektet	13,1	5,8	6,9	7,2	7,8	31,8
	Ubesvart						
vTotal	4,65	1,368	2,188	2,188	2,462	1,641	
vAffinitet	100	53	66	62,4	67	181,8	
Rad %	100	29,4	47,1	47,1	52,9	35,3	
Vektet	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	

## **Vedlegg 21: Referanseliste for bildebruk.**

### **Moodboard:**

Altaposten.no. Hentet 14.Mai.2017.

<http://www.altaposten.no/lokalt/nyheter/article9311245.ece>

Ringenes.no. Hentet 14.Mai.2017.

<http://www.ringnes.no/ansvarlig/nytesansvarlig/Sider/alkohologbil.aspx>

Ta.no. Hentet 14.Mai.2017.

<https://www.ta.no/nyheter/mobiltelefon/trafikksikkerhet/to-av-tre-foreldre-bruker-mobil-nar-de-kjorer-bil/s/5-50-146478>

TV2.no. Hentet 14.Mai.2017.

<http://www.tv2.no/2015/12/15/broom/alkoholiker/promille/promillekjoring/7778256>

Ung.no. Hentet 14.Mai.2017.

[https://www.ung.no/lovbrudd/2789\\_Kj%C3%B8rer\\_med\\_promille.html](https://www.ung.no/lovbrudd/2789_Kj%C3%B8rer_med_promille.html)

VG.no. Hentet 14.Mai.2017.

<http://www.vg.no/forbruker/bil-baat-og-motor/bil-og-trafikk/1-av-5-har-kommet-over-i-motgaende-kjoerefelt/a/23517470/>

### **Publisitetsstunt**

Spreadshirt.no. Hentet 14.Mai.2017.

[https://www.spreadshirt.no/design-selv?gclid=Cj0KEQjwgODIBRCEqfv60eq65ogBEiQA0ZC5-SbUwlOqvp9Dw1i16GHH2jbA8pmnzF88lgZA6fG65CwaAiP68P8HAQ&productTypeCategory=27&product=154347451&view=1&affiliateID=1247957&s\\_kwcid=AL12836!3!194774558097!b!!g!!lage%20genser&ef\\_id=VxoKvAAABII8hyCI:20170514161928:s](https://www.spreadshirt.no/design-selv?gclid=Cj0KEQjwgODIBRCEqfv60eq65ogBEiQA0ZC5-SbUwlOqvp9Dw1i16GHH2jbA8pmnzF88lgZA6fG65CwaAiP68P8HAQ&productTypeCategory=27&product=154347451&view=1&affiliateID=1247957&s_kwcid=AL12836!3!194774558097!b!!g!!lage%20genser&ef_id=VxoKvAAABII8hyCI:20170514161928:s)



## **Reklameplakat**

Konatil.blogg.no. Hentet 14.Mai 2017.

[http://konatil.blogg.no/1476701370\\_.html](http://konatil.blogg.no/1476701370_.html)

Ung.no. Hentet 14.Mai.2017.

[https://www.ung.no/lovbrudd/2789\\_Kj%C3%B8rer\\_med\\_promille.html](https://www.ung.no/lovbrudd/2789_Kj%C3%B8rer_med_promille.html)

## **Kampanjesiden**

Abcnyheter.no. Hentet 15.Mai 2017.

<https://www.abcnyheter.no/motor/bil/2014/10/04/209180/sms-tasting-er-farlig-som-promille>

Bmmagazine.no. Hentet 15.Mai 2017.

<http://www.bmmagazine.co.uk/columns/opinion/facebook-live-use/>

Fredly.fhs.no. Hentet 15.Mai 2017.

<http://fredly.fhs.no/nyheter/>

Markedsforing.dk. Hentet 15.Mai 2017.

<http://markedsforing.dk/artikler/pr-kommunikation/oplev-verdens-bedste-reklamefilm>

Ta.no. Hentet 14.Mai.2017.

<https://www.ta.no/nyheter/mobiltelefon/trafikksikkerhet/to-av-tre-foreldre-bruker-mobil-nar-de-kjorer-bil/s/5-50-146478>

Tronderbladet.no. Hentet 15.Mai.2017.

<http://www.tronderbladet.no/nyheter/article10356241.ece>

Ung.no. Hentet 14.Mai.2017.

[https://www.ung.no/lovbrudd/2789\\_Kj%C3%B8rer\\_med\\_promille.html](https://www.ung.no/lovbrudd/2789_Kj%C3%B8rer_med_promille.html)