



# MUSTASCH KAMPEN 2019

5

## Redovisning av Mustaschkampen 2019

### Vad är Mustaschkampen?

Mustaschkampen är en årlig kampanj som arrangeras av Prostatacancerförbundet med 27 prostatacancerföreningar, ett tiotal huvudpartners och över 500 företag/organisationer som säljer, mustaschprodukter och genomför insamlingar och andra aktiviteter.

### Syfte

Mustaschkampens syfte är att:

- Öka allmänhetens kunskap om prostatacancer och sprida kunskap om den ojämlika vården med stora regionala skillnader.
- Samla in medel till forskning, utveckling och opinionsbildning
- Verka för att förbättra mäns hälsa och livskvalitet samt få fler att känna till att tidig upptäckt av prostatacancer räddar liv.

### Mål 2019

#### Opinionsbildning

Mustaschkampen ska öka allmänhetens kännedom om att prostatacancer är Sveriges vanligaste cancersjukdom och genom opinionsbildning få politiker att vilja förbättra den ojämlika vården med stora regionala skillnader.

Dessutom ska fler känna till att tidig upptäckt av prostatacancer räddar liv.

### Bidra till forskning och utveckling

Det behövs säkrare diagnos- och effektivare behandlingsmetoder.

### Mäns hälsa

Verka för att öka mäns hälsa och livskvalitet. Påverka män att förändra sin livsstil för att få ett bättre och längre liv. Få män som fyllt 50 år att ta PSA-prov och därigenom minska dödligheten i prostatacancer.

### Resultat insamling

Det insamlade resultatet var

2015: 4 mkr

2016: 8,4. mkr

2017: 10,5 m kr

2018: 12,5 mkr

2019: 15,2. mkr

**Summa de fem åren: 50,6 mkr**

Insamling har skett via allmänheten och genom företag. Ett omfattande arbete har utförts för att få med många företag och organisationer, vilket lyckats då 542 företag och organisationer har genomfört insamlingar, sålt mustaschprodukter och genomfört aktiviteter.

### Huvudpartners



**Coop** sålde mustaschpins, mustaschreflexer och tretton egna produkter; morötter, bondlimpa, bubbelvatten, sallad, granola, cornflakes, toapapper, korvbröd, hushållspapper och apelsinjuice mm. Prostatacancerföreningarna hade informationsdagar i många Coopbutiker.



**Beijer Bygg** bidrog bland annat med att ishockeylandslaget Tre Kronor deltog i kampen.



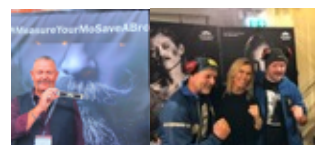
**ATG Drömfond** spred kampanjen till hela landet genom Harry Boy och arrangerade invigning med Foppa som tog PSA prov i TV4.



**Brothers** sålde mustaschpins och mustaschreflexer samt mustaschstrumpor, skjortor och t-shirts.



**Apoteksgruppen** sålde mustaschpins och mustaschreflexer.



**Hultafors Group** sålde *Mustasch-stocken*, gjorde insamlingar, producerade filmer mm.



**Malaco** sålde skumlakritsmustascher över hela landet.

**Aftonbladet och Schibsted** var mediepartners. Mer om dem på sid 3.

## Resultat opinionsbildning

Arbetet inriktades mot en aktiv mediebearbetning och att verka genom regionala prostatacancerföreningar och våra samarbetspartners för att hitta så breda kontaktytor som möjligt.

### Budskapen kommunicerades

- 8 st pressreleaser
- Ett omfattande kontaktarbete med medier
- 26 filmer
- Medverkan i radio och TV
- Kampanjbroschyr och 5-punktsprogram

### 27 föreningar gjorde aktiviteter

- Deltagande i möten, debatter och uppvaktningar av politiker
- Aktivt stöd från huvudpartners
- Aktivt bearbetande av företag för att få hjälp med påverkansarbetet
- Ett stödmaterial i form av tröjor, reflexer, pins, lösmustascher och mössor ökade engagemanget.

Att fortsätta visa kvinnor med mustasch gav även 2019 ökande uppmärksamhet. De fyra kvinnorna med mustasch var alla boxare: *Mikaela Laurén*, världsmästare *Anna Laurell*, världsmästare *Agnes Alexiusson*, landslagsboxare *Love Holgersson*, landslagsboxare

Framgången för Mustaschkampen beror mycket på det kraftiga stöd som kampanjen fått från sina mediepartners Aftonbladet och Schibsted.

Aftonbladets omfattande annonsering av kampanjen bidrog till att fler privatpersoner och företag bidrog till insamlingen. Dessutom många viktiga artiklar av Mary Mårtensson



Annonserna i tunnelbanan visades 20 milj. gånger. Det blev 30 helsidesannonser och 12 uppslag i Aftonbladet samt 9 helsidor och ett uppslag i SvD.

Digitala annonser visades i Aftonbladet och på Schibsteds digitala webbplatser 50 milj. gånger. Dessa visningar ledde till att många gick vidare till kampanjens nya webbsida.



En ny studie från Lunds universitet visar att män som söker vård för barnlöshet löper ökad risk att drabbas av prostatacancer.



Ungefär var fjonde svensk man drabbas av prostatacancer. En lika stor andel är dessutom infertila, visar den nya studien. Med hjälp av olika medicinska register har forskarna vid Lunds universitet analyserat sambandet mellan infertilitet och prostatacancer hos sammanlagt 1,2 miljoner svenska män som blev föder mellan åren 1994 och 2014, skriver

### Beslutsgrupp

Calle Waller, Gert Malmberg, Göran Hellberg och Torsten Tullberg fick styrelsens uppdrag att formulera budskapen.

### Projektledning

Torsten Tullberg, kampanjledare  
Tomas Tullberg, projektledare  
Maria Ahlvik, kommunikatör  
Katarina Nylander, kommunikatör

Reklambyrå: New Ad Agency med Jocke Jonason, Jens Pamp, Elena Jonason och Sofia Grandinson Ratz

PR-byrå: Tre Kronor Media med Lars Bönnellyche

Webbyrå: Rebel & Bird





## Rekordmånga artiklar!

Varje år har antalet artiklar ökat. Fler förstasidor och längre artiklar. Artiklarna har handlat om Mustaschkampens aktiviteter och om behovet av jämlik vård, bättre behandlingsmetoder och vikten av tidig upptäckt

- Resultat 2015: 278 pressklipp
- Resultat 2016: 431 pressklipp
- Resultat 2017: 832 pressklipp
- Resultat 2018: 1 079 pressklipp
- Resultat 2019: 1 184 pressklipp



## Mustaschkampen inleds i Västervik

Mustaschkampen inleds i Västervik. Peter 'Foppa' Forsberg var med i Nyhetsmorgon TV4 där han tog PSA-prov. Till höger Jan Frick, ordf ProVitae, i mitten Tomas och Torsten Tullberg och till vänster vinnaren i Mustaschloppet.

## Fler radioprogram!

- Resultat 2015: 10 radioprogram
- Resultat 2016: 19 radioprogram
- Resultat 2017: 54 radioprogram
- Resultat 2017: 29 radioprogram
- Resultat 2019: 42 radioprogram



Prostatacancerföreningarna medverkade i rekordmånga radioprogram.

## Medverkan i fler nyhetsprogram i TV

- Resultat 2015: 7 TV-program
- Resultat 2016: 12 TV-program
- Resultat 2017: 25 TV-program
- Resultat 2018: 22 TV-program
- Resultat 2019: 39 TV-program



## Invigning Mustaschkampen



ATG arrangerade invigningen av årets Mustaschkamp med mustaschlopp på Jägersro, Malmö. Peter "Foppa" Forsberg var med i Nyhetsmorgon TV4 där han tog PSA-prov. Till höger Jan Frick, ordf ProVitae, i mitten Tomas och Torsten Tullberg och till vänster vinnaren i Mustaschloppet.

## Blå kokboken II utsedd till Världens näst bästa kokbok



Blå Kokboken II utsågs till Sveriges bästa kokbok. Den tävlade därefter i World Gourmand Cookbook Awards mot 35 000 kokböcker. Boken utsågs i Kina till Världens näst bästa kokbok i alla kategorier. Författaren Anna Benson tog emot priset. För varje såld bok går 100 kr till Prostatacancerfonden.

## Mikaela Laurén i inspelning



Mikaela Laurén spelar in film och boxas med Håkan Svanström hos Svanströms El & VVS, ett arrangemang av Hultafors Group

## Mustaschkampen med i Bingolotto



Mustasch-Bingolott och medverkan i TV-programmet gav 100 000 kr

## Utställning på Sturehof



Kvalitetsfotokopior av kampanjens 20 tjejer som varit med i annonserna ställdes ut på Sturehof. Några som var där var skådespelare Stefan Sauk, artisten Jessica Folcker och världsmästaren i boxning Mikaela Laurén.

## Landskamp Tre Kronor



Beijer Bygg ordnade så Mustaschkampen blev värd för landskampen Sverige-Tjeckien med mustaschmålning mm. Information av Prostatacancerföreningen Dalarna.

## Antal samarbeten med företag och organisationer

Företagen genomförde insamlingar, sålde mustaschprodukter, gjorde tävlingar och mycket annat.

Resultat 2015: 167 ftg/org

Resultat 2016: 370 ftg/org

Resultat 2017: 490 ftg/org

Resultat 2018: 520 ftg/org

Resultat 2019: 542 ftg/org



Curlinglandslaget stödjer Mustaschkampen - här med äggkartonger från Stjärnagg



Många företag i kampanjens blå mustascher.



Läkemedelsföretaget Ispen med mustascher.



Kalles kaviar naturligtvis med mustasch.



Tre Kronor med mustascher.

542 företag var delaktiga genom att köpa tröjor, odla mustascher eller samla in pengar



Morakniv har varit med i flera år.

## Lokala prostatacancerföreningar

Resultat 2015: 124 aktiviteter

Resultat 2016: 284 aktiviteter

Resultat 2017: 327 aktiviteter

Resultat 2018: 338 aktiviteter

Resultat 2019: 344 aktiviteter

De lokala prostatacancerföreningarnas aktiviteter var centrala för genomförandet.

Föreningarna har bland annat:

- skickat pressreaser, skrivit debattartiklar
- gjort uppvaktningar hos politiker
- arrangerat debatter, konferenser, informationsmöten
- sålt mustaschprodukter
- arrangerat insamlingar
- informerat på idrottstävlingar



Prostatacancerföreningen Värmland får check av Hyrcenter.



Prostatacancerföreningen Träpatronerna informerar och säljer pins på Coop.



Prostatacancerföreningen Jämtgubben informerar på Coop.

## Mustaschkampen bidrar till ökad forskning

Det finns stora behov att förbättra diagnos- och behandlingsmetoder. Mustaschkampen bidrar med mer pengar till forskningen för varje år.



## Några viktiga forskningsprojekt 2019

**Agneta Wennman-Larsen**, Inst.

Omvårdnad, Sophiahemmets högskola - stödjande vård vid livsbegränsande cancersjukdom.

**Anders Bjartell**, Lunds universitet - translationell forskning för att förbättra diagnostik och behandling samt att resultat snabbare kan användas i vården.

**Anders Widmark**, Umeå universitet - varför prostatacancer sprids till skelettet och att söka svar på hur spridningen kan stoppas.

**Eva Samuelsson**, Umeå universitet - om en mobilapp kan underlätta bäckenbotten träning och påverka besvär med urinläckage efter radikal prostataektomi.

**Marene Landström**, Umeå universitet - utvärdera värdet av nya potentiella framtida läkemedel och biomarkörer för aggressiv prostatacancer

Prostatacancerförbundet har 90-konto och kontrolleras av Svensk Insamlingskontroll.

Läs mer om alla forskningsprojekten på <https://prostatacancerforbundet.se/>

Mustaschkampen arrangeras av Prostatacancerförbundet  
tel: +46 8 655 44 30  
[info@prostatacancerforbundet.se](mailto:info@prostatacancerforbundet.se)  
[www.mustaschkampen.se](http://www.mustaschkampen.se)  
[www.prostatacancerforbundet.se](http://www.prostatacancerforbundet.se)

Vill ni medverka i Mustaschkampen 2020?

Kontakta projektledningen:  
Torsten Tullberg  
+46 76-83 38 00  
[torsten@prostatacancerforbundet.se](mailto:torsten@prostatacancerforbundet.se)  
Tomas Tullberg  
+46 73-379 65 45  
[tomas@prostatacancerforbundet.se](mailto:tomas@prostatacancerforbundet.se)