

Ved uheld kan risikoen for hovedskader reduceres med 60 %, hvis man bruger cykelhjelme. Kampagne "Min hjelm" skal i ugerne 39-40 motivere danskerne til at bruge cykelhjelme.

Kampagnen "Min hjelm" skal i uge 39-40 få flere danskere til at blæse på forfængeligheden og bruge cykelhjelme.

Kampagnen er et samarbejde mellem Rådet for Sikker Trafik og TrygFonden.

Designerhjelme

Rikke Gravengaard's søster blev kørt ned i morgentrafikken og fik en hjerneskade. Derfor ønskede Rikke, at cyklisterne skulle tage cykelhjelm til sig. Hun kontaktede designerne Mads Nørgaard, Jørgen Simonsen, Molo-kids og Katvig og bad dem kreere flotte cykelhjelme, som ville få flere danskere til at synes, at det er smart at køre med hjelm.

Køb dem i Netto

De fire hjelme kan købes i landets Netto butikker i uge 33 for 199 kr./stk. For hver solgt hjelm doneres 50 kr. til Hjernesagen og Hjerneskadeforeningen.

Design din egen cykelhjelme

På hjemmesiden minhjelm.dk kan du designe din egen cykelhjelme og se andres kreative bud på hjelmdesigns. Hver uge kåres en vinder og hovedpræmien er en rejse til New York.

[Slip kreativiteten løs på minhjelm.dk](http://minhjelm.dk)

[Gå til minhjelm's Facebook side](#)

Kunstnere designer hjelme

Kristian Hornsleth gav sit bud på en cool cykelhjelme i København, mens Basco Five slap kreativiteten løs i Århus. I begge byer var der hængt kæmpe bannere op centrale steder. De to kunstnere havde frie hænder til at designe hjelmene.

Basco Fives bud på en cykelhjelme



Kristian Hornsleths bud på en cykelhjelme



Baggrund for kampagnen

Brugen af cykelhjelm er støt stigende i Danmark. Mange danskere har fået øjnene op for, at hjelmen er en nyttig sikkerhed, hvis uheldet skulle være ude. Dem der stadig ikke bruger cykelhjelm, mener at hjelmene er grimme, og det skal kampagnen være med til at imødekomme.



Mads Nørgaard



Katvig



Molo Kids



Jørgen Simonsen