Sluttrapport #førstesteget

Forord

#førstesteget har vært et ettårig prosjekt, med base hos søkerorganisasjonen ROS - Rådgivning om spiseforstyrrelser. Gjennom prosjektperioden har vi i svært stor grad lykkes med å forbedre vårt chat-tilbud og gjøre dette kjent blant barn og unge. I kampanjen «**Si det til noen. Ta det #førstesteget**» har vi satt søkelys på spiseproblematikk og viktigheten av å søke hjelp tidlig. I denne rapporten vil vi beskrive de ulike tiltakene og resultatene fra prosjektet.

Tusen takk til prosjektmedarbeider Maria Vogt Andrésen som med sin kunnskap og kompetanse har bidratt at ROS i dag har et enda bedre chat-tilbud med kompetente frivillige som kan møte våre brukere.

Tusen takk til kommunikasjonsbyrået Mannheimer for deres bidrag under planlegging og gjennomføring av kampanje tilhørende prosjektet.

Tusen takk til alle ambassadører som stilte opp og bidro til spredning av budskapet.

Tusen takk til Extrastiftelsen for den økonomiske støtten som gjorde prosjektet mulig.

Sammendrag

Mange unge synes det er vanskelig å snakke med noen når de begynner å kjenne at forholdet til mat og kropp er vanskelig. Samtidig vet vi at jo lenger man har en spiseforstyrrelse uten å få hjelp, jo lenger blir veien mot å bli frisk. Gjennom dette prosjektet ønsket vi å senke terskelen for å søke hjelp når man kjenner at forholdet til mat og kropp har blitt vanskelig.

Prosjektet besto av to hoveddeler hvor første delmål handlet om å kvalitetssikre vårt chat-tilbud og øke kompetansen hos våre chat-rådgivere, slik at vi til enhver tid er rustet til å møte de unge som kontakter oss, på en god og kompetent måte.

Enormt stor støtte
Med kjærlighet og tålmodighet dere meg møtte
Tok kontakt første gang i vår
Nå jeg videre går

Vonde tanker jeg har
Her finnes det alltid et svar
Uansett hvilke spørsmål dere av meg får
Dere har sagt, videre med meg dere går

Støtter meg og vil meg bare det beste
Alt dere måtte/må svare og lese
God hjelp fra dere
Selv om at dere er flere

Dere vil gå veien sammen med meg
Prosessen her er ikke gjort unna i en fei
En kamp/vei jeg ikke ser noe ende i akkurat nå
(Litt) Hjelp jeg da velger å få

Dere er her alltid (!!)
Med hjelp fra dere jeg blir blid
Lytter, forstå dere prøver
Med tankene mine jeg meg øver

Jeg får frem det som er vanskelig
Dere får meg til å si «Jeg er ikke ubrukelig»
På meg dere vil jeg skal ha tro
Midt oppi det vanskeligste jeg sto

Dere sier jeg fortjener å ha det bedre
Nå har jeg forsøkt dere å hedre
Dette er ENORMT bra
Å få det bedre jeg er nå veldig gira

TUSEN TAKK FOR GOOOOD HJELP DERE GIR!!:)

*Tilbakemelding fra Tuva 16 år, bruker av ROS sin chat

Andre delmål handlet om å motivere flere unge mennesker til å søke hjelp. Vi ønsket å synliggjøre en «ufarlig» måte man kan søke hjelp på, der ingen spørsmål er for dumme, og ingen problemer er for små.

Målgruppen for dette prosjektet var ungdom mellom 12 og 20 år, som opplever et anstrengt forhold til mat, kropp og vekt.

Gjennom tiltakene har vi i aller høyeste grad oppfylt målet om å kvalitetssikre vårt chat-tilbud og øke kompetansen hos våre chat-rådgivere, slik at vi er enda bedre rustet til å ta imot en økning i henvendelser. Vi har gjennomført alle tiltak vi ønsket.

Når det gjelder kampanjen i prosjektets andre del, har resultatene vært over all forventing. Helsesistas snapstory på dagen for kampanjestart, ble sett 73 000 ganger og denne kvelden hadde vi en enorm økning i antall henvendelser på vår chat. I løpet av åpningstiden på fire timer, hadde vi over 150 henvendelser, mot normalt 20.

I kampanjeperioden 18.03 - 14.04 hadde ROS 748 henvendelser på vår chat. Sett i forhold til de fire foregående ukene, utgjør dette en økning på hele 179 %. Videomateriell som har blitt produsert ifbm. kamanjen har hatt en stor rekkevidde og tallene viser at vi har nådd en yngre målgruppe enn tidligere.

I prosjektets første del gjennomførte vi følgende tiltak:
Implementering av ny chat-løsning, rekruttering og opplæring av nye frivillige, kartlegging av kompetanse blant frivillige, fast teamlederordning, utvidelse av åpningstider på chat, reflekterende team/samlinger for frivillige, opplæring i håndtering av selvmordshenvendelser, innføring av bakvaktsordning, utvikling av kunnskapsbank spesielt tilpasset chat, opprettelse av tilbud om individuell veiledning for frivillige chat-rådgivere.

Prosjektets andre del, kampanjen «Si det til noen. Ta det #førstesteget#», startet 18. mars. Helsesista besøkte da ROS og gjennom sin snapchat-kanal hadde hun fokus på spiseproblematikk og promotering av ROS sin chat.

I tillegg rekrutterte vi en rekke rollemodeller, ansatte og frivillige som bidro med bilder og/eller video der de oppfordrer målgruppen til å si det til noen hvis de kjenner at forholdet til kropp og mat var blitt vanskelig. Samtidig promoterte de ROS sin chat som et sted der man kunne snakke med noen anonymt, gratis og trygt. Kampanjen varte i fire uker.

Gjennom grundig kartlegging har vi fått langt større innsikt i våre brukeres behov. Vi har fått gode rutiner for rekruttering og ikke minst oppfølging av frivillige, slik at vi i større grad kan ivareta disse.

Resultatene fra kampanjen viser at det er et enormt behov for lavterskeltilbud for barn og unge som har fått et vanskelig forhold til mat og kropp. Vi erfarer at chatten har en uvurderlig verdi for mange som ikke har andre å snakke med.

Vi opplevde stor støtte og stort engasjement gjennom hele perioden, og tallene tyder på at vi har nådd målet om å få flere unge mennesker til å søke hjelp. Vi har klart å synliggjøre en «ufarlig» måte man kan søke hjelp på, der ingen spørsmål er for dumme, og ingen problemer er for små.

ROS er svært fornøyd med resultatene vi har oppnådd gjennom #førstesteget. Chat-tilbudet kommer til å være en viktig del av vårt rådgivningstilbud i årene fremover og kvalitetshevingen vi har fått på dette tilbudet er svært viktig i den sammenheng.

Filmene som er blitt produsert i forbindelse med kampanjen vil vi fortsette å bruke for å fremme budskapet om å søke hjelp. Effekten av å ha Helsesista med på laget, viser viktigheten av å kunne nå ut til barn og unge. På bakgrunn av dette ønsker ROS å bli enda bedre på målrettet kommunikasjon mot barn og unge.

Bakgrunn for prosjektet

Mange unge synes det er vanskelig å snakke med noen når de begynner å kjenne at forholdet til mat og kropp er vanskelig. Dette kan ofte være fordi de skammer seg over tankene og følelsene sine, eller fordi de ikke føler at problemene deres er store eller alvorlige nok. Samtidig vet vi at jo lenger man har en spiseforstyrrelse uten å oppsøke hjelp, jo lenger blir veien mot å bli frisk igjen. Å snakke med noen om det som er vanskelig, uansett hvor store problemene føles der og da, kan derfor være svært betydningsfullt for de det gjelder, fordi det kan hindre problemene i å utvikle seg til alvorlige lidelser.

ROS sin chat er et trygt sted for unge å ta kontakt – helt anonymt og på egne premisser. ROS erfarer dessverre en dramatisk økning i antall alvorlige henvendelser på chat, fra brukere med komplisert problematikk. For å møte brukernes behov og for å kvalitetssikre tilbudet, har vi behov for ressurser som kan drive systematisk kompetanseheving av de frivillige chat-rådgiverne våre. Dette er viktig for at de skal føle seg trygge i sitt arbeid.

Målsetting og målgruppe

Gjennom dette prosjektet ønsket vi å senke terskelen for å søke hjelp når man kjenner at forholdet til mat og kropp har blitt vanskelig.

En viktig målsetting var å kvalitetssikre vårt chat-tilbud og øke kompetansen hos våre chat-rådgivere slik at vi til enhver tid er rustet til å møte de unge som kontakter oss, på en god måte. Som et ledd i dette ville vi implementere et nytt chat-system for å oppnå økt stabilitet, god kø-ordning og minimal nedetid. Vi ønsket også å utvide åpningstidene, i henhold til tilbakemeldinger fra brukerne.

Gjennom kampanjen #førstesteget var målet å motivere flere unge mennesker til å søke hjelp. Vi ønsket å synliggjøre en «ufarlig» måte man kan søke hjelp på, der ingen spørsmål er for dumme, og ingen problemer er for små.

Målgruppen for prosjektet var ungdom i alderen 12-20 år, som opplever et anstrengt forhold til mat, kropp og vekt.

Prosjektgjennomføring

Prosjektet besto av to hoveddeler, hvor første del omhandlet utvikling og opprusting av chat-tjenesten til ROS.

For å få til dette ansatte vi Maria Vogt Andrésen i 50 % stilling som prosjektmedarbeider. Maria er utdannet psykolog og har flere års erfaring som frivillig i ROS. Sammen med prosjektleder var Maria ansvarlig for gjennomføring av følgende tiltak:

Utvikling av ny chat-løsning:
Tidligere brukte vi en chatplattform som av de frivillige til tider ble beskrevet som noe ustabil og usikker med tanke på personvern. Vi valgte derfor å implementere en ny løsning hvor retningslinjer for personvern blir tilfredsstillende ivaretatt. Den nye løsningen fra Puzzel oppfyller i tillegg behovet for kø-ordning, minimal nedetid og økt stabilitet for bruker. Vi fikk også på plass kontaktskjema for bruk når chatten er offline.

Rekruttering og opplæring av nye frivillige:
Nye frivillige chat-rådgivere ble rekruttert gjennom frivillighetsportalen til frivillig.no, samt i forbindelse med foredragsvirksomhet og undervisning på blant annet Høyskolen i Bergen. Det foregår også utstrakt rekruttering blant de frivillige selv, som ofte sprer ordet om ROS til kullkamerater, venner og bekjente. Ved kampanjestart hadde vi i overkant av 50 frivillige chat-rådgivere.

Alle nye frivillige fikk grundig opplæring via «ROS-skolen» som går over 10 timer, samt opplæring spesifikt knyttet til det å være chat-rådgiver.

Kartlegging av kompetanse blant frivillige:
Da frivilligstaben vår består av både helsefagstudenter/-arbeidere og andre, er det varierende hva slags kunnskaper og erfaringer de tar med seg inn i det frivillige arbeidet. Da vi forventet økt trafikk på chatten i forbindelse med kampanjen, var det derfor viktig for oss å kartlegge kompetansen blant de frivillige, slik at vi kunne utforme så relevante kompetansehevingstiltak som mulig før kampanjestart. Dette ble gjort gjennom samtaler med et utvalg frivillige (oppfølgingssamtaler) hvor de fikk anledning til å komme med forslag til tema de kunne tenke seg å lære mer om, samt fortelle om opplevde «kunnskapshull». Deres tilbakemeldinger ble tatt med videre i planlegging av kompetansehevingstiltak.

Gjennomgang av chatlogger:
I perioden august 2018 – oktober 2018 ble det tatt foretatt jevnlige gjennomganger/gjennomlesninger av chatlogger. Dette ble gjort for å få et inntrykk av hvilke tema som ofte dukker opp på chatten. Det ble skrevet en rapport etter gjennomgangen med en oversikt over hvilke tema og problemstillinger som gikk igjen.

Spørreundersøkelse blant frivillige:
Tilbakemeldinger fra frivillige og gjennomgang av chatlogger resulterte også i en spørreundersøkelse som ble sendt ut til de frivillige. Her ble de bedt om å ta stilling til hvilke tema de ønsket mer opplæring/kompetanse/undervisning om.

Teamlederordning:
Alle frivillige med faste vakter på chatten sitter sammen i et team bestående av fire/fem andre frivillige. Vi valgte å innføre en teamlederordning hvor en erfaren frivillig på hvert team fungerer som et mellomledd mellom ansatte og frivillige. Teamleder har også ansvar for å følge opp og veilede nye frivillige. Det ble i forkant av kampanjeperioden også gjennomført to møter med teamledere og prosjektarbeider(e) for å informere om prosjektet samt hente inn informasjon om de frivilliges opplevelse av å bemanne chatten. Dette inkluderte også deres tanker rundt hvilke tema som går igjen og hvilke tema de kunne tenke seg å lære mer om.

Utvidete åpningstider
Januar 2019 utvidet vi chattens åpningstider slik at vi også kunne ha åpent søndag kl 17-20. Tilbakemeldinger fra brukerne våre viste ønske om å kunne kontakte oss i løpet av helgen også.

Oppfølgingssamtaler med nye og erfarne frivillige:
Som et ledd i våre tiltak for å følge opp frivillige blir det gjennomført oppfølgingssamtaler med jevne mellomrom. Det er spesielt fokus på nye frivillige og deres opplevelse av den første tiden som frivillig. I forkant av #førstesteget ble det også lagt vekt på å informere om kampanjen og planlagte kompetansehevingstiltak. Her fikk frivillige også anledning til å stille spørsmål de måtte ha. Det ble gjennomført to runder med oppfølgingssamtaler i prosjektperioden.

Reflekterende team:
ROS har i en årrekke arrangert reflekterende team for våre frivillige. Dette er samlinger hvor ulike problemstillinger de frivillige støter på i sitt arbeid, blir diskutert og reflektert rundt. I forbindelse med prosjektet fikk reflekterende team en ny form og ble brukt som et ledd i kompetanseheving blant de frivillige. Eksterne og interne foredragsholdere ble invitert inn for å undervise om et bestemt tema. Tema ble plukket ut på bakgrunn av tilbakemeldinger fra frivillige og gjennomgang av chatlogger.

Tema og foredragsholdere – vinter/vår 2019:

- Håndtering av selvmordshenvendelser
- Selvskading: Hvordan forstå handlingen(e) og hvordan hjelpe?
- Behandlingssystemet: Hvor og hvordan få hjelp?
- Overspisingslidelse
- Spiseforstyrrelser og graviditet

Håndtering av selvmordshenvendelser:
De siste årene har ROS sett en økning i selvmords- og andre alvorlige henvendelser på chatten. Ansatte med ansvar for oppfølging og undervisning av frivillige som bemanner ROS-chatten fikk derfor i kampanjeperioden tilbud om VIVAT-kurs for bedre å kunne veilede frivillige som får denne typen henvendelser. Dette er et kurs hvor deltakerne får opplæring i et samtaleverktøy til bruk ved kontakt med mennesker som befinner seg i (akutt) selvmordsfare.

Alle frivillige som begynte i sitt engasjement i januar 2019, deltok på obligatorisk opplæring i håndtering av selvmordshenvendelser. Erfarne frivillige fikk også tilbud om å delta her. Kurslederne var ansatte med VIVAT-kurs og erfaring fra psykisk helsevern/rådgivning i ROS. De frivillige ble presentert for VIVAT-modellen/samtaleverktøyet og gjennomførte relevante øvelser.

Bakvaktsordning:
For å kunne veilede frivillige på chat ved behov har det i kampanjeperioden blitt etablert en rullerende bakvaktsordning. Bakvakter er ansatte i ROS med VIVAT- eller tilsvarende kursing/opplæring, som kan kontaktes per telefon i chattens åpningstider. Bakvaktslisten har blitt gjort tilgjengelig for alle frivillige som bemanner chat.

Kunnskapsbank spesielt tilpasset chat:
I forkant av kampanjeperioden ble det opprettet en kunnskapsbank som ble gjort tilgjengelig for alle frivillige med faste vakter på chat. Dette er et verktøy som vil gjøre det enklere for de frivillige å finne svar på vanlige spørsmål som blir stilt til ROS.

Tilbud om individuell veiledning:
Alle med faste chatvakter fikk i begynnelsen av halvåret tilbud om individuell veiledning Frivillige som har ønsket dette, har tatt kontakt med en rådgiver/frivillighetskoordinator som har gjennomført veiledningen

Stikkprøver på chat:
I samarbeid med frivillighetskoordinatorene i alle byer ROS har sentre, har det blitt etablert en ordning med faste stikkprøver på chat. Dette inngår som en del av kvalitetssikringen av de frivilliges innsats, samt oppfølging av den enkelte frivillige.

Prosjektets andre del handlet om å oppfordre målgruppen til å snakke med noen når forholdet til mat og kropp blir vanskelig. Dette skulle gjøres via en kampanje i sosiale medier, med navn og emneknagg #førstesteget.

Planlegging av kampanjen startet parallelt med utvikling av chat-tilbudet. Vi valgte å benytte kommunikasjonsbyrået Mannheimer som etter kort tid viste en forståelse for problemstillingene vi arbeider med, og kunne vise til gode resultater i andre prosjekter. Sammen med dem utviklet vi en spørreundersøkelse til barn og unge i målgruppen, som vi brukte som basis for innsiktsarbeidet. Spørreundersøkelsen ble distribuert via ROS sine kanaler der formålet var å lære mer om målgruppens tanker og følelser når det gjaldt mat og kropp, og deres vaner når det gjaldt sosiale medier.

Gjennom flere workshops/møter mellom Mannheimer, prosjektledelsen, faglig leder i ROS og representant for målgruppen, utviklet vi budskap og strategi for kampanjen. Budskapet ble: «Si det til noen. Ta det #førstesteget».

Vi inngikk videre en avtale med Helsesista angående betalt samarbeid, der hun skulle ha fokus på spiseproblematikk og promotere ROS sin chat gjennom sin Snapchat-kanal.

I tillegg rekrutterte vi en rekke kjendiser, ansatte og frivillige som skulle bidra med bilder og/eller video der de oppfordret målgruppen til å si det til noen hvis de kjente at forholdet til kropp og mat var blitt vanskelig. Samtidig skulle de promotere ROS sin chat som et sted der man kunne snakke med noen anonymt, gratis og trygt.

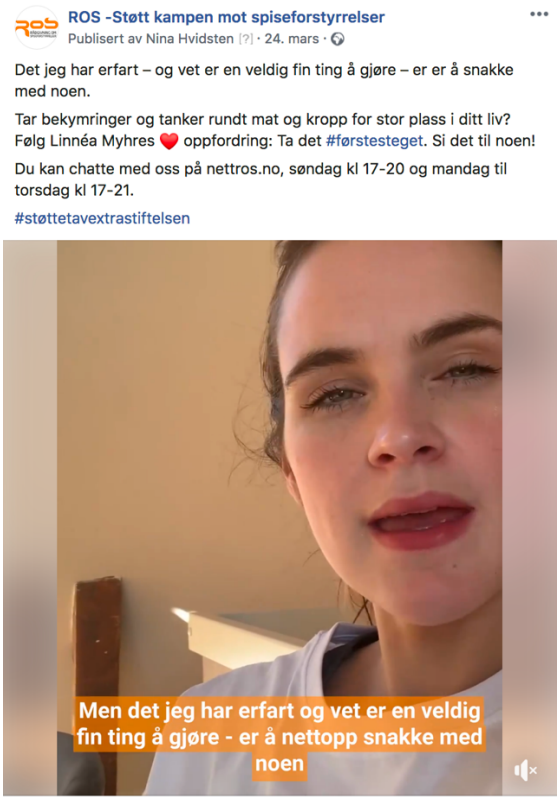
Kampanjen startet 18. mars med besøk og snapstory fra Helsesista. Hun promoterte også vårt tilbud via Instagram og Facebook

De fire påfølgende ukene hadde vi med oss en rekke ambassadører som bidro til å spre ordet om chatten vår. Vi kan blant annet nevne:

Silje Carlsen fra NRK-serien «Lovleg»

Artisten dePresno

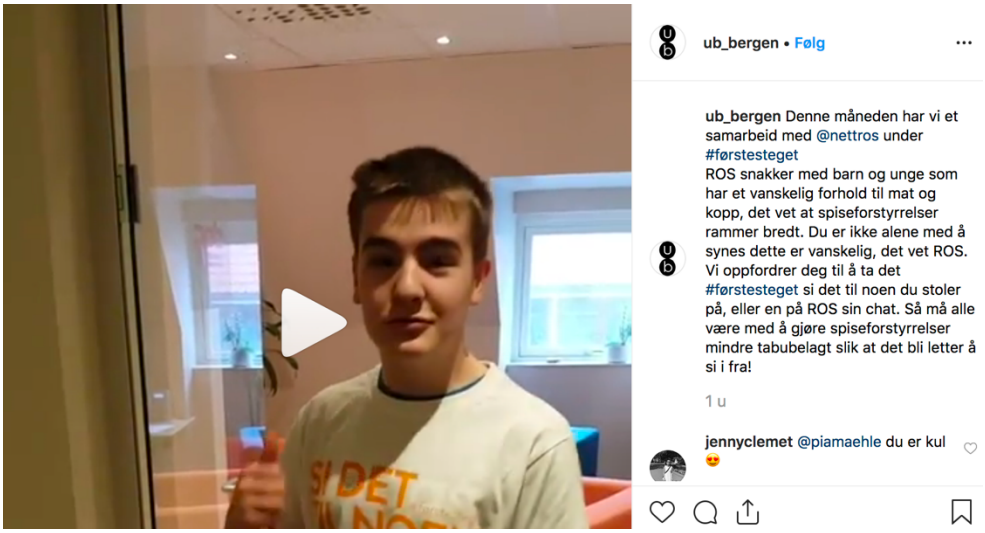
Blogger og forfatter Linnéa Myhre



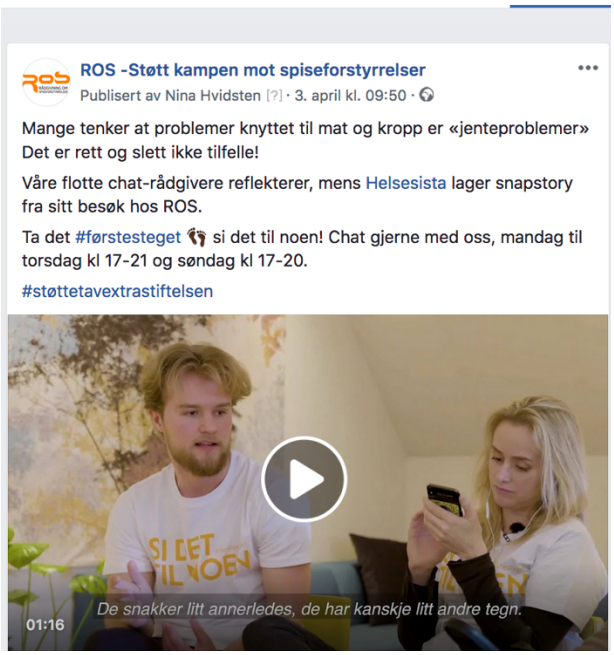
Landslagsspiller i volleyball, Kristian Bjelland

Programleder og journalist, Gisle A. Gjevestad Agledahl

Representanter fra ungdommens bystyre i Bergen



Egne frivillige



Egne ansatte

Alle innlegg på sosiale medier var merket med **#støttetavextrastiftelsen**

Resultater, vurdering av effektmålog resultatvurdering

Gjennom tiltakene har vi i aller høyeste grad oppfylt målet om å kvalitetssikre vårt chat-tilbud og øke kompetansen hos våre chat-rådgivere, slik at vi er enda bedre rustet til å ta imot en økning i henvendelser. Vi har gjennomført alle tiltak vi ønsket og sitter nå igjen med en chat-løsning og chat-rådgivere som i enda større grad kan hjelpe de som trenger oss.

Når det gjelder kampanjen i prosjektets andre del, har resultatene vært over all forventing. Helsesistas snapstory på dagen for kampanjestart ble sett 73 000 ganger, og samme kveld hadde vi en enorm økning i antall henvendelser på vår chat. I løpet av åpningstiden på fire timer, hadde vi over 150 henvendelser, mot normalt 20.

Vi fikk inn en rekke flotte videoer fra ambassdører som totalt ble sett av nærmere 200 000 personer. Den mest populære var filmen fra Silje Carlsen fra «Lovleg», som alene hadde 107 000 visninger.

I kampanjeperioden 18.03 - 14.04 hadde ROS 748 henvendelser på vår chat. Sett i forhold til de fire foregående ukene, utgjør dette en økning på hele 179 %. Vi ser også at vi i kampanjeperioden har nådd ut til en yngre målgruppe. I april var 60 % av våre brukere mellom 14 og 18 år, mot normalt 39 %. Vi hadde også en økning i henvendelser fra barn i alderen 9-13, fra henholdsvis 2 % til 6 %.

I forbindelse med kampanjen har vi også laget egen plakat, som til nå er distribuert til 0 skoler. Denne ligger også tilgjengelig for gratis bestilling via vår nettside.

Vi opplevde stor støtte og stort engasjement gjennom hele perioden, og tallene tyder på at vi har nådd målet om å få flere unge mennesker til å søke hjelp. Vi har klart å synliggjøre en «ufarlig» måte man kan søke hjelp på, der ingen spørsmål er for dumme, og ingen problemer er for små.

Etter kampanjeperioden har vi distribuert en spørreundersøkelse til brukere av chatten. Resultatene viser at for over 50 % av respondentene, var chatten deres første møte med et hjelpetilbud. 89 % var fornøyd med hjelpen de hadde fått (40 % i noen grad, 28 % i stor grad og 20 % i svært stor grad). 53 % svarer at de kunne tenke seg å bruke chatten igjen, mens 35 % vet ikke.

Utdrag fra noen tilbakemeldinger fra denne spørreundersøkelsen:

Det er fint å kunne snakke med nokon uten å vise fjeset sitt

De spør og hjelper deg igang med samtalen om du sitter fast eller ikke kommer i gang

Møter meg godt, varmt og fint

Hyggelig menneske som lyttet. Det er jo uansett vanskelig, for den på chatten kan bare lytte, ikke si hva jeg skal og bør. Men å dele tankene hjelper! Sette ord på kaoset i hodet hjelper.

Vi er også i dialog med Kristin Stotesbury og Ole Amundsen som gjennom sitt forskningsprosjekt ser på relasjoner som bygges i rådgivnings-chat. De intervjuer da blant annet brukere av ROS sin chat. Da forskningen ikker er fullført enda, vil vi følge opp resultatene dere i etterkant av prosjektet. Det de imidlertid kan se per i dag er at chat-tilbudet har en helt spesiell og uvurderlig funksjon for mange unge.

Oppsummering

Vi har nå en velfungerende chat-løsning bemannet av kompetente frivillige. Gjennom grundig kartlegging har vi også langt større innsikt i våre brukeres behov. Vi har fått på plass gode rutiner for rekruttering og ikke minst oppfølging av frivillige, slik at vi i større grad kan ivareta disse. Alt dette tar vi med oss i vårt videre arbeid, der chatten er en sentral del av vårt rådgivningstilbud.

Resultatene fra kampanjen viser at det er et enormt behov for lavterskeltilbud for barn og unge som har fått et vanskelig forhold til mat og kropp. Vi erfarer at chatten har en uvurderlig verdi for mange som ikke har andre å snakke med. Filmene som er blitt produsert i forbindelse med kampanjen, vil vi fortsette å bruke for å fremme budskapet om å søke hjelp. Effekten av å ha Helsesista med på laget, viser viktigheten av å kunne nå ut til barn og unge. På bakgrunn av dette ønsker ROS å bli enda bedre på målrettet kommunikasjon mot barn og unge.