

# Sundhedsudvalget

Referat fra ordinært møde  
Mette Herberts kontor

## Torsdag 25.02.2016 kl. 16:00

### **Følgende sager behandles på mødet**

### **Side**

Meddelelser	2
Puljemidler 2016	3
Evaluering af tværkommunal alkoholkampagne 2015	5

### **Fraværende**

Kristin Arendt (C)

### **Bemærkninger til dagsorden**



## Sundhedsudvalget

Punkt: 1  
Acadre sagsnr.:  
Journalnr.:  
Sagsforløb: SU - Åben sag  
Mødedato: 25.02.2016  
Sagsansvarlig enhed: Politik, Udvikling og Borgerservice  
Sagsbehandler: Anja Sahan

## Meddelelser

### Beslutning Sundhedsudvalget den 25-02-2016

Ingen meddelelser.

#### Fraværende:

Kristin Arendt (C)

## Sundhedsudvalget

Punkt: 2  
Acadre sagsnr.: 16/1200  
Journalnr.: 29.09.00A00  
Sagsforløb: SU - Åben sag  
Mødedato: 25.02.2016  
Sagsansvarlig enhed: Politik, Udvikling og Borgerservice  
Sagsbehandler: Lene Lykke Korsholm

## Puljemidler 2016

### Baggrund

Sundhedsudvalget råder over puljemidler, der blandt andet finansierer opstart af nye projekter og indsatser.

### Forslag

Administrationen foreslår, at Sundhedsudvalget godkender administrationens oplæg til ansøgningsprocedure for puljen i 2016.

### Sagsfremstilling

I forbindelse med udmøntning af budgetaftalen for 2016 er Sundhedsudvalgets puljemidler reduceret med 124.000 kr., således at puljen i 2016 er på i alt 400.900 kr. Følgende projekter og indsatser videreføres i 2016 jf. tidligere beslutninger i Sundhedsudvalget:

	<b>Budget 2016</b>
<b>Puljemidler</b>	<b>400.900</b>
Familieiværksætterne	200.000
Sund By Netværket	35.000
Samarbejde med almen praksis	80.000
Sekretariatsandel Sundhedsaftale	21.500
<b>I alt budgetteret i 2016</b>	<b>336.500</b>
<b>Disponible puljemidler i 2016</b>	<b>64.400</b>

Der er således 64.400 kr. til rådighed til nye projekter eller indsatser i 2016.

Administrationen foreslår, at der udmeldes en ansøgningsfrist d. 1. april 2016, hvor der kan ansøges om puljemidlerne. Sundhedsudvalget vil således på mødet d. 28. april 2016 kunne tage stilling til hvilke ansøgninger, der kan imødekommes i 2016.

Administrationen har indtil videre modtaget en ansøgning fra Tour de Hørsholm, der igen i år ansøger Sundhedsudvalget om puljemidler til indkøb af t-shirts og underskudsgaranti i forbindelse med afviklingen af løbet d. 19. juni 2016.

### **Kommunikation**

Administrationen vil sørge for at kommunikere ansøgningsfristen ud til alle relevante parter umiddelbart efter Sundhedsudvalgets beslutning.

### **Beslutning Sundhedsudvalget den 25-02-2016**

Sundhedsudvalget godkendte ansøgningsproceduren for 2016. Sundhedsudvalget besluttede desuden at imødekomme Seniorrådets ansøgning om støtte til Tour de Hørsholm 2016 med 16.000 kr. svarende til den budgetterede udgift til t-shirts. Der gives således ikke en underskudsgaranti på 10.000 kr. Derudover opfordrede Sundhedsudvalget Hørsholm Seniorråd til fremadrettet at genbruge t-shirts til kommende arrangementer.

### **Fraværende:**

Kristin Arendt (C)



## Sundhedsudvalget

Punkt: 3  
Acadre sagsnr.: 16/1185  
Journalnr.: 29.09.00A00  
Sagsforløb: SU - Åben sag  
Mødedato: 25.02.2016  
Sagsansvarlig enhed: Politik, Udvikling og Borgerservice  
Sagsbehandler: Lene Lykke Korsholm

## Evaluering af tværkommunal alkoholkampagne 2015

### Baggrund

De fem nordsjællandske kommuner Allerød, Fredensborg, Gribskov, Helsingør og Hørsholm har siden 2012, på foranledning af kommunens politikere, gennemført en fælles årlig alkoholkampagne i uge 40 i tilknytning til Sundhedsstyrelsens årlige alkoholkampagne i samme uge. Aftalen om det tværkommunale samarbejde lød på fire år.

### Forslag

Administrationen foreslår, at Sundhedsudvalget tager evalueringen af den tværkommunale alkoholkampagne i 2015 til efterretning.

### Sagsfremstilling

Målgruppen blev i 2015 afgrænset til unge mellem 15- 25 år med udgangspunkt i elever på følgende seks gymnasier: Espergærde, Gribskov, Rungsted og Allerød, samt Nordsjællands Grundskole og Gymnasium (NGG).

Alkoholkampagnen havde følgende formål:

- Øge bevidstheden om egen alkoholkultur og dens sociale betydning blandt 15-25 årige
- Arbejde hen imod mindre drikkepres og større accept af, at nogle drikker mindre eller helt takker nej til alkohol samt opfordre den enkelte til at "stå ved sig selv" og sine ønsker omkring alkohol
- Kampagnen har desuden følgende delmål, som retter sig mod kommunerne som målgruppe:
  - At leve op til anbefalingerne fra Sundhedsstyrelsens forebyggelsespakke på alkoholområdet om at understøtte nationale kampagner samt gennemføre tværkommunale initiativer
  - At øge de fem kommuners viden om kommunikation målrettet unge omkring en sundhedsdagsorden
  - At øge de fem kommuners viden om målrettede kampagner på sociale medier
  - At øge de fem kommuners viden om samarbejde mellem kommuner og gymnasier og derved skabe grundlag for

fremtidigt samarbejde omkring for eksempel rusmidler, spiseforstyrrelser o.a.

I projektudviklingsfasen bad arbejdsgruppen hvert gymnasium finde to elever til et fokusgruppeinterview. Fokusgruppeinterviewet skulle give arbejdsgruppen en idé om, hvilke problematikker der er på spil i ungdomsmiljøet på gymnasierne, og hvilke virkemidler eleverne mener, kunne være hensigtsmæssige i forhold til kampagnen. Arbejdsgruppen var opmærksom på, at de deltagende elever havde meldt sig frivilligt til at deltage i fokusgruppeinterviewet og derfor kan tænkes at tilhøre en gruppe elever, der i forvejen reflekterer mere over emnet og er mere velvilligt indstillet over for kampagnen end flertallet.

Hovedbudskaberne fra eleverne i fokusgruppen var:

- Sundheds- og helbredsrisici skal ikke være i fokus
- Hellere fokus på:
  - Konsekvenser for udseende, vægt og hvordan man fremstår
  - Skræmmende eller pinlige situationer, man kan komme i, når man er fuld
  - Vise, hvad der sker, når man er fuld
  - Humor, ironi
  - Facebook
  - Noget, hvor eleverne skal deltage aktivt
- Desuden ville fokuspersonerne foretrække en kampagne der:
  - Udføres af folk, der i forvejen har med unge at gøre
  - Er indirekte i sit budskab- "ikke direkte møntet på mig"
  - Eventuelt ligner Kræftens Bekæmpelses og Tryk-Fondens kampagne Fuld af Liv, som både består af oplysning, humor, events mm. og formidles via Facebook

Udover fokusgruppen blev der etableret et netværk på tværs af de seks gymnasier bestående af de seks rektorer, som ligeledes er kommet med input.

### **Kampagneideen 2015: "Stå ved dig selv"**

Med udgangspunkt i fokusgruppens pointer og med hovedbudskabet at det er vigtigt at kende egne grænser og kunne stå ved sig selv fremfor blot at følge strømmen, blev gymnasieleverne på de seks gymnasier opfordret til at producere egne alkoholkampagner i uge 43. Kampagnerne blev publiceret via det sociale medie Instagram. Efter afsluttet kampagneperiode blev der via et dommerpanel fundet en vinderkampagne, som modtog en pengepræmie til klassekassen.

Til lærer og elever blev der desuden udarbejdet undervisningsmateriale til brug ved udvikling af kampagnemateriale. Se bilag 1.

### **Evalueringskriterier**

Der er opstillet seks succeskriterier for kampagnen i 2015. Herunder beskrives kort arbejdsgruppens evaluering af hvert enkelt kriterie:

Succeskriterie	Målopfyldelse
----------------	---------------



Mindst én elevgruppe på hvert gymnasium deltager i kampagnen	Kriteriet ikke opfyldt, da kun tre ud af seks mulige gymnasier deltog. Samlet set deltog der fem klasser.
10 % af de unge/personer, som vi når via Instagram, deler eller liker kampagnebudskabet / bidragene.	Kriterie ikke relevant, da arbejdsgruppen i processen besluttede at anvende Instagram til at dele kampagnerne og ikke som oprindelig tænkt Facebook, hvor det er muligt at synes godt om og dele opslag. Det kan man ikke på samme måde monitorere på Instagram.
Kort spørgeskemaundersøgelse blandt de deltagende unge om, hvorvidt det gav mening for dem at deltage, og om de føler, at de har fundet ud af noget, de kan bruge fremadrettet, om det har fået dem til at tænke over nogle ting i forhold til alkohol, som de ikke havde tænkt over før?	Ca. 30 elever (20 pct.) har efterfølgende besvaret spørgeskemaet og tilbakemeldingerne er overvejende positive i forhold til elevernes grad af efterfølgende refleksion. Fx svarer ca. halvdelen af eleverne at de fremadrettet vil være bedre til at respektere andres nej tak til alkohol.
Arbejdsgruppen opnår konkret viden om tilrettelæggelse af kampagner på Instagram	Arbejdsgruppen vurderer at have lært noget om processerne bag at køre kampagner på sociale medier fx at det kræver forkundskaber og ikke mindst tid at gennemføre kampagner på sociale medier.
Arbejdsgruppen lærer noget om sundhedskommunikation til unge.	Arbejdsgruppen har forsøgt at være til stede, hvor de unge er – via deres medie – og har ligeledes forsøgt at tilpasse kommunikationen og oplægget til et "ungt" sprog. Det var lærerigt at have det indledende fokusgruppeinterview i forhold til at blive klogere på hvad der virker ift. Målgruppen og hvad der måske ikke gør.
Arbejdsgruppen lærer noget om samarbejde mellem kommuner og gymnasier.	Arbejdsgruppen har følgende erfaringer: <ul style="list-style-type: none"><li>- tydeligt mål skal defineres tidligt i processen</li><li>- veldefineret kommunikationsplan er vigtig inddelt på målgrupper</li><li>- være i god tid!</li><li>- være mere lydhøre overfor at rektorer og lærere virkede mere optaget af andre emner end alkohol.</li></ul>

### **Økonomi/personale**

Der har i 2015 været afsat 10.000 kr. til det tværkommunale samarbejde om alkoholkampagnen i Hørsholm Kommune. Kampagnen kostede samlet set 15.700 kr. Fordelt på de fem kommuner giver det en udgift på 3140 kr. pr. kommune.

### **Bilag**

- Bilag 1: OPLÆG ALKOHOLKAMPAGNE GYMNASIER 2015.pdf

### **Beslutning Sundhedsudvalget den 25-02-2016**

Sundhedsudvalget tog orienteringen til efterretning. Administrationen undersøger mulighederne for at afdække alkohol- og stofmisbrugsproblematikker hos unge i gymnasiet.

### **Fraværende:**

Kristin Arendt (C)





## Sundhedsudvalgets møde 25-02-2016

Niels Lundshøj (A)

Formand

Otto B. Christiansen (C)

Medlem

Jan Klit (C)

Næstformand

Kristin Arendt (C)

Medlem

Anne Ehrenreich (V)

Medlem

---

---

---

---

---

---