

# Opsamling sundhedsuge 41 2016



**Folkesundhed | Center for Sundhed og Ældre**

November 2016

## Baggrund

Sundhedsugen i efteråret startede tilbage i 2011, da apotekerne og kommunens sundhedspersonale gik sammen og tilbød helbredstjek på apoteket i forbindelse med internationale sundhedsdage, samtidig med at Aktivitetscentrene tilbød sunde aktiviteter for ældre borgere. Sundhedsugen i efteråret har eksisteret i seks år, og har på den tid vokset sig større fra år til år.

## Formål og mål med sundhedsuge 41

Formålet med sundhedsuge 41 - 2016 er at understøtte sundhedspolitikken, og skabe synlighed om kommunes eksisterende aktiviteter og muligheder.

Målet med sundhedsugen er:

- At sætte fokus på sund livsstil
- At fremme borgernes muligheder for aktivt at fremme deres egen sundhed
- At synliggøre sundhed også handler om trivsel og mental sundhed
- At indgå samarbejde internt på tværs af centre i kommunen og med eksterne aktører

## Ugen i tal

Nedenstående tal bygger på optælling af deltagere til de forskellige aktiviteter. En del af disse optællinger er dog baseret på skøn, da det ikke er alle aktører, der har, eller har haft mulighed for at skrive minutløst ned undervejs.

### *Aktiviteter og besøgende*

- 80 aktiviteter eller stande i løbet af ugen
- 70 grundforløb 1 elever har deltaget i ugen (samarbejde med Selandia)
- 200 børnehavebørn har set "sundhedsteater"
- 350 skoleelever har set "sundhedsteater" (flere skoler er også aktive i ugen på eget initiativ)
- 500 har været forbi aktivitetscentrenes aktiviteter
- 200 elever og lærere på Dalmose skole
- 35 forskellige eksterne aktører har været involveret i sundhedsugen
- 15 interne aktører har været involveret i ugen

### *Målinger*

- Der er foretaget 258 blodtryksmålinger
- Der er foretaget 378 BMI målinger
- Der er henvist én til egen læge

### *Kommunikation*

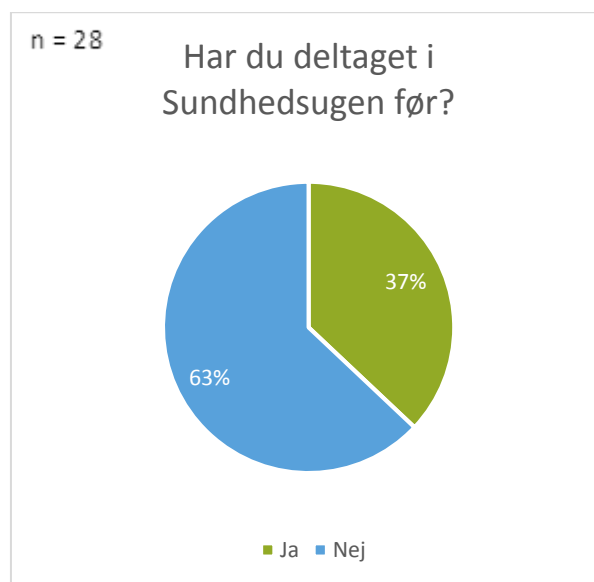
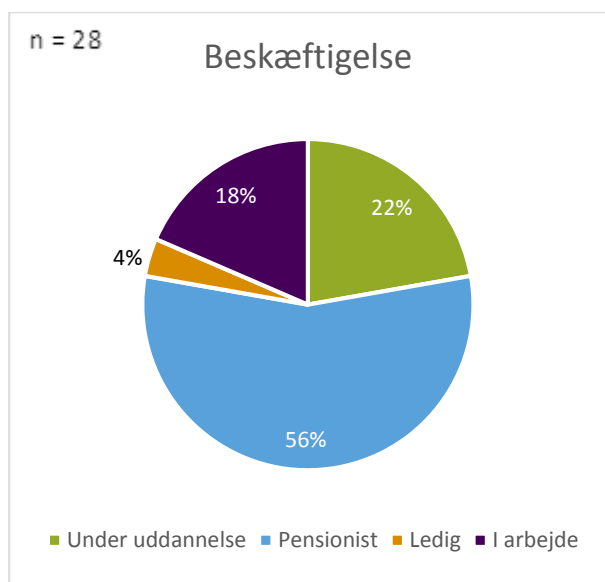
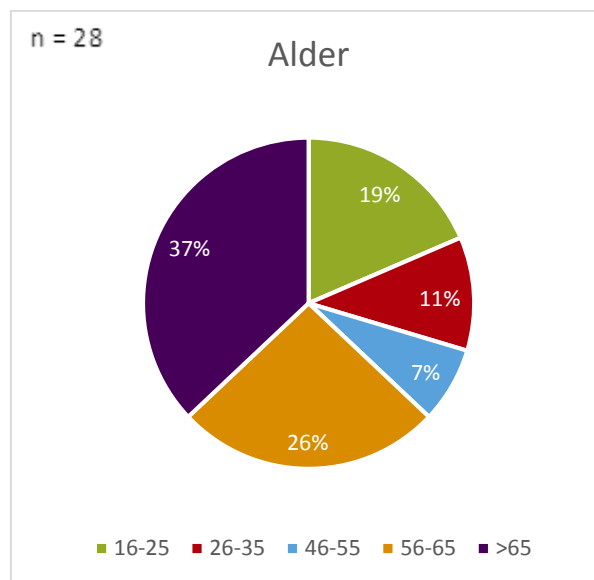
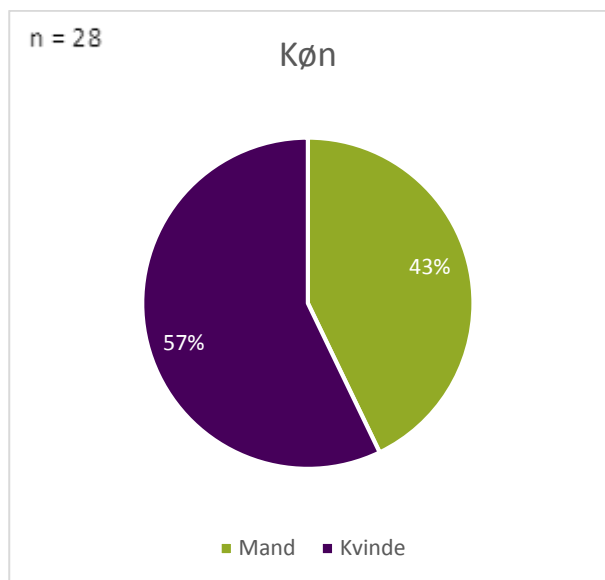
- Antal likes på Facebook er fordoblet, så vi nu har næsten 500 likes
- 3 pressemeddelelser relateret til sundhedsugen på slagelse.dk

### *Spørgeskema*

I løbet af ugen er 104 tilfældigt udvalgte borgere onsdag, torsdag og fredag i uge 41 blevet spurgt om deres oplevelse af ugen, dog har kun 28 af de 104 adspurgte gennemført hele

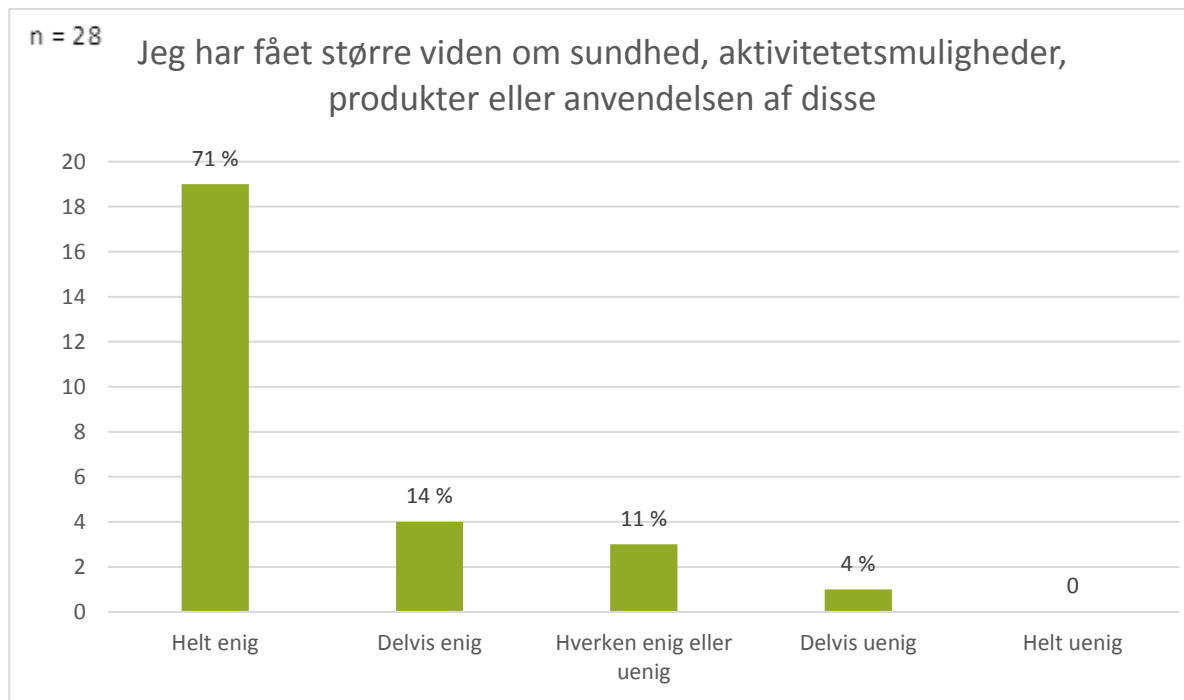
spørgeskemaet. Data er ikke repræsentative, men er et udtryk for hvordan de adspurgte oplevede ugen. Deres besvarelser vurderes dog, at kunne bruges som en indikator for det generelle indtryk af ugen. De borgere vi har talt med, er generelt positive og vil gerne deltage i en kommende sundhedsuge 41. Desuden har ugen også bidraget med ny viden.

### Hvem deltager i sundhedsugen?

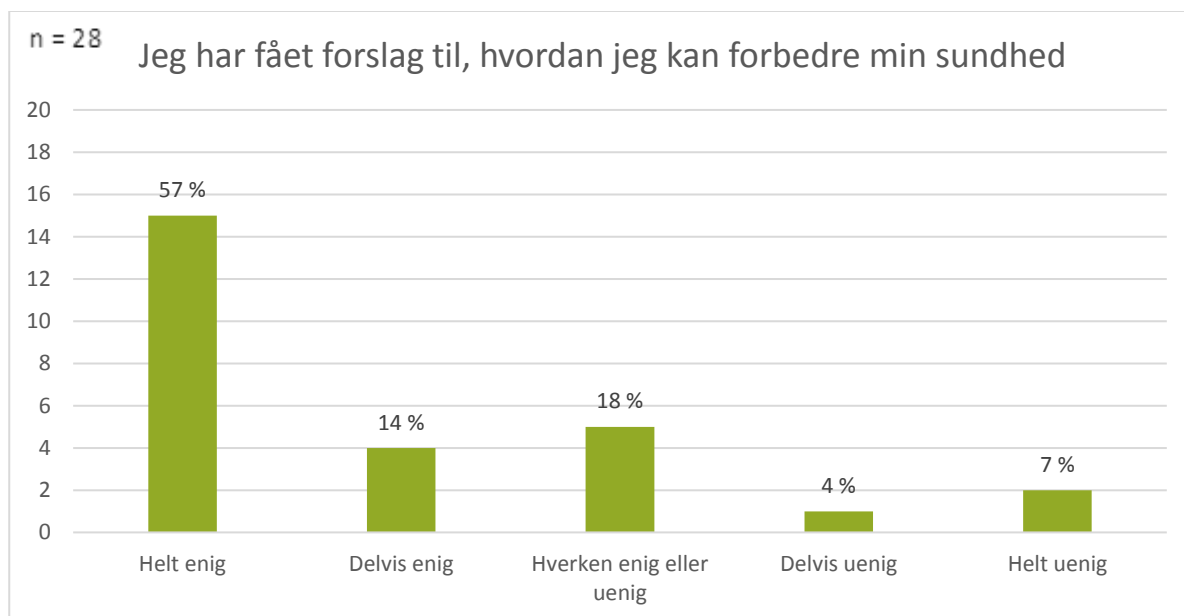


Der er en lille overvægt af kvinder der deltager i Sundhedsugen. De fleste deltagere i sundhedsugens aktiviteter er pensionister. De fleste af Sundhedsugens deltagere har ikke deltaget i en tidligere sundhedsuge 41. Det er positivt, at sundhedsuge 41 tiltrækker nye borgere til aktiviteterne.

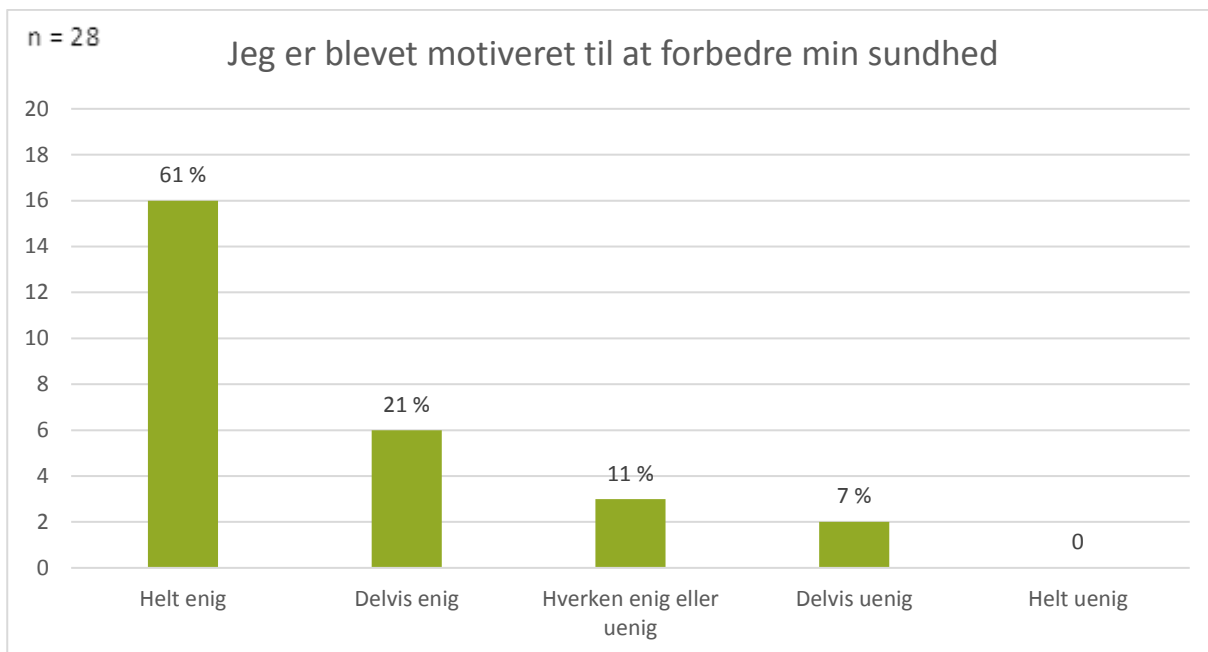
### Borgernes udbytte af at deltage i ugen



Størstedelen af deltagerne (85 %) er helt eller delvis enige i, at de har fået større viden om sundhed og aktivitetsmuligheder i Slagelse Kommune, hvilket har været et af målene for ugen.



Størstedelen af deltagerne (71 %) er helt eller delvis enige i, at de har fået forslag til, hvordan de kan forbedre deres sundhed og få flere sunde aktiviteter ind i hverdagen, hvilket også var et af målene med sundhedsugen.



Størstedel af deltagerne (82 %) er helt eller delvis enige i, at de har fået større lyst til at forbedre deres sundhed efter at have deltaget i Sundhedsugens aktiviteter. Sundhedsugen har derfor potentiale til at forbedre borgernes sundhed ved at øge deres viden om sundhed og deres motivation.

Borgerne har generelt taget godt imod Sundhedsugen og giver ros til arrangementet. De udtrykker, at de har lyst til at deltage til den næste sundhedsuge 41. De fortæller, at aktiviteterne rammer en bred målgruppe, og at muligheden for at få tjekket sundhedstilstand (BMI, blodtryk, fedtprocent, muskelmasse osv.) er en fordel. De roser præsentationen af sundhedsemnerne ved standene: livsstilskonsulenterne og aktørernes imødekommenhed samt præsentation af brochurer m.m. Her er nogle af udsagnene fra borgerne:

*”Et godt initiativ til at få folk til at få øjnene op for sundhed og indsatser.”*

”

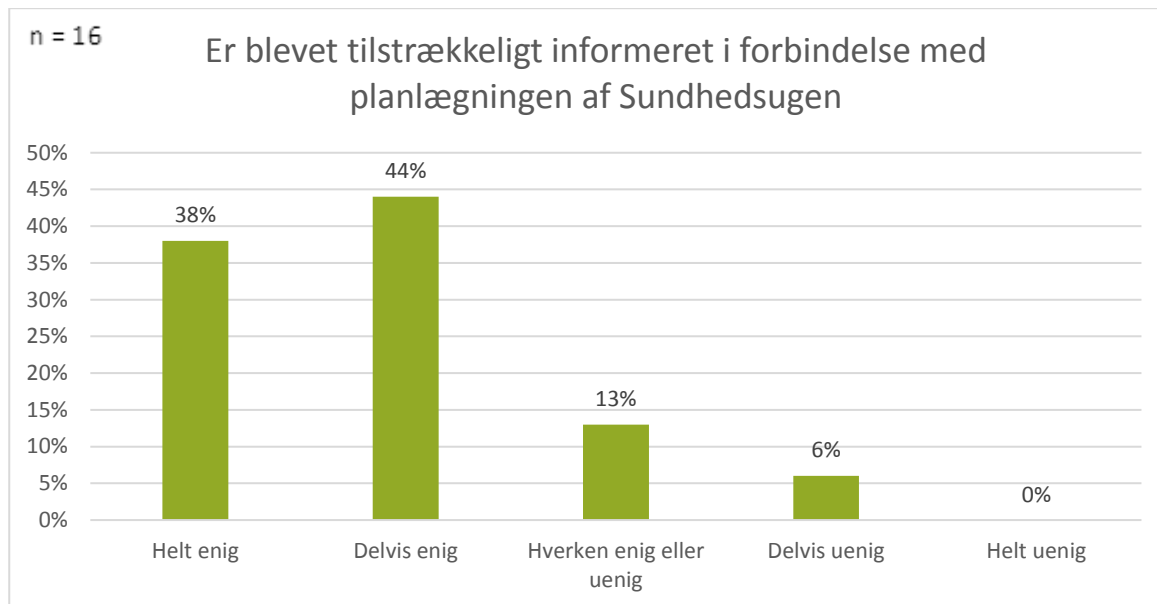
*”Gennemført og standene har styr på deres fokusområder.”*

*”Godt at få tjekket sin sundhed, så man ikke behøver at få tid hos lægen.”*

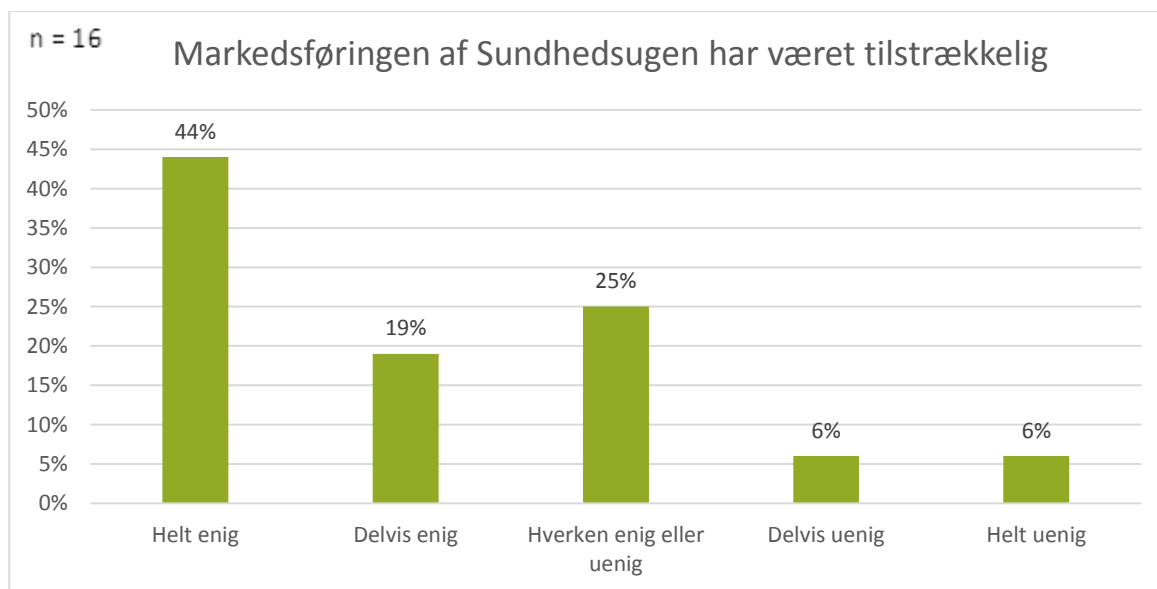
*”Det åbner nogle muligheder. Hjælper til at passe på sin sundhed og forebygge.”*

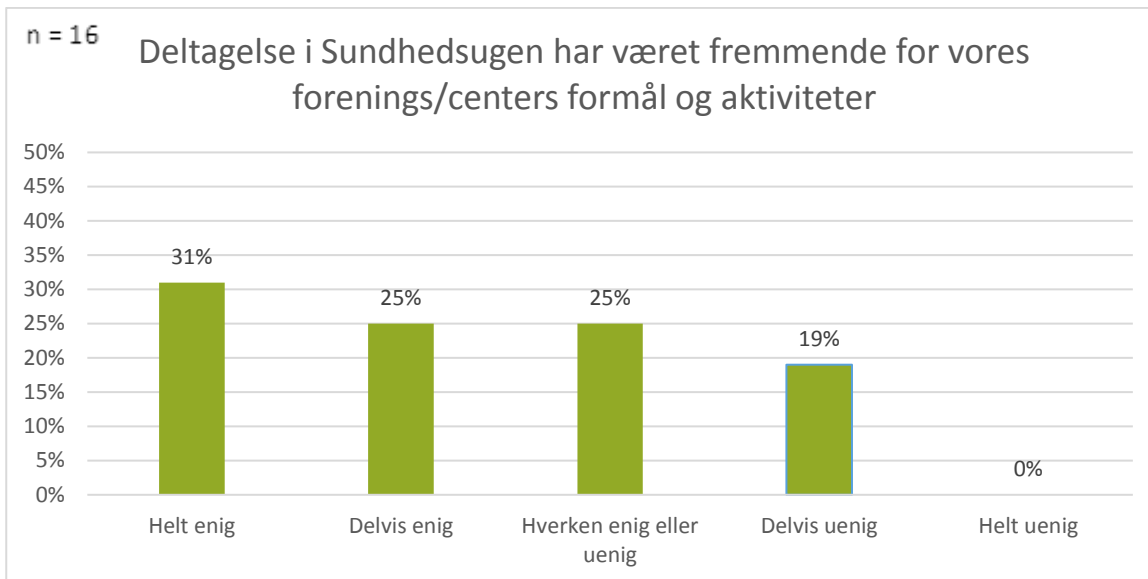
## Aktørernes oplevelse af ugen

16 ud af de samlet 35 aktører (eksterne aktører) der har været involveret i ugen har evalueret på deres deltagelse i Sundhedsuge 41.



Størstedelen af aktørerne er helt eller delvis enige i, at de er blevet tilstrækkeligt informeret i forbindelse med Sundhedsugen samt omkring praktiske forhold.



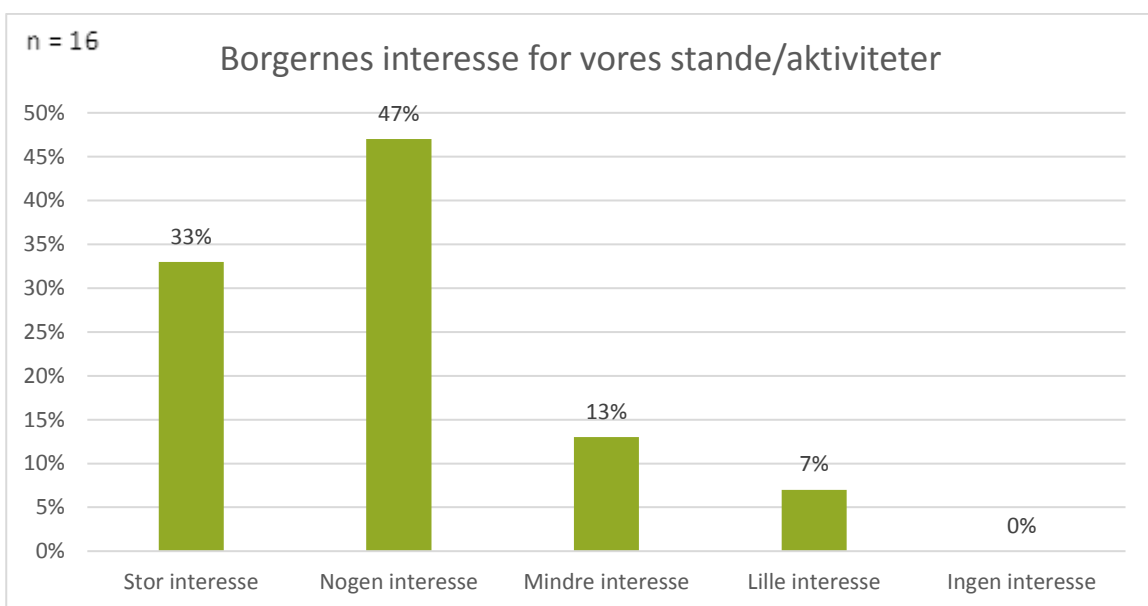


Aktørerne er blevet spurgt, hvordan de vurderer, borgernes interesse har været for deres stand. Deres samlede vurdering er en indikation af, hvordan borgernes tilslutning har været til Sundhedsugens arrangementer. Samtidig er vurderingen et udtryk for den forventning, de har haft til borgernes interesse for deres stand.

De fleste aktører roser arrangementet og udtrykker, at de har haft en god oplevelse af at deltage. Flere aktører fortæller specifikt, at det har været en succes, at aktiviteter har fundet sted i Vestsjællandscentret, hvor der særligt torsdag var stor deltagelse af borgere.



*Det har været en god oplevelse, på den måde, at vi har følt os velkomne (har ikke været med før). Arrangementet i Vestsjællandscentret var godt tilrettelagt, nemt at være med, når det er godt forberedt!*



57 % giver udtryk for at de gerne vil deltage i en kommende sundhedsuge 41, mens 43 % giver udtryk for de måske vil deltage. Ingen af de involverede aktører, der har besvaret spørgeskemaet giver udtryk for at de ikke ønsker at deltage i en kommende sundhedsuge 41.

## Kommunikation

Mange borgere har hørt om Sundhedsugen igennem annonce i Ugenyt eller Ugeavisen, sammenlagt 43 % for begge aviser. Blandt borgere mødt på gaden, som er blevet spurgt i forbindelse med markedsføring af Sundhedsugen, er størstedelen blevet opmærksom på Sundhedsugen igennem Sundhedsugens Facebook gruppe. En enkelt har hørt om Sundhedsugen fra sit jobcenter. Fire unge borgere har hørt om ugen igennem deres uddannelse, som har gjort det obligatorisk for dem at deltage. En stor del har desuden hørt om Sundhedsugen igennem venner og familie, hvilket viser at budskabet om ugen har spredt sig blandt borgerne.

- Annonce i Ugeavis: 23 %
- Annonce i Ugenyt: 20 %
- Inforskærme: 7 %
- Facebook: 10 %
- Venner/familie: 30 %
- Andet (annonce i Sjællandske, jobcenter, fra uddannelse): 27 %

Dertil er knap halvdelen af dem der har fået foretaget sundhedstjek i VSCS kommet tilfældigt forbi. Det vidner om, at tilstedeværelsen i VSCS har gjort en stor forskel.

## Konklusion

Pensionister er den gruppe, der er mest repræsenteret blandt deltagerne i Sundhedsugens aktiviteter. Annoncer i lokalaviser har vist sig at være det mest virkningsfulde medie i forhold til at tiltrække målgruppen af ældre i Sundhedsugen. Mens Facebook og venner/familie er virkningsfulde overfor yngre målgrupper. De borgere der har besvaret spørgeskemaet har fået lyst og inspiration til at gøre noget konkret for at forbedre deres sundhed. I den forbindelse udtrykker de fleste deltagere, at de specifikt er blevet motiveret til at forbedre deres kost- og motionsvaner, og har samtidig oplevet Sundhedsugen som sjov og underholdende. Samarbejdet med VSCS har været meget givende, og har skabt en større synlighed.