

Skema 2: Projektbeskrivelsesskema

”Organisationspulje”

I

1.	Indsatsens titel:	Øget rekruttering af storrygere til effektive rygestoptilbud i Køge og resten af landets kommuner
2.	Baggrund og vision for indsatsen:	<p>Mange kommuner gør en stor indsats for at forebygge rygning, mens det andre steder går mere trægt med tobaksforebyggelsen. Faldet i antallet af rygere i Danmark ser desværre også ud til at være gået i stå, og da vi ønsker at mindske antallet af kræfttilfælde og andre rygerelaterede sygdomme, er der således behov for øget rekruttering af rygere og markedsføring af røgfri livsstil.</p> <p>Visionen for det foreslåede projekt er derfor, at alle landets kommuner skal tilbyde storrygere flere forskellige effektive tilbud til at blive røgfri og benytte en palet af traditionelle metoder til markedsføring af rygestop.</p> <p>Storrygerne skal desuden opleve markedsføring og hjælp til rygestop også ad andre kanaler og i andre arenaer end de gængse. Kanaler, som ikke tidligere har været anvendt i kommunen eller af lokalforeningen af Kræftens Bekæmpelse. Metoderne skal pilotafprøves i Køge og erfaringerne skal udbredes til resten af kommunerne.</p>
3.	Overordnet mål – herunder forebyggelses og sundhedsfremme perspektiv:	<p>Det overordnede mål er at øge antallet af hjælpne og uhjulpne rygestopforsøg i Danmark. Da det er svært at måle præcist, vil vi måle indsatsen via de registrerede forløb i Rygestopbasen.</p> <p>Målet er derfor at øge antallet af registrerede forløb i Rygestopbasen med 25 % årligt i Køge Kommune og med 10 % på landsplan. Stigningen skal fortrinsvis ske blandt storrygere.</p> <p>Desuden er det et mål med indsatsen at fordoble antallet af brugere af e-kvit (tidligere ddsp.dk) i såvel Køge Kommune som på landsplan (dvs. 6000 deltagere i 2016 mod ca. 3000 i 2013).</p>

3.	Delmål:	<p>Antallet af registrerede forløb i Rygestopbasen skal stige med 25 % i Køge Kommune og 10 % i resten af landet i 2015 sammenlignet med 2014. I årene 2010-12 var der i gennemsnit 5444 registreringer årligt på landsplan.</p> <p>For at sikre stigningen i hele landet er det desuden et delmål, at Kræftens Bekæmpelse i hvert af projektperiodens år er i direkte dialog med 80 % af landets kommuner om deres markedsføring af rygestoptilbud. Dialogen kan dels foregå ved besøg i kommunerne eller ved anden kontakt.</p>
4.	Indsatsens fokusområder:	<p>Den foreslåede indsats består af to hovedelementer:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dialog med landets kommuner om deres nuværende indsats og støtte til deres fremtidige rekruttering til lokale og centrale rygestoptilbud 2. Udvikling af en ny indsats, hvor frivillige fra Kræftens Bekæmpelse vil blive oplært i at kontakte rygere og helt praktisk hjælpe med tilmelding til rygestop, f.eks. oprettelse af profil på programmet e-kvit. <p>Kommunens ønsker om supplerende hjælp fra Kræftens Bekæmpelse tilgodeses i så vidt omfang som muligt. Kommunen skal opleve samarbejdet som et tilskud til egne aktiviteter.</p> <p>En større antropologisk undersøgelse fra 2013 viser, at de personlige relationer og anbefalinger har stor betydning for borgernes indstilling til forebyggelsesindsatser. Der skal således tages personlig kontakt til storrygere og deres netværk. Forud for dette skal der rekrutteres arbejdskraft med særlige evner og forudsætninger. Det gælder såvel frivillige som ansatte.</p> <p>Rekruttering af rygere kan ske i mange forskellige arenaer. Der vil blive lagt vægt på opdyrkelse af nye arenaer, f.eks. fitnesscentre, strande, genbrugspladser, bankospillesteder. Det skal gøres let for de lokale arenaers aktører at medvirke til rekrutteringen.</p>

4.	Indsatsens fokusområder:	Der sættes fokus på steder, hvor rygere opholder sig i dag- og aftentimer. Hjem, arbejde og fritidsmiljøer. Der udvælges enkelte geografiske enheder og sociale begivenheder. Dette beskrives nærmere efter udvikling i projektgruppens startworkshop.
5.	Målgruppe(r):	Storrygere i boligområder og relevante fritidsmiljøer
6.	Inddragelse af målgruppen i øvrigt:	<ul style="list-style-type: none"> - Der skal foretages tilpasninger/brugertests af nye indsattstyper, f.eks. interview med målgrupperepræsentanter og i disses netværk. - Repræsentanter for målgruppen inddrages i udviklingsfasen i form af prætest af f.eks. markedsføringsinitiativer.
7.	Rekruttering af målgruppen til indsatsen:	Storrygere vil blive rekrutteret gennem bl.a. events og konkurrencer i forbindelse med steder, hvor målgruppen bor og færdes. Lokale frivillige hjælper med til at rekruttere.
8.	Aktiviteter og metoder:	Flere typer af metoder kommer i spil. Udvikles efter startworkshop og efter rådgivning af lokale aktører. Følgende kan evt. komme i spil: Halvårlige events, opsøgende besøg i fritidsmiljøer, konkurrencer, ”tag-en-ven-med”, månedens succeshistorie i en given setting.
9.	Sikring af kompetencer blandt fagpersonale (denne udfyldes hvis relevant):	De frivillige skal – ligesom fagpersonerne - kunne hjælpe med tilmelding til og brug af e-kvit, men i modsætning til fagpersonerne skal de frivillige ikke rådgive om rygestop – blot rådgive om de lokale og centrale muligheder for støtte. Det vil kræve kurser eller anden oplæring, som udvikles af Kræftens Bekæmpelse i samarbejde med samarbejdsparter lokalt i Køge.
10.	Samarbejde med andre aktører:	Projektet sigter på at opnå dialog med 80 % af landets kommuner om deres markedsføring i 2015. De vil blive interviewet og kunne få tilbudt forslag til og sparring om forbedring af markedsføring. I 2016 skal erfaringer fra Køge løbende overføres til resten af landet, idet frivillige fra andre lokalforeninger skal rekrutteres og uddannes, så der kan etableres samarbejde med kommuner om rekruttering.

11.	Arenaer:	<p>Generelt skal storrygerne rekrutteres i fritidslivet.</p> <p>Projektet vil derfor koble sig på møder, sammenkomster og aktiviteter i lokalområder, som finder sted med andet for øje end forebyggelse f.eks. fitness, banko, indkøbscentre, pensionistklubber m.v.</p>
12.	Risici og udfordringer:	<p>Storrygere har ofte mange stopforsøg bag sig og skal håndteres varsomt for ikke at opleve endnu et nederlag. De bor og færdes ofte i miljøer, hvor rygning er udbredt og socialt acceptabelt i fællesskabet. Samtidig er mange rygere dog motiverede og bevæger sig i retning af at tænke på rygestop. Dette skal projektet have opmærksomhed på og håndtere.</p> <p>En række kommuner vil måske være tilbageholdende med at tage imod hjælp udefra (Kræftens Bekæmpelse) til at øge markedsføring, da øget aktivitet vil kræve ressourcer. For at opnå succes historier tænkes projektet påbegyndt i en række kommuner, hvor vi i forvejen har gode samarbejdsrelationer i kraft af relationer i Sund By Netværket.</p>
13.	Tilpasning til den eksisterende indsats, hvis relevante:	<p>Der vil være en grænseflade til kommunens allerede eksisterende rygestoptilbud og til allerede eksisterende lokalforeningsaktiviteter. Dette skal håndteres gennem samarbejde og planlægning, så de nye aktiviteter bliver supplement til det eksisterende, og der opnås synergieffekt – og så rygerne så vidt muligt oplever et øget tilbud og en øget tilskyndelse til at forsøge sig med rygestop.</p>
14.	Dokumentation og afrapportering:	<p>De kvantitative resultater af indsatsen vil blive dokumenteret dels via Rygestopbasen (rekruttering af storrygere til rådgivning) og dels ved hjælp af journalisering af kontakten til kommuner.</p> <p>Resultaterne vil blive fremlagt i samarbejdet i Sund By Netværket, hvor 2/3 af landets kommuner er medlemmer.</p>

15.	Formidling og kommunikation:	<p>En konkret plan for samarbejdet i Køge Kommune udarbejdes efter fælles startworkshop med frivillige og kommune. Det kan evt. blive forslag om uddeling af trykt materiale og kontakt i specifikke boligområder og fritidsarenaer. Tryksager og konkurrenceelementer er tænkt som mulige elementer. Lokale medier og tilgængelige infoskærme inddrages så vidt muligt.</p> <p>Til landets øvrige kommuner tænkes i første række skriftlig kontakt med tilbud om serviceeftersyn af hjemmeside og øvrige markedsføringsaktiviteter. Subsidiært kan tilbydes sparring og samarbejde om de lokale muligheder, i stigende grad efterhånden som der høstes erfaringer fra Køge-samarbejdet.</p>
16.	Projektets forankring, hvis relevant:	<p>Der planlægges løbende kontakt til landets kommuner med baggrund i Køge-erfaringerne, jf. ovenfor. Derfor vil projektet gradvist kunne forankres i mange kommuner.</p> <p>Der vil blive orienteret om projektets progression i relevante samarbejdssammenhænge, f.eks. tobaksgruppen i Sund By Netværket. Hen imod projektets slutning vil det blive planlagt, hvor det er mest relevant yderligere at gøre erfaringerne tilgængelige for flere.</p>
17.	Projektets organisering og bemanning:	<p>Projektet bemandes i Kræftens Bekæmpelse med projektleder Karin Mejding og yderligere en medarbejder, som vil blive ansat til formålet. Samarbejdsform med samarbejdspartnere: Startworkshop og nedsættelse af følgegruppe og arbejdsgruppe med udgangspunkt i Køge Kommune og Køge Lokalforening.</p> <p>Til følgegruppen inviteres evt. deltager fra yderligere en eller flere kommuner eller andre relevante fagfolk som sparringspartner(-e). Fælles fastsættelse af indsatser, tidsplan og milepæle.</p> <p>Arbejdsgruppen består dels af ansatte, dels af lokale frivillige, som rekrutteres og dedikeres specifikt til dette projekt.</p>

18.	Tidsplan:	<p>Projektet forventes igangsat januar 2015 og afsluttet december 2016.</p> <p>Plan for hvert finansår:</p> <p>(2014: For egne midler, før start på ansøgt bevilling: Start på planlægningen i Køge, start på landsdækkende kontakter)</p> <p>2015: Udførelse og erfaringsindsamling i Køge, hvor hovedindsatserne forventes afsluttet sidst på året. Erfaringerne vil løbende indgå i de fortsatte kontakter til landet øvrige kommuner.</p> <p>2016: Hovedfokus på øvrige kommuner, afslutning og afrunding af modelprojekt i Køge, hvor erfaringerne videreføres som del af den fortsatte drift.</p> <p>(2017: For egne midler: Forsat dialog med kommunerne om rekruttering)</p>
-----	-----------	--