

Procesevaluering: Udvikling af Mindhelper.dk

Fra koncept til implementering - 1. februar 2015 til 1. februar 2017



“

Jeg synes, at det er vigtigt, at unge bliver hørt. Det er jo trods alt os, der bedst ved, hvordan det er at være ung. Sammen med masser af andre unge har jeg derfor hjulpet med at lave Mindhjelper.



Sandra Poulsen

Medlem af Mindhjelperes ungepanel

Indholdsfortegnelse

<i>Resumé</i>	<i>1</i>
<i>Indledning</i>	<i>6</i>
<i>Om Mindhelper</i>	<i>8</i>
<i>Status på måltal</i>	<i>10</i>
<i>Samarbejde med de fire partnerskabskommuner</i>	<i>12</i>
<i>Produktion af indhold</i>	<i>16</i>
<i>Henvisninger til apps</i>	<i>19</i>
<i>Brevkasse</i>	<i>21</i>
<i>Ung-til-ung-forum</i>	<i>23</i>
<i>Vejvisning til mere hjælp</i>	<i>25</i>
<i>Interaktionsdesign og informationsarkitektur</i>	<i>28</i>
<i>Markedsføring rettet mod unge</i>	<i>30</i>
<i>Ungeinddragelse</i>	<i>38</i>
<i>Det har vi på tegnebordet i perioden frem til 1. september 2017</i>	<i>43</i>
<i>Bilag 1</i>	<i>45</i>
<i>Bilag 2</i>	<i>46</i>
<i>Bilag 3</i>	<i>47</i>
<i>Bilag 4</i>	<i>53</i>
<i>Bilag 5</i>	<i>54</i>
<i>Bilag 6</i>	<i>55</i>

“

Mindhjælper er en mulighed for at nå nogle unge mennesker på en anden måde, end vi har været vant til.



Jakob Vejlø

Chef for forebyggelse, dagtilbud og skoler
i Faaborg-Midtfyn Kommune

Resumé

Mindhelper er et website om mental sundhed for unge i alderen 13-20 år. Målet med sitet er at hjælpe unge tidligt, før problemer vokser dem over hovedet. Emnerne spænder bredt lige fra kærestesorger og ensomhed til depression og angst. I artikler, interviews, brevkasse-svar og videoer får unge viden og værktøjer til bedre mental sundhed. Herudover henviser vi også til steder, hvor unge kan få yderligere hjælp.

Organisationer bag Mindhelper og projektets tidsramme

Mindhelper udvikles i samarbejde mellem Trygfonden og:

- Region Syddanmark
- Faaborg-Midtfyn Kommune
- Odense Kommune
- Svendborg Kommune
- Varde Kommune

Projektet startede 1. februar 2015 og løber indenfor den nuværende budgetramme frem til 1. september 2017.

Målsætninger og måltal

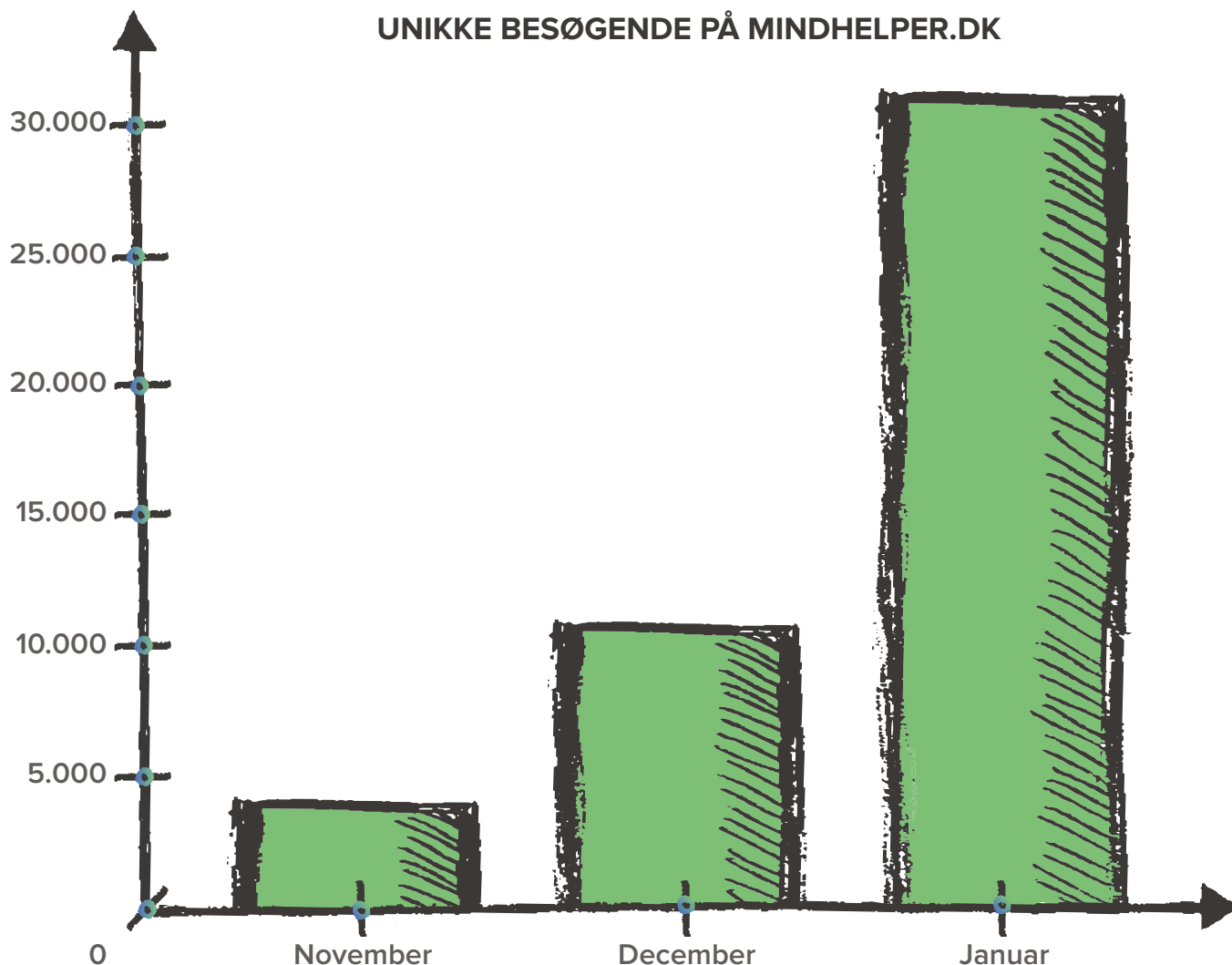
Målsætninger for Mindhelper er at:

- bidrage til at forebygge trivselsproblemer.
- understøtte tidlig opsporing af trivselsproblemer.
- hjælpe unge med at foretage relevante selvstøttende handlinger.
- understøtte at unge søger hjælp på laveste relevante specialiseringsniveau.

Skal Mindhelper gøre den ønskede forskel er det afgørende, at sitet når bredt ud til unge. Konkret har vi opstillet et mål om 100.000 unikke besøgende i sitets første leveår.

Status er, at vi alene i de tre seneste måneder har haft over 44.000 unikke besøgende og 121.000 sidevisninger. Jf. grafikken på næste side.

UNIKKE BESØGENDE PÅ MINDHELPER.DK

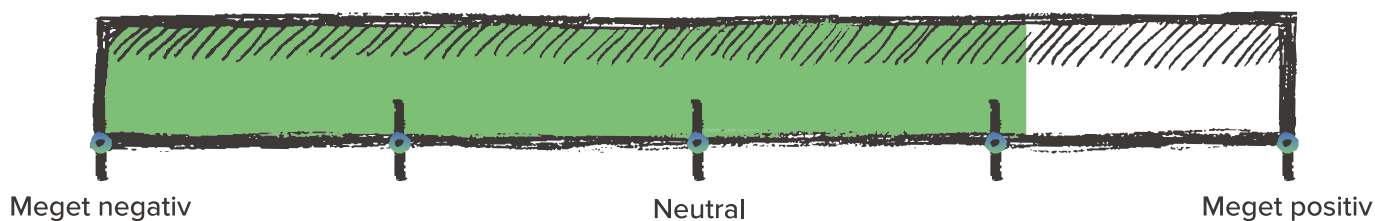


Foreløbig temperaturmåling af besøgendes tilfredshed med Mindhjelper

Vi indsamler løbende data om de besøgendes tilfredshed med Mindhjelper. Grafikken herunder viser brugertilfredshed målt i januar 2017.

Tilfredshedsscore baseret på 289 svar på spørgsmålet:

“Hvad er din samlede oplevelse af Mindhjelper.dk i dag?”



Indhold i procesevalueringen

I procesevalueringen fokuserer vi på 9 områder, som vi vurderer har særlig stor betydning for, om Mindhelper ender med at give de ønskede effekter. Herunder præsenterer vi et kort sammenkog af de 9 afsnit.

Samarbejde med de fire partnerskabskommuner

Den kommunale forankring af projektet har haft stor betydning for Mindhelper. Samarbejdet med kommunerne har åbnet døre, givet os nyttig viden og sikret vigtig feedback fra ledere og fagfolk i kommuner.

Produktion af indhold

Indhold udvikles i tæt samarbejde med relevante fagpersoner - både internt i Telepsykiatrisk Center, hvor projektet organisatorisk er forankret, og eksternt. For at sikre den formidlingsmæssige kvalitet brugertestes indhold løbende af unge. Undervejs i processen har vi desuden nedsat to eksterne paneler med eksperter fra blandt andet Statens Institut for Folkesundhed og Socialstyrelsen. Panelerne har både givet feedback på indhold og bidraget med strategisk sparring.

Målet er at publicere 200 artikler, interviews og videoer på Mindhelper inden 1. september 2017. Status er, at vi har publiceret 167 artikler, interviews og videoer.

Henvisninger til apps

Som led i målsætningen om at hjælpe unge med at foretage relevante selvstøttende handlinger tipper vi besøgende om nyttige apps. Udvælgelse af apps sker i tæt samarbejde med projektet MindApps.dk, der screener og validerer apps til psykiske vanskeligheder.

Henvisninger til apps er et eksempel på, hvordan Mindhelper i kraft af sine besøgstal kan medvirke til, at nyttige digitale værktøjer når bredere ud til unge.

Brevkasse

På workshops har unge efterspurgt individuel rådgivning fra eksperter. Vi har derfor oprettet en brevkasse på Mindhelper. En fordel ved brevkasseformatet er, at andre unge kan drage nytte af indholdet. Undervejs har vi løbende testet brevkassesvar på projektets ungepanel. Feedbacken har blandt andet gjort os klogere på, hvordan vi skriver svar, der understøtter unges selvrefleksion.

Status er, at vi har besvaret ca. 60 brevkassespørgsmål om alt fra kærestesorger til spiseforstyrrelser.

Ung-til-ung-forum

Unge efterspørger mulighed for at få råd fra andre unge - eksempelvis i form af et ungeforum. Det er ressourcekrævende at drive et forum etisk og fagligt forsvarligt. Samtidig kræver det stort arbejde at opbygge et levende forum. Vi har derfor valgt ikke at implementere et forum i den nuværende projektperiode. I stedet henviser vi til eksisterende fora, hvor det er relevant. Det kan sagtens være, at peer-to-peer-support med tiden vil kunne øge unges udbytte af Mindhjelper, men vi mangler stadig at finde den rette løsning.

Vejvisning til mere hjælp

Mange unge mangler viden om, hvor de kan gå hen, når de har brug for hjælp. En central opgave for Mindhjelper er derfor at guide unge videre til yderligere hjælp. Det gør vi både i artikler, interviews og brevkassesvar. Herudover har vi udviklet en vejviserfunktion, der gør det nemt for unge over hele landet at finde det tilbud om Åben Anonym Rådgivning, som alle kommuner er forpligtede på at tilbyde. Den bagvedliggende tanke er hele tiden, at problemer skal løse på lavest mulige specialiseringsniveau.

Interaktionsdesign og informationsarkitektur

Det nuværende design på Mindhjelper er i høj grad resultatet af løbende idégenerering, feedback og brugertests med unge. For at fange usability-problemer i opløbet gik vi i april 2016 i luften med en beta-version af Mindhjelper. Perioden frem til den officielle lancering i september 2016 blev brugt til grundige tests af interaktionsdesign og informationsarkitektur.

Markedsføring

Skal Mindhjelper gøre den ønskede forskel, er det afgørende, at sitet når bredt ud til unge. Vi har identificeret tre primære markedsføringskanaler: Google, sociale medier og fagpersoner. Helt fra de første faser i projektet har vi arbejdet systematisk med søgemaskineoptimering i forhold til Google. Resultatet er, at vi siden august 2016 har haft en ugentlig vækst i trafikken fra Google på 11 %. Sideløbende har vi afprøvet forskellige annonceringsstrategier på Facebook. Endelig har vi oprettet et Mindhjelper-nyhedsbrev målrettet fagfolk, der arbejder med unge. Status er, at 484 fagfolk fra hele landet har tilmeldt sig nyhedsbrevet. Heraf har 121 bestilt pakker med Mindhjelper-materialer.

Ungeinddragelse

Over 300 unge har været involveret i udviklingen af Mindhelper indtil videre. Det er eksempelvis sket gennem workshops, brugertests og to faste ungepaneler i Varde og Svendborg.

Evalueringer viser, at de unge generelt er meget tilfredse med panelmøderne og oplever, at de er med til at gøre en forskel. Udover at bidrage med idéer og feedback har unge fra panelerne også deltaget i markedsføringen af Mindhelper og i begrænset omfang selv produceret indhold til sitet.

Indledning

Mindhelper er et resultat af en lang række valg. Nogle af valgene blev allerede truffet i projektansøgningen, andre er truffet i udviklingsprocessen.

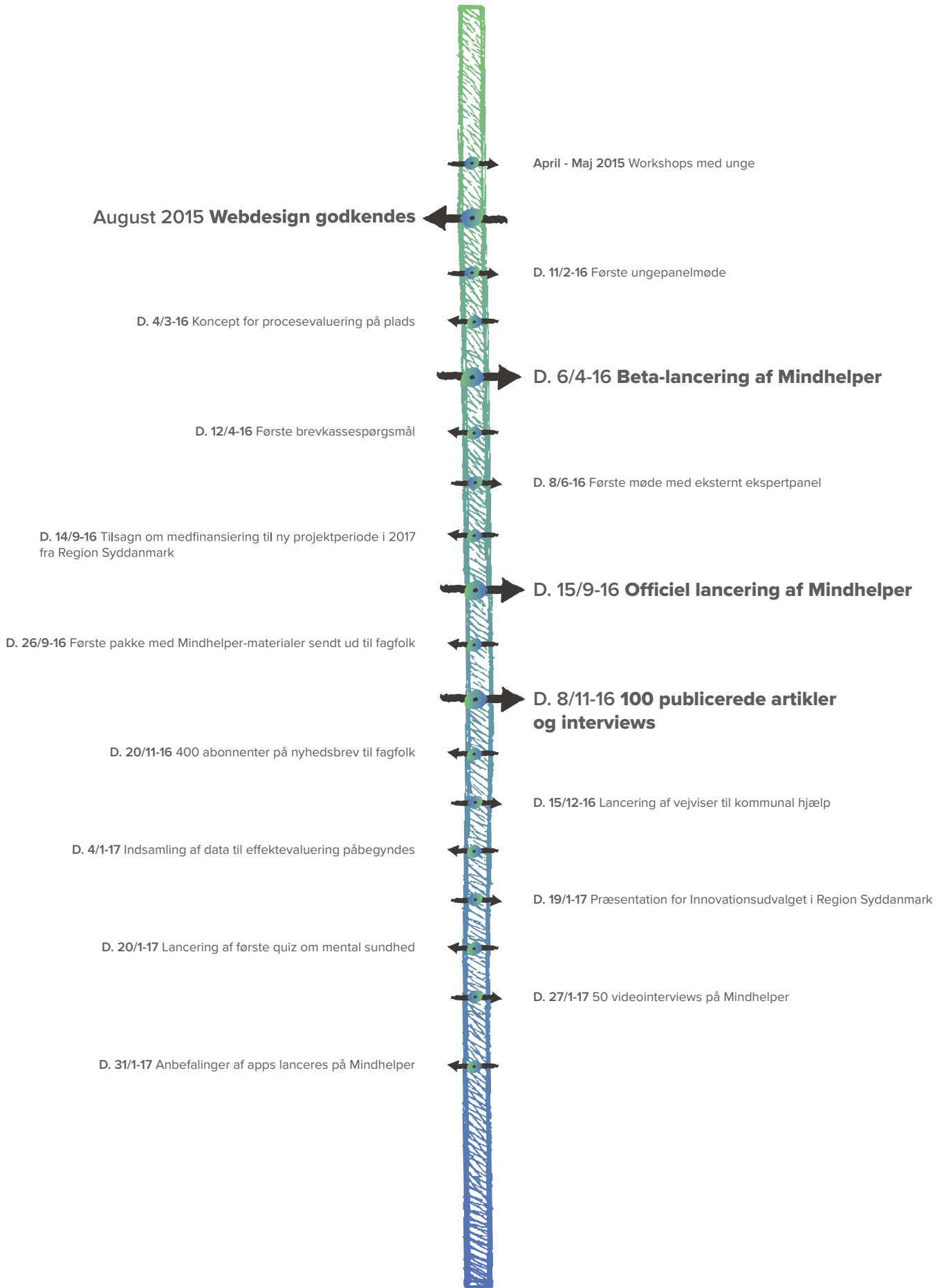
Formålet med procesevalueringen er at tydeliggøre, begrunde og reflektere over centrale valg i udviklingen af Mindhelper.

Vi lægger kortene åbent frem og fortæller, om de antagelser, der har ligget til grund for vores valg. I flere tilfælde har antagelserne vist sig at holde stik, men på nogle områder har vi også måttet sande, at antagelser har vist sig ikke at holde, hvorfor vi har måttet ændre kurs. Begge dele er lige interessant i denne sammenhæng, da formålet er at udlede en række generelle læringspunkter, der dels vil kunne styrke den fremtidige udvikling af Mindhelper, dels være nyttige for lignende projekter.

Afsættet for procesevalueringen er et evalueringsdesign, som vi i efteråret 2015 udviklede i samarbejde med et eksternt konsulentbureau specialiseret i evaluering.

Procesevalueringen her suppleres 1. maj 2017 af en effektevaluering af Mindhelper, der udarbejdes af et eksternt evalueringsbureau.

TIDSLINIE OVER MINDHELPER.DK



Om Mindhelper

Baggrund

Mindhelper er partnerskabsprojekt mellem:

- Region Syddanmark
- Faaborg-Midtfyn Kommune
- Odense Kommune
- Svendborg Kommune
- Varde Kommune
- Trygfonden

Projektet finansieres primært af en donation fra Trygfonden. Herudover bidrager Region Syddanmark og partnerskabskommunerne også til finansieringen.

Projektet blev indledt 1. februar 2015 og løber indenfor den nuværende budgetramme frem til 1. september 2017.

Hvad er målet med Mindhelper?

Mindhelper er sat i verden for at øge unges viden om mental sundhed og hjælpe dem, før problemer vokser dem over hovedet.

Mindhelper:

- Bidrager til at forebygge trivselsproblemer.
- Understøtter tidlig opsporing af trivselsproblemer.
- Hjælper unge med at foretage relevante selvstøttende handlinger.
- Understøtter at unge søger hjælp på laveste relevante specialiseringsniveau.

Hvad får unge på Mindhelper?

Mindhelper giver unge:

- **Viden om mental sundhed og råd til at håndtere problemer**
Mindhelper vil 1. september 2017 indeholde ca. 200 artikler, interviews og videoer om alt fra kærestesorger til ensomhed og angst.

- **Personlig hjælp i brevkassen**

Mindhjælperens brevkasse er altid åben for unge, der har brug for et godt råd fra en fagperson.

- **Vejvisning til mere hjælp**

Langt fra alle problemer kan løses digitalt. Mindhjælper indeholder derfor også henvisninger til, hvor unge kan få mere hjælp. Det kan eksempelvis være i den unges nære netværk, på skolen, hos kommunen eller hos hjælpeorganisationer.

Metoder i procesevalueringen

Som led i procesevalueringen har vi oprettet en logbog for projektet. I logbogen samler vi referater fra eksempelvis møder med ungepaneler, projekt- og styregruppe og eksterne eksperter.

Udover links til referater indeholder logbogen også opsummeringer af de vigtigste læringspunkter samt punkter, der eventuelt skal undersøges nærmere.

Logbogens centrale funktioner er, at:

1. Dokumentere processen.
2. Facilitere løbende refleksion i projektteamet.
3. Sikre der bliver fulgt op på aftaler og beslutninger.

Sideløbende har vi benyttet kvalitative og kvantitative metoder til at undersøge om antagelserne i projektet holder stik. Dataindsamlingsmetoderne er nærmere beskrevet i de enkelte afsnit.

Status på måltal

Måltal for perioden 1. september 2016 til 1. september 2017 er:

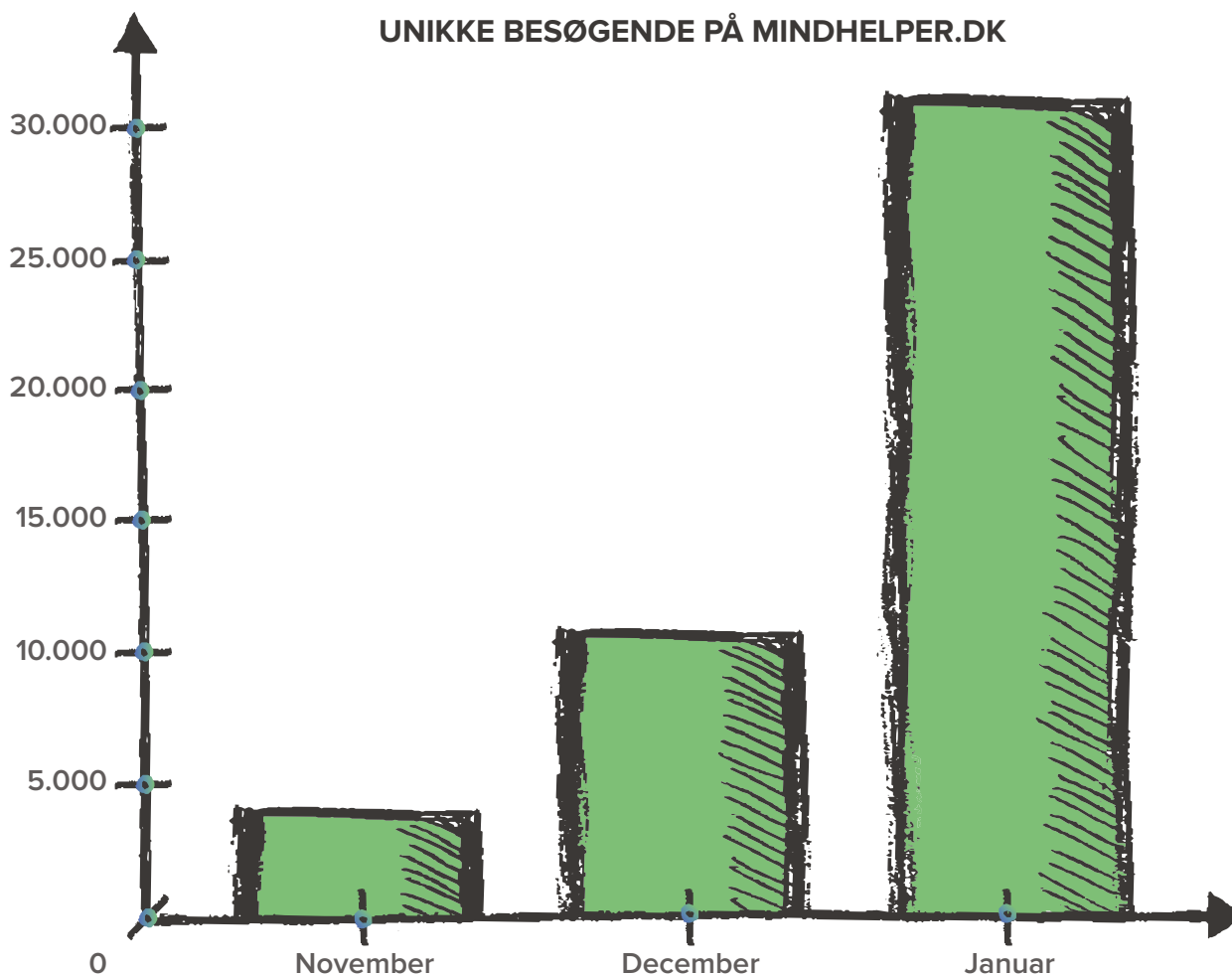
- 100.000 unikke besøgende på Mindhelper
- 200 publicerede artikler, interviews og videoer på Mindhelper
- 500 på abonnenter på Mindhelpers nyhedsbrev til fagfolk
- 3.000 likes på Mindhelpers Facebookside

Herunder giver vi en status på de fire måltal.

Antal unikke besøgende på Mindhelper

Siden 1. september 2016 har vi haft i alt 56.333 unikke besøgende på Mindhelper.

Grafen herunder viser udviklingen i antallet af unikke besøgende på Mindhelper i perioden 1. november 2016 til 1. februar 2017. Som det fremgår, så er besøgstallet støt stigende, hvorfor vi klart forventer at nå målsætningen om 100.000 unikke besøgende på Mindhelper i sitets første leveår.



Publicering af artikler, interviews og videoer

Status er, at vi har publiceret 112 artikler og interviews på Mindhjelper. Herudover har vi en række artikler liggende, som næsten er klar til at blive publiceret.

Vi har desuden købt brugsret til 52 videoer fra sitet Headmatters.dk, der er udarbejdet i samarbejde med Psykiatrifonden. Sammenlignet med tekstindhold er videoer typisk væsentligt dyrere at producere. Vi har derfor valgt at købe brugsret til videoerne fra Headmatters.dk og efterfølgende få dem tilpasset, så de passer ind i Mindhjelper-designet.

Vi forventer således at nå målsætningen om 200 publicerede artikler, interviews og videoer på Mindhjelper inden 1. september 2017.

STATUS PÅ INDHOLDSPRODUKTION



Nyhedsbrev målrettet fagfolk

September 2016 gik vi i luften med et Mindhjelper-nyhedsbrev målrettet fagpersoner, der arbejder med unge til daglig. Målgruppen er eksempelvis: skolesundhedsplejersker, studievejledere og lærere. Status er, at 484 fagfolk fra hele landet har tilmeldt sig nyhedsbrevet. Vi forventer således at nå målsætningen om 500 abonnenter på nyhedsbrevet inden 1. september 2017.



FAGPERSONER PÅ
NYHEDSBREVET

Likes på Facebook

Status er, at 2.015 har liket Mindhjelperers Facebookside. Antallet af likes havde tidligere stor betydning for, hvor mange Facebook-brugere, der blev eksponeret for ens opslag. Det har det ikke længere. Antallet af likes har imidlertid stadig betydning i form af social proof. Jo flere likes en side har, jo mere tilbøjelige er folk som udgangspunkt til at interagere med den.



'SYNES GODT OM'
PÅ FACEBOOK

Samarbejde med de fire partnerskabskommuner

Mindhelper udvikles i tæt samarbejde med fire partnerskabskommuner.

De fire kommuner er:

- Faaborg-Midtfyn Kommune
- Odense Kommune
- Svendborg Kommune
- Varde Kommune

Partnerskabskommunerne spiller en vigtig rolle på en række områder i udviklingsprocessen. Herunder har vi valgt at fremhæve fire punkter, hvor samarbejdet med partnerskabskommunerne har været særligt vigtigt for udviklingen af Mindhelper.

Løbende input og feedback fra ledere og fagfolk i partnerskabskommunerne

Det er vigtigt for projektet at få løbende feedback og input fra ledere og fagfolk, der arbejder med unge.

Styregruppen og projektgruppen har blandt andet bidraget med:

- Organisatorisk indsigt i den enkelte kommune
- Hvad er fokusområder i den enkelte kommune?
- Hvilke problemstillinger fylder i deres kommuner?
- Hvad skal vi adressere i Mindhelper for at gøre en forskel?
- Formidling af kontakt til andre projekter og initiativer
- Adgang til relevante fagpersoner
- Feedback på materiale til fagpersoner

Det opleves klart som en fordel i mødet med og adgangen til den enkelte fagperson, at kommunen er partner i projektet. Det giver en lettere adgang til fagpersoner, ejerskab og engagement. Fagpersoner i kommuner har også været vigtige i udvikling og kvalitetssikring af indhold til Mindhelper.

Intern udbredelse af Mindhelper i partnerskabskommunerne

De kommunale repræsentanter i styregruppe og projektgruppe gør det lettere at nå ud til fagpersoner i den enkelte kommune.

Vores erfaring viser eksempelvis, at det er lettere at engagere fagpersoner fra partnerskabskommunerne i tilmeldingen til Mindhelpers nyhedsbrev. Her er 101 ud af 484 abonnenter fra en af de fire partnerskabskommuner. Udbredelsen til fagpersoner er vigtig. De kender de unge og møder dem i dagligdagen.

I udbredelsen af nyhedsbrevet til fagpersoner har chefer fra styregruppen været aktive i at videresende opfordringen om at tilmelde sig nyhedsbrevet fra Mindhelper. Da fagpersonerne generelt meddeler, at de modtager mange mails og derfor smider mange ud er det vigtigt, at vi har gennemslagskraft og opbakning på ledelsesniveau i den enkelte kommune. At videresende en mail virker rent praktisk som en lille ting, men det har haft stor betydning for rækkevidden af vores nyhedsbrev til fagpersoner.

Partnerskabskommunerne har også været aktive med intern kommunikation af projektet på intranet og i interne nyhedsbreve. Igen vigtige aktiviteter for den lokale forankring blandt fagpersoner, der arbejder med unge i dagligdagen.

For at sikre en stærk forankring har vi også været ude og præsentere projektet for fagfolk i partnerskabskommunerne. Adgang til personalemøder og temadage er mulig af to årsager:

- Vi har kontaktpersoner med stort netværk i kommunen
- Mindhelper er også kommunens projekt

Partnerskabskommunerne og det eksterne pressearbejde

Den kommunale forankring har stor betydning for lokale mediers interesse for projektet.

Medlemmer fra styregruppen og projektgruppen har udtalt sig om projektet og arbejdet aktivt for pressedækningen. Det har også betydet, at andre embedsmænd og politikere fra partnerskabskommunerne har udtalt sig. Det er aktiviteter, hvor vi når bredt ud med projektet. Og det er samtidig med til at kommunikere bred tværsektoriel forankring af projektet.

Pressedækning af projektet har stor betydning i sig selv. En sidegevinst ved den store interesse fra netmedier har været en række autoritetstunge links ind til Mindhelper. Links der både giver direkte trafik, når Mindhelper omtales, men som også har betydning for vores indsats med søgemaskineoptimering.

Indtil videre har Mindhelper været omtalt ca. 14 gange i aviser, radio og TV. På siden www.mindhelper.dk/mindhelper-i-mediernes/ har vi samlet links til presseomtale af Mindhelper.

Adgang til institutioner

Partnerskabskommunerne har spillet en vigtig rolle i forhold til den praktiske planlægning af workshops på skoler. Det har sparet os mange arbejdstimer, fordi vi har personer i kommunen, der kan åbne døre og pege os i den rigtige retning.

Vigtig signalværdi til andre kommuner

Vi har allerede fået flere uopfordrede henvendelser fra kommuner, der gerne vil høre mere om arbejdet med Mindhelper og deres mulighed for at være med. Vores antagelse er, at det i høj grad skyldes, at andre kommuner i forvejen er med til at udvikle Mindhelper.

“

Jeg har selv haft det svært, og jeg ville ønske, der var et sted som Mindhelper, jeg kunne have fået råd fra. Det er vigtigt, at unge skal kunne få råd og hjælp uden at skulle gå til en lærer, forælder eller anden voksen.



Thomas Karlsen

Medlem af Mindhelpers ungepanel

Produktion af indhold

Vi har fra projektets start indhentet feedback fra unge på, hvordan vi formidler viden og råd om mental sundhed til unge, så indholdet opleves som relevant, fængende og troværdigt.

Testmetoder

Vi har benyttet en række testmetoder. Eksempelvis:

- **Guerilla-testing**

Hvor vi har opsøgt unge på skoler og uddannelsessteder og bedt dem om at give feedback på indhold.

- **Læsetests på skoler**

Hvor vi registrerede, hvor lang tid unge var om at læse artikelforslag. Efterfølgende spurgte vi ind til de unges oplevelse af artiklerne - herunder længden.

- **Feedback på workshops**

Gennem workshops har vi fået over 150 tilbagemeldinger fra unge på i alt 32 forskellige artikler og interviews, der er udvalgt, så de repræsenterer spændvidden i emner på Mindhelper.

- **Ungepaneler**

Sideløbende med de øvrige aktiviteter har vi haft to faste ungepaneler med base i henholdsvis Svendborg og Varde. Vi har mødtes med de to paneler i alt 11 gange. Et fast programpunkt har været at få feedback på de forskellige typer indhold.

Læringspunkter

Gennem udviklingsprocessen har vi indhentet en stor mængde feedback fra unge på form og indhold i Mindhelper-artikler og interviews. Vi har efterfølgende kogt de mange tilbagemeldinger ind til en række generelle læringspunkter, som vi skal være opmærksomme på. Herunder er udvalgte læringspunkter:

- De unge vil gerne have råd til at håndtere problemer og udfordringer. Når vi giver råd skal vi sørge for at følge dem helt til dørs. Rådene skal være klart handlingsanvisende.

- Det er godt, hvis vi begrundet anbefalinger i stedet for eksempelvis blot at skrive, at "det er vigtigt at du får 8-10 timers søvn hver nat". Vi skal gøre os umage med at forklare, hvorfor det er vigtigt. Det viser, at vi tager de unge alvorligt.
- Det er betryggende at få at vide, at man ikke er den eneste, der har et bestemt problem. Det er eksempelvis godt med statistik, der viser, at et bestemt problem er meget udbredt.
- Det er vigtigt, at artikler og interviews indgyder håb, og at vi ikke gør de unge unødigt bekymrede.

Dilemmapunkter

Vi har også lokaliseret en række dilemmapunkter, hvor de adspurgtes ønsker og holdninger strider mod hinanden:

- De fleste unge siger fx, at sproget fungerer godt i artikler og interviews. Men nogle siger, at vi skal passe på, at det ikke bliver for enkelt eller barnligt. Heroverfor siger andre om de samme artikler, at vi skal passe på, at sproget ikke bliver for tungt eller voksent. At det forholder sig sådan er ikke overraskende. Indholdsproduktion er ikke en eksakt videnskab. Udfordringen er således løbende at finde frem til en stil, der appellerer bredt, uden at indholdet ender som et ligegyldigt kompromis, der ikke taler til nogen.
- Et andet dilemma handler om tekstlængde. Nogle unge siger, at en artikel bliver for lang, mens andre siger om den samme artikel, at vi med fordel kan folde emnerne mere ud. Dette skisma forsøger vi at løse ved at gøre tekster lette at skimme, så besøgende ikke behøver at læse lineært, men kan springe videre til netop det afsnit, der interesserer dem.

Faglig validering af indhold

Et andet fokusområde har været at sikre den faglige validitet på siden. Her trækker vi på psykologfaglig ekspertise internt i Mindhjelper-projektet og Telepsykiatrisk Center. Vi har desuden nedsat to eksterne referencegrupper med henholdsvis psykologer og eksperter fra eksempelvis Statens Institut for Folkesundhed, Aalborg Universitet og Socialstyrelsen. De to grupper har hver mødtes 3 gange. ([Bilag 1 indeholder en liste over deltagere i de to grupper](#))

Grupperne har givet feedback, der løbende er blevet indarbejdet på Mindhelper. De har eksempelvis gjort os opmærksomme på, at:

1. Vi skal passe på med udelukkende at fokusere på individuelle handlemuligheder og årsagsforklaringer på problemer. Hvor det giver mening, kan Mindhelper med fordel bidrage til at skærpe de unges blik for strukturelle årsager til problemer og muligheden for kollektive handlinger.
2. Vi skal være opmærksomme på, at Mindhelper ikke får slagside forstået på den måde, at sitet udelukkende kommer til at appellere til ressourcestærke piger.
3. Ikke alle unge har lige let ved at opsøge viden og råd. Det er vigtigt, at Mindhelper også når ud til unge, der af forskellige årsager ikke selv opsøger hjælp.

Status på feedback

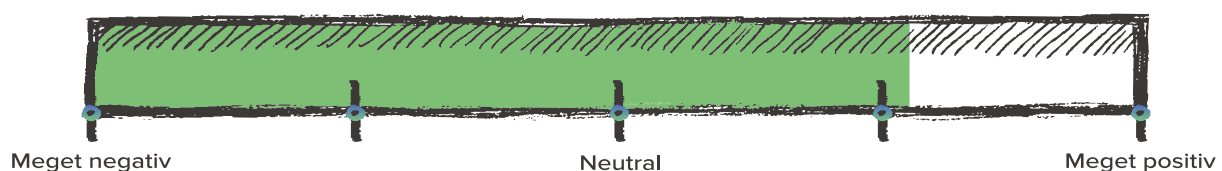
Nederst i alle artikler, interviews og brevkassesvar har besøgende mulighed for at angive om indholdet var nyttigt for dem eller ej ved at pege en tommeltot op eller ned. Status er pr. 1. februar 2017, at 515 besøgende har vurderet indhold. 461 har peget tommeltotten op og dermed angivet, at indholdet var nyttigt for dem, mens 54 har vendt tommeltotten ned.



Januar 2017 indledte vi dataindsamling til effektevaluering af Mindhelper. Data indhentes blandt andet gennem et spørgeskema, som besøgende på Mindhelper opfordres til at svare på. Indtil videre har ca. 300 svaret på spørgeskemaet. Et af spørgsmålene lyder:

“Hvad er din samlede oplevelse af Mindhelper.dk i dag?”

Besøgende har mulighed for at svare på en skala fra meget negativ (1 point) til meget positiv (5 point). Status er, at vi på det nævnte spørgsmål har en gennemsnitlig score på 4,1 point.



Henvisninger til apps

96 % af elever i 7. - 9. klassetrin har en smartphone. Og allerede i 2015 var der mere end 165.000 smartphone apps tilgængelige med fokus på sundhed. I denne kategori er der også et stort udbud af apps, der fokuserer på mentale udfordringer. Apps er en nem og fleksibel måde at give adgang til et hjælp på et højt specialiseringsniveau. Det er således oplagt at tippe besøgende på Mindhjelper om nyttige apps.

Sikker udvælgelse af apps

Vi arbejder tæt sammen med projektet Mindapps.dk i Telepsykiatrisk Center, når vi udvælger apps.

MindApps' formål er at identificere apps i til psykiske vanskeligheder, der både har høj kvalitet og overholder dansk datalovgivning. MindApps udvælger og vurderer den enkelte app på baggrund af en systematisk screeningsmetodik.

MindApps blev officielt lanceret i januar 2017, og vi er lige nu i gang med at implementere og teste de første henvisninger til apps på Mindhjelper. I takt med at MindApps screener flere apps udvider vi antallet af henvisninger, hvor det er relevant på Mindhjelper.

Dataindsamling på unges efterspørgsel på apps

For at generere viden om unges brug af apps, planlægger vi, at sætte et trackingscript på de links, der leder besøgende fra Mindhjelper videre til download af specifikke apps. Et klik videre er ikke lig med, at en ung downloader den pågældende app, men de indsamlede data kan med tiden bruges til at skabe et billede af, hvilke apps besøgende på Mindhjelper oplever som mest relevante.

Mindhjelper som distributionskanal

Vi henviser for nuværende kun til et begrænset antal apps, idet den fulde funktionalitet endnu er under udvikling. Men på sigt giver samarbejdet med MindApps mulighed for at oprette en hel sektion på Mindhjelper med henvisninger til kvalitetssikrede og lovlige apps.

Herudover planlægger vi løbende at tippe fagpersoner på Mindhjelperns nyhedsbrev om kvalitetssikrede apps, de kan anbefale til unge. På den måde kan Mindhjelper få en central rolle i udbredelsen af apps til unge om mental sundhed. Apps er således et godt eksempel

på, hvordan Mindhelper også kan tænkes som en distributionskanal for eksternt udviklede værktøjer. Herunder vises et eksempel på, hvordan vi henviser til apps fra artikler på Mindhelper.

APPBEFALING

WorryTime

Appen WorryTime hjælper dig med at hegne dine bekymringer ind, så de ikke fylder hele din dag. Idéen er, at du hver dag afsætter 5, 10 eller 15 minutter til at arbejde med dine bekymringer. Popper der bekymringer op i løbet af dagen, så er tricket, at du gemmer dem til din planlagte 'bekymringstid'.

Download app'en



Brevkasse

På de indledende workshops var et gennemgående punkt, at unge, udover generel information, også efterspurgte mulighed for at få individuel rådgivning af en fagperson på Mindhelper - eksempelvis via en chatfunktion. Vi overvejede derfor at implementere en chat, men endte med at vurdere, at en brevkasse vil være et bedre valg. Flere ting spillede ind i beslutningen:

- For det første havde vi en overvejelse i forhold til ressourcer. De unge fremhævede flere gange, at en chat skal være åben, når det passer dem. Meldingen var, at det eksempelvis kunne være alle ugens dage i tidsrummet 18.00-24.00. At drive en chat vil således være ganske ressourcekrævende.
- For det andet har brevkasse-formatet den fordel sammenlignet med en lukket chat, at andre end spørgeren kan få nytte af spørgsmål og svar, fordi de ligger åbent tilgængeligt. Udover ekspertrådgivning efterspurgte mange unge på workshopsene også mulighed for at høre om andre unges udfordringer.
- For det tredje har brevkassen en mere langsigtet funktion i forhold til søgemaskineoptimering af Mindhelper. Når Google skal vurdere et sites relevans i forhold til en specifik søgning, kigger de blandt andet på, om sitet løbende bliver opdateret og udbygget. En løbende strøm af nye brevkassespørgsmål vil være en kilde til aktualitet.

Vi antager, at anonymitet og privatliv er afgørende parametre. Vi har derfor bevidst designet en løsning, hvor unge ikke skal angive personfølsomme data om sig selv for at indsende et brevkassespørgsmål. Det eneste den unge skal oplyse er alder og køn.

Status på brevkassen er, at vi pr. 1. februar 2017 har besvaret 60 brevkassespørgsmål. Emnerne spænder lige fra kæresteproblemer og selvværd til hævnporno og spiseforstyrrelser.

Udpluk af feedback på brevkassesvar fra ungepanelet i Svendborg

Ungepanelet i Svendborg har løbende læst brevkassesvar. Herunder er udvalgte læringspunkter:

- Vi kører p.t. med en svarfrist på 10 dage. Ungepanelet siger, at det er for lang tid. Vi har overvejet denne kritik grundigt, men vi har dog valgt at holde fast i svarfristen indtil videre. Dels giver 10 dage os fleksibilitet ift. weekender, ferie, sygdom m.v. Dels har sider vi sammenligner os med følgende svarfrister; Børnetelefonen: 14 dage, Cyberhus: 10 dage, Sexlinien: 7-10 dage. Det skal dog nævnes, at vi i langt de fleste tilfælde svarer væsentligt hurtigere end 10 dage.
- Ungepanelet fortæller, at det er godt, når vi lægger op til selvrefleksion i brevkassesvar og ikke svarer alt for konkluderende. De fortæller, at det får dem til at reflektere over deres problemstilling og se tingene på nye måder.
- Ungepanelet synes, at det er fint, at vi henviser til andre sites for unge. Men vi kan godt blive endnu bedre til at begrunde vores anbefalinger. Hvis vi eksempelvis fortæller, at Etnisk Ung ved mere om et bestemt emne, må vi gerne forklare mere uddybende, at de er eksperter og begrunde, hvorfor det lige er dem, vi anbefaler i situationen.

Ung-til-ung-forum

På de indledende workshops efterspurgte de unge mulighed for at lære af andre unges erfaringer. Det kunne eksempelvis ske i et ung-til-ung-forum.

Efter grundige overvejelser er vi dog nået frem til ikke at implementere et ung-til-ung-forum på Mindhelper i den nuværende projektperiode. Beslutningen bygger primært på overvejelserne herunder:

- **Der findes allerede velfungerende og aktive fora for unge i Danmark.**
Det er tidskrævende at opbygge et fora med tilstrækkeligt mange aktive brugere. I stedet for selv at etablere et forum har vi derfor valgt at henvise til eksisterende fora, hvor det er relevant.
- **Et forum kræver moderering for at være etisk og fagligt forsvarligt.**
Vi har indhentet erfaringer fra blandt andet Center for Digital Pædagogik, der driver sitet Cyberhus.dk. De fortæller, at samtlige indlæg på Cyberhus gennemgås af en moderator, inden de publiceres. Vores vurdering er derfor, at vi pt. ikke har det nødvendige setup til at drive et etisk og fagligt forsvarligt unge-forum på Mindhelper.

Alternativ til ung-til-ung-forum

Efterfølgende har vi overvejet alternative muligheder for erfaringsudveksling mellem unge. På en workshop i februar 2016 blev unge præsenteret for 3 mockups med idéer til alternative måder, hvorpå ung-til-ung-rådgivning kan inkorporeres på Mindhelper ([Mockups kan ses i bilag 2](#)).

Blandt de tre skitserede modeller var der størst opbakning til en model, hvor unge får mulighed for at supplere fagpersoners brevkassesvar med egne erfaringer.

For at være etisk og fagligt forsvarligt vurderer vi, at kommentarer til brevkasseindlæg i lighed med indlæg på et eventuelt unge-forum vil skulle gennemlæses af en moderator, inden de publiceres. Den skitserede løsning vil således i lighed med et ungeforum være ressourcekrævende.

Sammenfattende vurderer vi derfor ikke, at det er en god idé på nuværende tidspunkt at

åbne op for, at unge skal kunne supplere fagpersoners brevkassesvar med egne erfaringer. Det kan sagtens være, at peer-to-peer-support med tiden vil kunne øge unges udbytte af Mindhelper, men vi mangler stadig at finde den rette løsning.

Vejvisning til mere hjælp

Langt fra alle problemer kan løses digitalt. Indhold på Mindhelper indeholder derfor ofte anbefalinger til, hvor unge kan søge yderligere hjælp. Afhængigt af problematikken kan hjælpen fx findes hos:

- Familie og venner
- Skole eller uddannelsessted
- Hjælpeorganisationer
- Egen læge

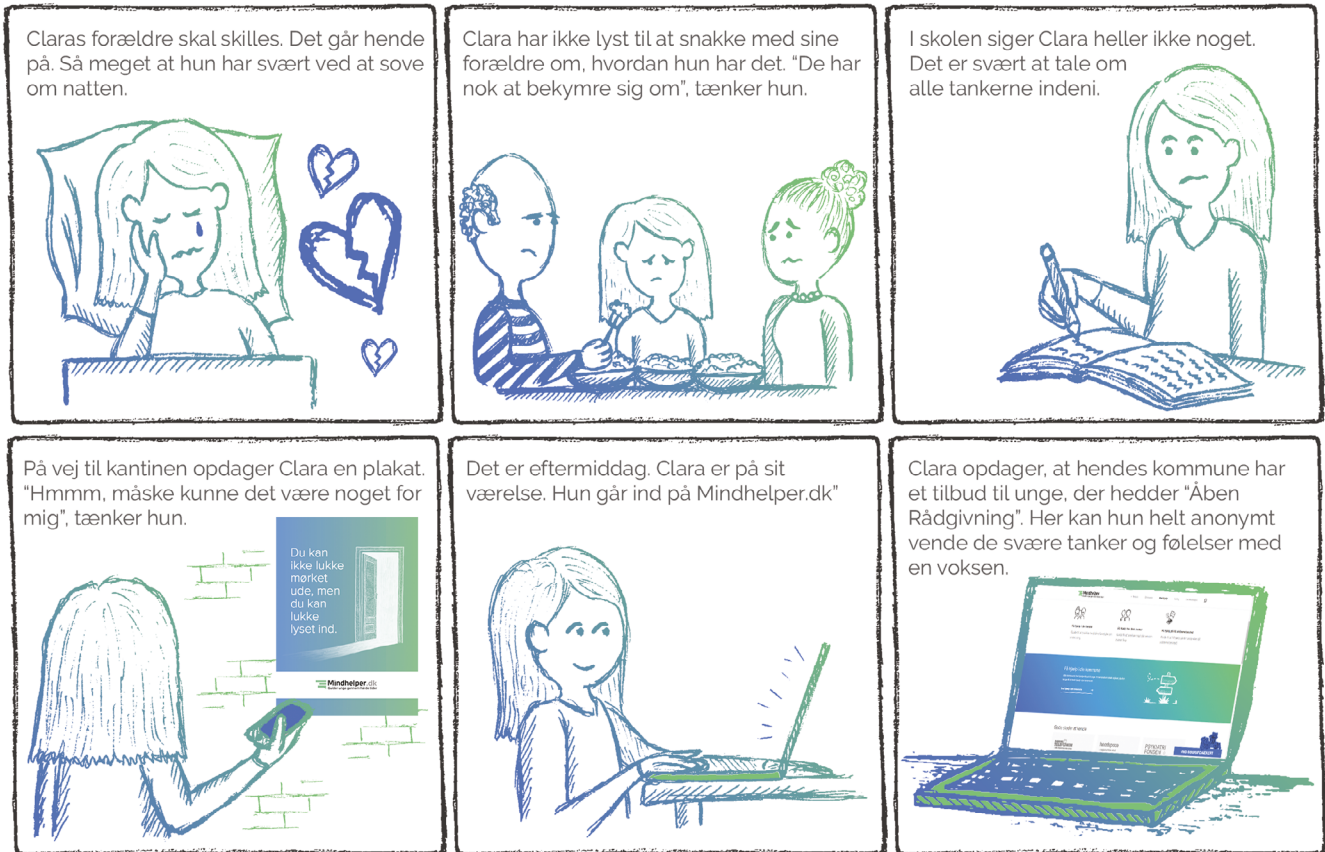
Vejviser til Åben Anonym Rådgivning i kommuner

Vi har desuden udviklet en vejviser-funktion, der gør det nemt for unge at finde det tilbud om Åben Anonym Rådgivning, som alle kommuner ifølge Servicelovens § 11 er forpligtet på at stille til rådighed for unge. Vi har løbende overvejet, om vejviser-funktionen udelukkende skulle indeholde data for de 4 partnerskabskommuner eller alle landets 98 kommuner. Ikke overraskende viser webstatistikken, at Mindhelper tiltrækker besøgende fra hele landet. Vores vurdering har derfor været, at det vil give en dårlig brugeroplevelse, hvis unge fra Hjørring eller Gentofte kommune får at vide, at deres kommuner ikke er med i vejviseren. Vi endte derfor med at inkludere alle 98 kommuners §-11-tilbud i vejviseren.

Vejviseren fungerer kort fortalt på den måde, at man indtaster sit postnummer. Derefter får man vist et link til kommunens tilbud om Åben Anonym Rådgivning. Vi har overvejet, om vi i stedet for at linke ind på kommunernes websider skulle præsentere al kontaktinformation inde på Mindhelper. En ulempe ved denne model er, at vi efterfølgende vil få et stort arbejde med at holde data opdaterede. I første ombæring har vi derfor valgt den skitserede model, hvor vi linker direkte ind på kommunernes sider.

Viser statistikken, at vejviserfunktionen bliver brugt i stort omfang, er det oplagt at overveje, om den skal udbygges, så den kommer til at indeholde flere tilbud end §-11-tilbuddet og eventuelt også flere data fra kommuner.

FÅ HJÆLP I DIN KOMMUNE



Få hjælp i din kommune

Alle kommuner har hjælpetilbud til unge. Vi har lavet en enkel vejviser, du kan bruge til at finde hjælp i din kommune.

[Find hjælp i din kommune](#) →



Få hjælp i din kommune

Alle kommuner har hjælpetilbud til unge. Vi har brugt til at finde hjælp i din kommune.

[Find hjælp i din kommune](#) →

Find hjælp i din kommune

Søg →



Odense Kommune: Åben Rådgivning

[Gå til Åben Rådgivning](#) →

“

Mange unge kæmper med stigende krav.
Både fra samfundet og dem selv.
På Mindhelper kan de få viden og råd
til at håndtere deres mentale sundhed.



Jens Christian Nielsen

Ungdomsforsker på DPU

Interaktionsdesign og informationsarkitektur

På de indledende workshops i foråret 2015 begyndte vi at indhente ønsker til funktionalitet og input til designstil fra unge. [Resultaterne blev efterfølgende samlet i en minirapport, der er vedlagt som bilag 3.](#)

Med afsæt i den indsamlede viden indledte vi i maj 2015 en proces med et eksternt designbureau.

En generel tilbagemelding på workshopsene var, at det er vigtigt, at der indtænkes visuelle elementer i artikler og interviews, der kan bryde teksterne op. En mulighed kunne være at få en fotograf til at tage unikke billeder til hver eneste artikel. Det vil imidlertid hurtigt blive dyrt. En alternativ løsning kunne være at købe licens til et billedarkiv med eksisterende billeder. Designbureauets vurdering var imidlertid, at brug af arkivbilleder ville virke kikset i de unges øjne, hvorfor de frarådede denne løsning. Designbureauet foreslog i stedet, at vi fik unge kunstnere til i abstrakt form at udtrykke de følelser og problematikker, som Mindhelper dækker.

Test af første designudspil

I juni 2015 modtog vi første forslag fra designbureauet ([se bilag 4](#)). Umiddelbart syntes vi, at idéen om at få unge kunstnere til at indfange emner var interessant, men da vi så designbureauets første udkast, kom vi i tvivl om, udtrykket var for abstrakt og voksent i forhold til målgruppen. Vi besluttede derfor at indhente feedback fra unge, inden vi gik videre. Rent praktisk lavede vi 3 mockups på mere traditionelle forsidedesigns ([se bilag 5](#)), så vi havde noget at holde forslaget fra designbureauet op imod. Efterfølgende præsenterede vi de fire forsidedeider for en række unge.

Konklusionen var klar: Det første udspil fra designbureauet appellerede ikke til de unge, og de havde svært ved at afkode, hvem målgruppen for sitet var. Vi besluttede derfor at gå efter et mere traditionelt design, der samtidig imødekommer feedback fra unge om, at udtrykket skal være positivt, men også signalere seriøsitet og troværdighed.

Eksempel på løbende optimering af interaktionsdesign

April 2016 gik vi i luften med en betaversion af Mindhelper. Efterfølgende er designet løbende blevet optimeret på baggrund af feedback og usability-tests. Et eksempel på, hvordan vi med små ændringer har øget brugervenligheden, findes på siden, hvor man indsender brevkassespørgsmål. Siden er kodet sådan, at man skal angive køn og alder, før man kan indsende brevkassespørgsmål. Klikker man på send-knappen uden at have angivet de nævnte data vises en besked, der fortæller, at felterne skal udfyldes.

Oprindeligt var siden designet sådan, at denne besked ofte blev vist uden for den synlige del af skærmen. Det betød, at besøgende kunne klikke og klikke på send-knappen uden, at der skete noget. Det er nu rettet, så fejlbeskeden vises tydeligt umiddelbart under send-knappen. På samme måde har vi arbejdet med at identificere og løse en stribe andre af de usability-problemer, der uundgåeligt findes i ethvert design

Markedsføring rettet mod unge

Skal Mindhelper gøre den ønskede forskel, er det afgørende, at sitet når bredt ud til unge. På baggrund af tilbagemeldinger fra unge og erfaringer fra lignende sites har vi i projektteamet identificeret tre kanaler, som vi vurderer er særligt vigtige i markedsføringen af Mindhelper.

De tre kanaler er:

1. Google
2. Sociale medier
3. Fagpersoner (skolesundhedsplejersker, studievejledere, lærere etc.)

Google - Søgmaskineoptimering (SEO)

Undersøgelser viser, at unges primære indgang til online-information er Google. 2013-evalueringen af det australske unge-site Reachout.com viser eksempelvis, at 40 % af de førstegangsbesøgende kommer ind på sitet via en Google-søgning.

Søgmaskineoptimering - arbejdet med at få sider placeret højt på relevante og udvalgte søgninger - har derfor været et fokus hele vejen gennem udvikling af både platform og indhold til Mindhelper.

Studier viser, at langt hovedparten af klikkene på Googles søgeresultatsider går til de øverste tre søgeresultater. Herfra daler trafikken støt, og dukker en side først op på side 2 eller længere nede, så giver det kun ganske få klik.

Flere faktorer har betydning for, hvor en side placeres på Google. Herunder lister vi fire centrale aktiviteter i arbejdet med søgemaskineoptimering på Mindhelper:

- **Søgeordsanalyse:**

Tidligt i projektet foretog vi en stor analyse for at finde ud af hvilke termer, der bliver googlet hyppigt inden for emneområdet unge og mental sundhed. Til dette brugte vi primært værktøjerne Google Keyword Tool, Ahrefs, SemRush og Keywordtool.io.

- **Teknisk SEO:**

Tekniske aspekter som kodekvalitet, mobilvenlighed, indlæsningshastighed etc. har stor betydning for, hvordan Google indekserer og rangerer sider.

I kravspecifikationen til mulige webbureauer indgik disse parametre derfor som afgørende.

- **Indholdsproduktion:**

Indhold til Mindhelper produceres med fokus på udvalgte emneord, så vi øger sandsynligheden for, at sider dukker op blandt blandt de øverste søgeresultater på Google, når unge googler netop disse emneord.

- **Linkbuilding:**

Links fra relevante eksterne sites har stor betydning for, hvor stor autoritet Google tillægger et site. Vi har derfor arbejdet systematisk med at indsamle links til Mindhelper fra andre sites. I den forbindelse har vi brugt værktøjerne SEMrush og Ahrefs til at generere lister over hvem, der linker til lignende sites. Efterfølgende har vi kontaktet ejerne af disse sites for at høre, om de også vil linke til Mindhelper. En antagelse har i den forbindelse været, at vi som ikke-kommercielt projekt med både regional og kommunal forankring vil have relativt let ved at skaffe links fra store sites til Mindhelper.

Status er, at vi har fået ca. 510 eksterne links til Mindhelper fra 71 domæner, så antagelsen må i dette tilfælde siges at have holdt stik.

Eksempler på sites, som vi har fået links fra er:

- DR
- TV2
- Frederiksberg Kommune
- Billund Kommune
- Roskilde Kommune
- Syddansk Erhvervsskole
- Hope (En del af Alkohol & Samfund)
- En af os

Resultaterne af søgemaskineoptimering viser sig ikke fra dag til dag. Topplaceringer i Googles søgeresultater kræver en langsigtet indsats. Lykkes indsatsen giver det til gengæld enestående muligheder for løbende at få såkaldt organisk trafik til ens site. Det er trafik, vi

ikke betaler for.

Status på SEO-arbejdet er i skrivende stund, at:

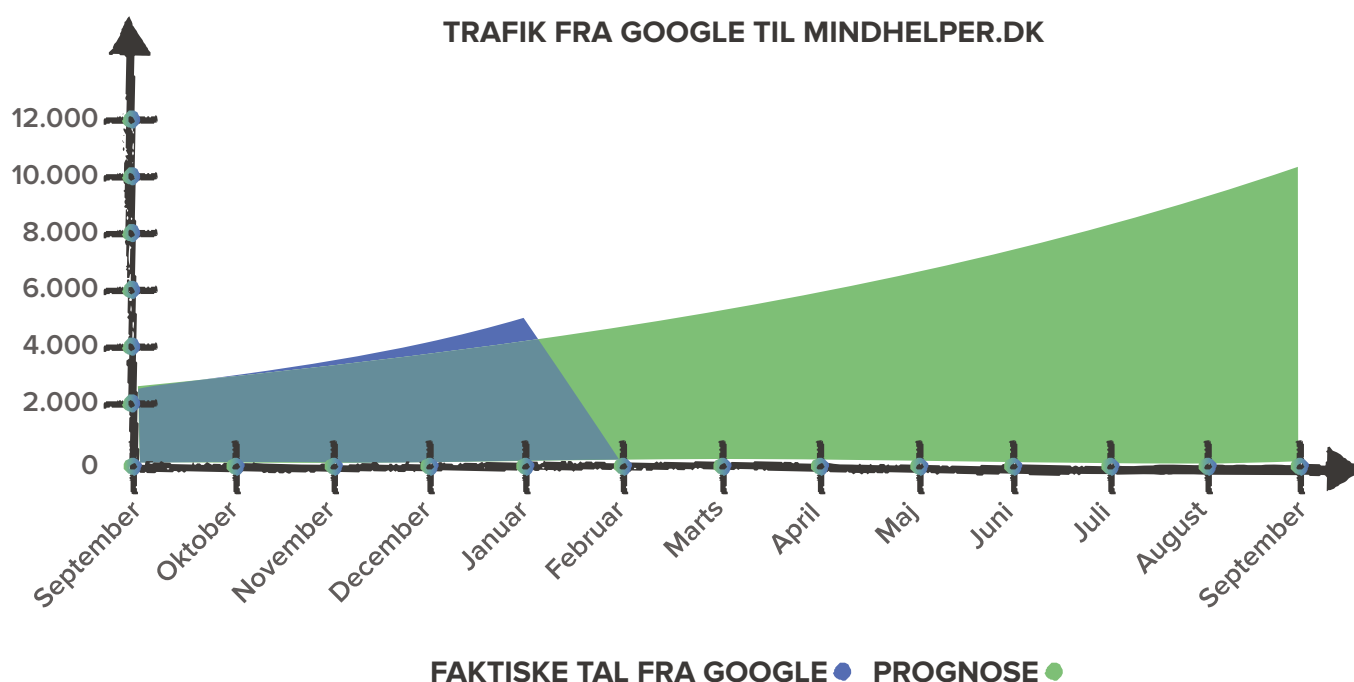
- Mindhelper ligger i top 20 på Google på 197 relevante emneord, hvoraf 48 er emneord er i top 3 (baseret på statistik fra værktøjet SemRush).
- Google-søgninger tegnede sig for 27 % af trafikken på Mindhelper i perioden 1. november 2016 - 31. januar 2017. Vores forventning er, at dette tal vil stige i løbet af det kommende år.

Målsætning for organisk trafik fra Google

Vi opstillede tidligt i projektet et ambitiøst mål om 7 % ugentlig vækst i antallet af besøgende, der kommer ind på Mindhelper via google-søgninger. Trafikken svinger fra uge til uge, hvilket er forventeligt. Siden uge 33 har den gennemsnitlige stigning i trafikken til Mindhelper fra Google dog ligget på 11 % om ugen.

Den kontinuerlige stigning viser, at fokuset på at tiltrække besøgende fra Google bærer frugt. Vores forventning er, at den positive udvikling i antallet af besøgende vil fortsætte i takt med, at Mindhelper bliver udbygget med nyt indhold.

Kurven herunder viser udvikling i søgetrafik frem til 1. september 2017 ved en ugentlig vækst på 7 %.



Sociale medier

Spurgt om, hvordan vi bedst markedsfører Mindhelper, svarer unge - ikke overraskende - at det gælder om at være synlig på sociale medier. Vi har således oprettet Mindhelper-konti både på Facebook, Instagram, Youtube og Snapchat.

Af ressourcemæssige årsager har vi valgt at fokusere på Facebook i den aktuelle projektperiode. Facebook er stadig det klart mest udbredte sociale medie i Danmark. Som markedsføringskanal har Facebook desuden den fordel, at platformen også giver os mulighed for at nå ud til projektets sekundære målgrupper (fagfolk og forældre), der i mindre omfang findes på andre sociale medier. Når det er sagt, er der ingen tvivl om, at medier som Snapchat, Instagram og Youtube også rummer et stort potentiale i forhold til at udbrede Mindhelper til unge.

Rådgivning fra ekstern Facebook-ekspert

Udover at optimere annoncer på baggrund af data har vi også indhentet rådgivning fra en ekstern Facebook-ekspert. Tilbagemeldinger fra eksperten var for eksempel, at vi med fordel kan:

- Skære ned på antallet i anslag i Facebook-opslag. Korte opslag appellerer bedre til unge og passer bedre til mediet.
- Oprette korte video-teasers for Mindhelper-indhold i stedet for tekstopslag. Videoer bliver generelt eksponeret bredere på Facebook, og de giver os samtidig mulighed for at sætte ansigter på menneskene bag Mindhelper.
- Arbejde med temaer på Facebook, så vi får en klarere rød tråd mellem opslagene. Det prøver vi af i februar 2017, hvor vi sætter fokus på lavt selvværd på Mindhelpers Facebookside. Fungerer tematisering godt vil vi fremover arbejde med månedlige temaer på Facebook.

Et andet forslag fra både unge og eksperter er, at markedsføre Mindhelper via unge Youtube-stjerner, der ofte har flere hundrede tusinde følgere. Vi har januar 2017 taget kontakt til et bureau, der formidler kontakt til en række youtubere. Vores forventning er, at flere youtubere vil være interesserede i at gøre deres følgere opmærksomme på Mindhelper til en fornuftig pris, da der er tale om et ikke-kommercielt projekt.

Quizzer - markedsføringsaktivitet på Facebook

En tilbagevendende idé, når vi har talt med unge, har været, at vi som supplement til det øvrige indhold udvikler et quizkoncept, hvor unge i en legende og interaktiv form kan tilegne sig viden om mental sundhed og få individuel feedback.

Undervejs i processen har flere unge også efterspurgt mulighed for at teste sig selv i forhold til psykiatriske diagnoser. Vi har drøftet dette ønske med flere - heriblandt projektets eksterne ekspertpanel - og er landet på, at det hverken er fagligt eller etisk forsvarligt at tilbyde denne type tests på Mindhelper.

Vi er derfor landet på den første idé ovenfor, hvor vi fokuserer på unges viden om mental sundhed frem for diagnoser.

Quizzerne har et dobbelt sigte. De skal øge unges viden om det aktuelle emne, men herudover fungerer de i høj grad også som en markedsføringsaktivitet, der skal øge unges kendskab til Mindhelper. Vores forventning er, at Facebook-annoncer bliver den primære indgang til quizzerne og for at styrke motivationen giver vi quiz-deltagere mulighed for at deltage i lodtrækning om biografbilletter. Den første Mindhelper-quiz, der handler om søvn, gik i luften ultimo januar 2017. Indtil videre har quizzen sendt 5.977 besøgende ind på Mindhelper.

Status på Facebook-aktivitet

I perioden 15. september 2016 til 1. februar 2017 har vi i alt lavet 75 opslag på Mindhelpers Facebookside. Herudover har vi haft 16 annoncer kørende.

En fordel ved Facebook-annoncering er, at annoncer kan målrettes specifikke segmenter. Målgrupperne defineres eksempelvis på baggrund af demografiske data som alder og bopæl. Samtidig kan annoncer testes op imod hinanden (A/B splittest) med det formål at identificere hvilke typer indhold og annoncer, der bedst rammer målgruppen.

Markedsføring via fagpersoner

Fagpersoner har fra starten været tænkt ind som vigtige interessenter i arbejdet med at få Mindhelper ud til unge. Ikke mindst fordi Mindhelper-projektet her har unikke muligheder i kraft af vores forankring i de 4 partnerskabskommuner.

I projektets første faser tænkte vi primært, at markedsføring mod fagpersoner skulle ske

ansigt-til-ansigt. Men det er blevet tydeligt for os, at der herudover er et potentiale i at digitalisere en del af markedsføringen mod fagpersonerne.

Kører vi ud og præsenterer Mindhelper for 8 studievejledere på et personalemøde, så går der hurtigt flere timer med transport alene. Selv i den nuværende organisering med kun 4 partnerskabskommuner er modellen med at møde fagpersoner ansigt-til-ansigt ressourcetung. Udvides projektet med flere partnerskabskommuner bliver dette ressourcepres blot større.

Vi har derfor arbejdet med en skalerbar løsning, hvor vi på samme tid bruger ressourcerne hensigtsmæssigt og når bredere ud med Mindhelper-projektet. Løsningen er et nyhedsbrev målrettet fagpersoner, der arbejder med unge i det daglige. Det er eksempelvis skolesundhedsplejersker, lærere i udskoling og studievejledere.

Nyhedsbrev målrettet fagfolk

Når fagfolk tilmelder sig nyhedsbrevet starter et workflow, der automatisk sørger for, at de henover de følgende 6 uger modtager 10-12 e-mails fra Mindhelper. E-mails der er skrevet på forhånd. Målet med mail-serien er at introducere abonnenterne til Mindhelper og fortælle dem om, hvordan de kan bruge sitet i dagligdagen.

Udover at nå bredere ud geografisk, giver nyhedsbrevet os også mulighed for at opbygge en relation og løbende minde abonnenterne om Mindhelpers eksistens. Dette skal holdes op mod en situation, hvor vi eksempelvis får mulighed for at fortælle fagpersoner om Mindhelper 15 minutter på et personalemøde.

Mekanismen er enkel: Fortæller du mennesker noget én gang, så er der stor sandsynlighed for, at de glemmer det. Fortæller du derimod historien igen og igen med forskellige relevante vinkler, så øger det sandsynligheden for, at de husker det.

Status er, at vi 1. februar 2017 har 484 abonnenter på nyhedsbrevet fra hele landet.

Udsendelse af pakker med Mindhelper-materialer

I det fjerde nyhedsbrev i mail-serien giver vi abonnenterne mulighed for at bestille en gratis pakke med Mindhelper-materialer. Pakken indeholder:

- En æske med Mindhelper-visitkort som modtageren kan dele ud til unge.
- 4 Mindhelper-plakater i 2 forskellige formater.
- 10 foldere om Mindhelper målrettet fagfolk. Modtageren kan dele ud til kolleger.
- 2 Mindhelper-bolsjer til at forsøde dagen.



Vi har grundigt overvejet proceduren for udsendelse af Mindhelper-materialer. Vi kunne have valgt en model, hvor vi uopfordret sendte materialer ud til skoler og uddannelsessteder. Baggrunden for at vi har valgt den beskrevne fremgangsmåde, hvor nyhedsbrevsabonnenter selv aktivt skal bestille materialer i eget navn, er, at vi har en antagelse om, at det reducerer risikoen for, at materialer strander og aldrig kommer i brug. For yderligere at reducere denne risiko har vi fået lavet en løsning, der gør, at pakkebestillere automatisk får tilsendt opfølgende mails efter 14, 30 og 100 dage, hvor vi blandt andet spørger til, hvad de synes om materialerne, og om de har behov for yderligere materialer etc.



**MATERIALEPAKKER
AFSENDT**

Status er, at vi har sendt 121 Mindhelper-pakker ud til fagfolk over hele landet.

Sammenhæng mellem Mindhjelper og Skolesundhed.dk

I løbet af projektet har vi flere gange mødtes med medarbejdere fra Skolesundhed.dk og drøftet, hvordan vi skaber en god sammenhæng mellem de to projekter. Skolesundhed.dk arbejder i skrivende stund på et værktøj, der baseret på elevens spørgeskemasvar giver medarbejdere på skoler henvisninger til relevante interventioner og indsatser. Når værktøjet går i luften, vil det også rumme henvisninger til indhold på Mindhjelper. Vi forventer således, at skolesundhed.dk i løbet af det kommende år bliver en vigtig trafikkilde til Mindhjelper.

Eksempel på markedsføringsidé som vi har skrinlagt: Nyhedsbrev målrettet unge

Indtil august 2016 havde vi planer om at oprette et nyhedsbrev målrettet unge. Nyhedsbreve har en række fordele som markedsføringskanal. Først og fremmest giver nyhedsbreve afsenderen mulighed for at skubbe indhold ud til abonnenterne. Og i modsætning til eksempelvis Facebook-annoncering, så koster selve udsendelsen af et nyhedsbrev stort set ikke noget.

Det første Mindhjelper-design indeholdt derfor et prominent tilmeldingsfelt til nyhedsbrevet. Det viste sig imidlertid snart, at der var langt mellem tilmeldingerne. I et forsøg på at skaffe flere abonnenter brugte vi i en periode værktøjet Sleeknote, der specifikt er designet til at indhente nyhedsbrevstilmeldinger på hjemmesider. Resultaterne udeblev dog stadig. Vi rådførte os derfor med eksperter hos Sleeknote, der sagde, at vi muligvis kunne optimere tilmeldingsvinduerne og derved øge antallet af abonnenter. Men deres vurdering var, at vi aldrig ville få unge under 18 år til at tilmelde sig et nyhedsbrev i større stil. Unge under 18 år bruger simpelthen ikke e-mail aktivt nok. Vi besluttede derfor at droppe idéen om et Mindhjelper-nyhedsbrev målrettet unge.

Ungeinddragelse

Unge har været involveret i udviklingen af Mindhelper fra de tidligste faser af projektet. Indtil videre har mere end 300 unge deltaget i udviklingsprocessen.

Indledende workshops

I foråret 2015 afholdte vi 4 workshops med unge på folkeskoler og ungdomsuddannelser. Det var i høj grad eksplorative undersøgelser, hvor vi eksempelvis fik unges input og idéer til funktioner, indhold og designstil.

Resultaterne af de indledende workshops er opsummeret i [bilag 3](#).

Brugertest af funktionalitet, informationsarkitektur og indhold

I foråret 2016 gennemførte vi en række brugertest, hvor vi testede sitets funktionalitet, informationsarkitektur og indhold.

Fokus var på at teste sitets opbygning, indhold og funktionalitet, før webbureauet for alvor begyndte at kode den færdige løsning. Vi gennemførte eksempelvis flere test på baggrund af en midlertidig demo med begrænset funktionalitet.

Vi observerede unge mens de læste artikler, og vi afprøvede forskellige artikeldesigns for at blive klogere på, hvordan vi bedst fanger og fastholder de unges opmærksomhed. Konklusionen var, at det fungerer godt at bryde tekster op med indholdsbløkke som citater, statistik, videoer og illustrationer, så tekster ikke møder unge som en mur af ord.

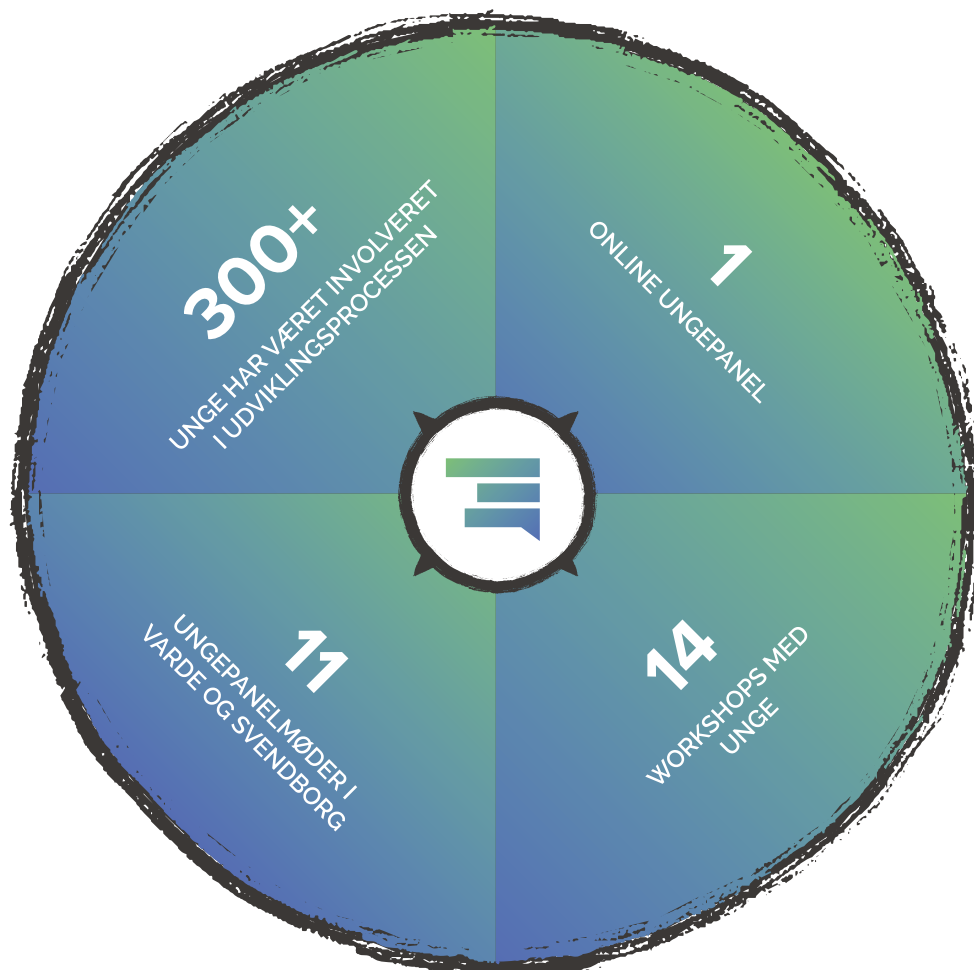
Etablering af ungepaneler

Primo 2016 etablerede vi to ungepaneler i Varde og Svendborg. Vi har siden mødt med panelerne i alt 11 gange. Der deltager typisk 4-6 unge i møderne, der varer ca. 3 timer. De unge i panelerne har blandt andet givet os feedback på artikler, idéer til markedsføring og kritik på brevkassesvar. I september 2016 valgte vi at lukke ungepanelet i Varde. Baggrunden var, at vi gerne ville knytte det ene af panelerne endnu tættere til projektet ved at mødes med dem oftere. Blandt andet på grund af den lange transporttid fra Odense til Varde valgte vi at bibeholde panelet i Svendborg.

En fordel ved ungepanelerne er, at vi får mulighed for at opbygge en relation til de unge. De unge kender projektet, tager et stort ejerskab og er en gruppe med et etableret fællesskab. Kendskabet til projektet gør, at vi bruger mindre tid på at introducere emner og det trykke fællesskab betyder, at vi kan afprøve koncepter, der ellers er svære at brugerteste. Det kan eksempelvis være samtaler om emner, der ellers kan være svære at få i gang på en workshop, fordi de er forbundet med et tabu.

Ren webbaseret ungeinddragelse fungerede ikke optimalt

Oktober 2016 søsætte vi en Facebook-gruppe for unge over hele landet, der gerne vil hjælpe os med at udvikle Mindhjelper. Deltagerne i gruppen er primært rekrutteret via menupunktet "Deltag" på Mindhjelper. Og gruppen var tænkt som et online supplement til ungepanelet i Svendborg. Vores erfaring har dog vist, at det er særdeles tidskrævende at holde deltagerne til ilden i et rent webbaseret panel. Vores erfaring har ligeledes været, at det er vigtigt, at mødes fysisk med de unge for at skabe engagement og ejerskab. De fysiske møder kan sagtens suppleres af webbaseret inddragelse mellem møderne, men vores erfaring har været, at det er vanskeligt at skabe et levende ungepanel udelukkende på nettet. Vi overvejer derfor i skrivende stund, om vi skal lukke Facebook-gruppen.



Spørgeskema- og interviewundersøgelse med deltagere fra ungepanelerne

Ungepanelerne er centrale i udviklingen af Mindhelper. Vi har derfor prioriteret at evaluere processen særligt grundigt på dette område. Konkret er det sket i form af en spørgeskemaundersøgelse, som vi efterfølgende supplerede med en interviewundersøgelse.

Spørgeskemaundersøgelse

I november 2016 gennemførte vi en spørgeskemaundersøgelse, hvor vi bad alle unge, der har deltaget i vores ungepaneler i Svendborg og Varde om at svare på spørgsmål, om deres oplevelse af panelerne. I alt 7 ud af 11 unge besvarede spørgeskemaet. Respondenterne er generelt meget positive overfor panelerne. På spørgsmålet: "Hvad synes du samlet om at være med i Mindhelpers ungepanel?" svarer 5 unge således "Meget godt", mens 2 svarer "Godt".

Svarene viser, at de unge oplever, at der er blevet lyttet til deres input, og at de også selv har fået noget ud af deltage. Flest svarer, at de deltager i ungepanelet, fordi de selv har erfaringer med nogle af de emner, som Mindhelper dækker.

De unge er blevet aflønnet for deltagelse i ungepanelerne. At dømme ud fra besvarelserne har det imidlertid ikke haft afgørende betydning for deres deltagelse. Kun 1 svarer således, at motivationen for at deltage blandt andet har været at tjene penge.

Spurgt om antallet af møder svarede 3 ud af 7, at der har været for få møder. På selve møderne er der også flere deltagere, der har gjort os opmærksomme på det.

[\(Resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen kan ses i bilag 6\)](#)

Interviewundersøgelse

For at komme mere i dybden med de unges oplevelse af panelerne fik vi i januar 2017 gennemført 3 interviews med unge fra panelerne. Herunder præsenteres resultater fra interviewundersøgelsen fordelt på 4 hovedtemaer.

Motivation for deltagelse

I tråd med spørgeskemaundersøgelse fremhæver de tre interviewpersoner som primær motivation, at de gerne vil være med til at gøre en forskel for andre unge. En anden kilde til

motivation har ifølge interviewpersonerne været fællesskabet i ungepanelet. En af interviewdeltagerne siger:

“Det har været vigtigt, at vi har haft fælles motivation for arbejdet - det skaber jo en fælles mening at være der.”

Personligt udbytte for den enkelte unge

Interviewdeltagerne fremhæver, at det har været lærerigt at diskutere Mindhelpers emner med andre unge i panelet. En deltager siger:

“Det har været rigtig spændende at snakke om emner, såsom at tage og sende nøgenbilleder, stress osv., hvor man har tænkt, at det har kunnet være en selv, der stod i den situation.”

Deltagere nævner ligeledes, at det har været spændende at få indblik i og være en del af overvejelserne i udviklingen af et projekt, der hjælper unge. Den ene af interviewpersonerne fortæller for eksempel, at hun har fået indblik i processer og det mere administrative omkring, hvordan et projekt som Mindhelper fungerer.

Oplevelse af panelmøder

Panelmøderne er blevet faciliteret af ansatte fra Mindhelper-teamet. Interviewene bekræfter tendensen i spørgeskemaundersøgelsen, der viser, at de unge har været meget tilfredse med mødeledelsen og de praktiske rammer. Ungepanelerne startede som nævnt primo 2016. I sensommeren 2016 skiftede vi facilitator på møderne. Det fremhæver en enkelt ung som en god ting, fordi det er godt med luftforandring en gang imellem.

Emnerne som har været drøftet på ungepanelmøderne har ofte været tabuiserede og har krævet fortrolighed og tillid i gruppen. Interviewene viser, at det er lykket at skabe et rum, hvor de unge har følt sig trygge og turdet være uenige. En af deltagerne siger:

“I panelet har vi ikke været enige i alting, men der har bare været en utrolig fantastisk accept, hvor man lytter til hinanden og kan nå frem til noget konstruktivt.”

Idéer til yderligere inddragelse af unge

Deltagerne fra ungepanelet deltog i markedsføringsindsatsen på skoler og uddannelsessteder, da Mindhelper gik officielt i luften i september 2016. De to interviewdeltagere, der var med, fremhæver, at de gerne vil deltage i lignende aktiviteter fremover.

Alle deltagerne siger, at de gerne vil være en endnu større del af Mindhelper - eksempelvis ved at producere indhold til sitet. Unge har allerede produceret videoer og artikler til sitet i begrænset omfang, men her er klart et udviklingsområde, der skal afsøges nærmere.

En deltager nævner også muligheden for at blive tilknyttet som en fast del af teamet.

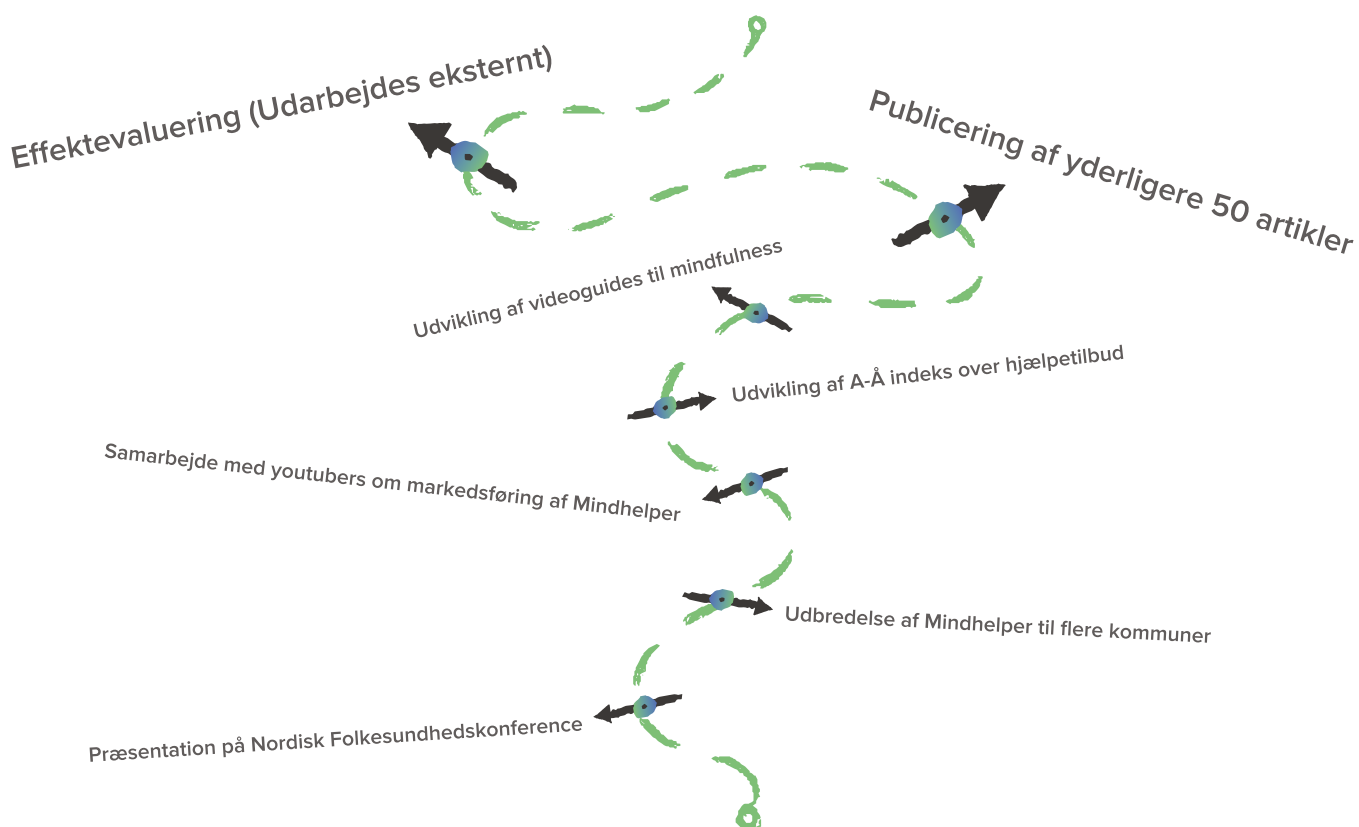
**“Så ville der komme en ung person på kontoret,
som kunne se på tingene med andre øjne.”**

Det har vi på tegnebordet i perioden frem til 1. september 2017

Henover det næste halve år vil indholdet på Mindhelper blive udbygget væsentligt. Vi har også idéer til ny funktionalitet og nye markedsføringsaktiviteter på tegnebordet. Herunder præsenterer vi i punktform en række centrale aktiviteter i projektet frem mod 1. september 2017:

- Publicering af yderligere 50 artikler
- Udvikling af videoguides om mindfulness i samarbejde med ekstern ekspert
- Markedsføring af Mindhelper via youtubere
- Udvikling af side med A-Å indeks over hjælpetilbud
- Udbredelse af Mindhelper til flere kommuner
- Presseindsats i forbindelse med effektevalueringen af Mindhelper
- Præsentation af Mindhelper på Nordisk Folkesundhedskonference

PIPELINE FOR MINDHELPER.DK



“

I min hverdag møder jeg ofte unge, der går alene med deres problemer alt for længe. Det er svært for dem at bede om hjælp. Jeg tror, at Mindhelper vil kunne støtte mange unge med det.



Helle Sørensen

Sundhedsplejerske i Faaborg-Midtfyn Kommune

Bilag 1

Referencegruppe med psykologer

- Malene Hinrichsen, Specialpsykolog - Psykologordningen ved De Fynske Gymnasier og Fyns HF
- Ellen Stenderup, Specialpsykolog - Telepsykiatrisk Center
- Jesper Thybo, Specialpsykolog - Børne- og ungdomspsykiatrisk afdeling, Odense Universitetshospital

Referencegruppe med eksperter på ungeområdet

- Gøye Thorn Svendsen, Programleder – Socialstyrelsen
- Jens Christian Nielsen, Lektor - Center for Ungdomsforskning
- Mai Heide Ottosen, Seniorforsker – SFI
- Malene Charlotte Larsen, Lektor - Aalborg Universitet
- Søren Gade Hansen, Chefkonsulent – Børnerådet
- Vibeke Koushede, Seniorforsker – Statens Institut for Folkesundhed

Bilag 2

Hvem vil du gerne have svar fra i vores panel?

Navn: Hanna, 17 år, Eksamenstønst, stress og perfektionisme. Svare: 1

Navn: Hanna, 17 år, Eksamenstønst, stress og perfektionisme. Svare: 1

Navn: Hanna, 17 år, Eksamenstønst, stress og perfektionisme. Svare: 1

Navn: Hanna, 17 år, Eksamenstønst, stress og perfektionisme. Svare: 1

Forum / Forum

Hvem vil du gerne have svar fra i vores panel?

Familiev	
Vad i familien	5 spørgsmål / 22 svar
Alkohol i familien	12 spørgsmål / 32 svar

Angst	
Eksamenstønst	105 spørgsmål / 323 svar
Socialt angst	11 spørgsmål / 20 svar
Bange i Bilka. Hva sker der?	3 svar
Jeg lå på gulvet og græd i flere timer. Hvad skal jeg ...	2 svar
Jeg tror slet ikke mine forældre fatter, hvad der er ...	1 svar
Lægerne siger det er angst. Hvad skal jeg gøre?	0 svar
Er det her angst?	2 svar
Skriver skoleopgave. Må jeg interviewe dig om angst?	3 svar
Jeg er bange for at jeg har angst	4 svar
Hvordan finder jeg ud af, om det er angst?	1 svar
Jeg har kvalme, når jeg skal ind på skolen. Er det ...	1 svar
Jeg bliver utryk, når jeg går til fester	2 svar
Hvad er jeres bedste råd til mig, der lige har fået ...	1 svar

Jeg skændes hele tiden med min stedfar

Forældre / Brevkasse / Angst / Social Angst

Kære brevkasse

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Hilsen guldfisken

Kære V

Svedige hænder og hakkende stemme. Det er helt naturligt at blive nervøs, når du står foran noget nyt og skræmmende. Men nervøsitæt må ikke stoppe dig i at leve dit liv. Læs artiklen og få 5 enkle tricks, du kan bruge, når du bliver nervøs.

Her er en overskrift

Her står noget mere og noget mere og noget mere, dige hænder og hakkende stemme. Det er helt naturligt at blive nervøs, når du står foran noget nyt og skræmmende. Men nervøsitæt må ikke stoppe dig i at leve dit liv. Læs artiklen.

Her står noget mere og noget mere og noget mere, dige hænder og hakkende stemme. Det er helt naturligt at blive nervøs, når du står foran noget nyt og skræmmende.

Hilsen
Camilla Carlsen Bechsgaard, Psykolog

Unge hjælper unge
Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet.

Åhhhh, hvor jeg bare kender det
Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet.

Hvor jeg bare kender det
Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet.

Skriv dit svar til Guldfisken
Lorem ipsum dolores sit amet. Coenstur ut amet. Amper sidenius claraficus ambrosius uested.

Emne:

Besked:

SEND

FLERE BREVKASSESVAR

- Hjælp - jeg skændes med min stedfar** →
Svedige hænder og hakkende stemme! Læs artiklen og få 5 enkle tricks, du kan bruge, når du bliver nervøs.
- Føler du dig kikset og genert?** →
Få en række gode tip, der gør dig mindre genert og mere åben.
- 7 tips der hjælper mod lavt selvværd** →
Det er helt naturligt at have på sig selv en gang imellem. Men du skal ikke have det sådan hele tiden.
- 5 enkle tricks der hjælper, når du er nervøs** →
Svedige hænder og hakkende stemme! Læs artiklen og få 5 enkle tricks, du kan bruge, når du bliver nervøs.

[Skriv til Camilla \(anonymt\)](#) →

Tilmeld dig vores nyhedsbrev

Skriv din e-mail →

Viden og råd	Om Mindhelper	Professionel	Kontakt
Temper — Indvæns Bekæmpelse	Mission — Samarbejds partnere — Ungdomsambudsere — Presse	Xxx Yyy Zzz	Bekæmpelse Rb og ros Kontakt

Telepsykiatrisk Center, J.B Winslows Vej 20, 5000 Odense C • Kontakt@Mindhelper.dk • Tlf: 10 20 30 40



Bilag 3



Baggrund

Formålet med projektet 'Mental sundhed til børn & unge' er at udvikle et let tilgængeligt, brugerstyret tilbud til børn og unge i Region Syddanmark for at forebygge komplekse psykosociale vanskeligheder og psykopatologi.

For at opnå dette er det essentielt, at vi møder målgruppen på deres banehalvdel og kommunikerer i øjenhøjde. Og hvem ved bedre, hvordan vi gør dette, end målgruppen selv?

Fire workshops - ca. 80 brugere

- 8.-9. klasser fra to folkeskoler; en nær Odense, en i Vestjylland
- Gymnasium i Odense
- Produktionskole i Odense
- Fokus: Funktioner og kommunikationsform



Efterspurgte funktioner



Fællesnævnerne
for størstedelen
af deltagerne

Chat: Direkte kontakt til professionel/tidligere syg vha. chat giver mulighed for øjeblikkelig hjælp

Telefon: Mulighed for personlig hjælp giver tryghed

Råd til, hvad man selv kan gøre, eks. "Gå en tur", "Træk vejret dybt", liste med aktiviteter osv.

Henvisning til relevante apps. "Vi anbefaler..."

Personlige historier: Troværdigt og beroliger samt normaliserer, hvis man er i samme situation.

Lettilgængeligt. Hvis man har det dårligt, skal man let kunne finde siden og overskue den

Markedsføring bør ske via sociale medier, da det er disse kanaler, de unge primært bruger.

Test/screening - er jeg i farezonen, og har jeg behov for hjælp?

Oversigt over muligheder for hjælp

Baggrundsinformation om emner, eks. symptomer, behandlingsmuligheder, m.m.

Anonymitet, og ingen kobling til eks. Facebook

"Jeg vil ikke like på instagram eller facebook. Så kan folk jo se, jeg har problemer."

Efterspurgte funktioner



Individuelle idéer, som er værd at forfølge

Vejledning til lokal hjælp

Spørgsmål/svar under artikel

Søgefunktion

Tips til pårørende. Hvordan kan jeg hjælpe?

24 timers hjælp

Links til steder med hjælp

Quiz - hvad ved du om ...?

Tidligere brugere til pasning af telefon og chat vil møde målgruppen i øjenhøjde.

Ved telefonservice: Mulighed for at vælge, om man vil tale med M/K. Pinligt at snakke med en mand - han forstår heller ikke, hvordan det er at være pige.

"En psykolog er en klog hjernevrider, som ikke selv har prøvet det, men bare læst."

Farver



Få farver virker mere seriøst end mange farver

Friske farver fanger blikket

Farvesystemer bidrager til hurtig forståelse

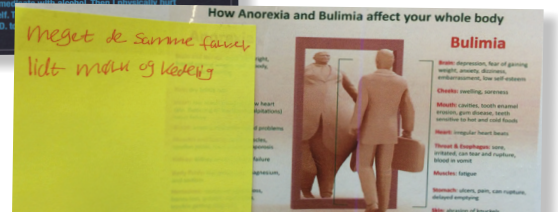
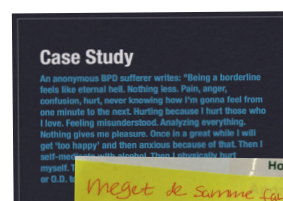
Farver kan med fordel bruges til at indikere læseretning



Siden skal ikke være for festlig - det er et alvorligt emne

En overvægt af dæmpede farver virker uinteressant.

Mørke farver virker mere triste



Illustrationsstil



Stilrene ikoner kan understøtte budskabet visuelt og neutralt

Visualiseringer kan forenkle problematikker/tips, hvilket især værdsættes hos bogligt svage

Information gjort letfordøjeligt

Infographics fungerer - hvis de er simple, overskuelige og ikke vil for meget på én gang

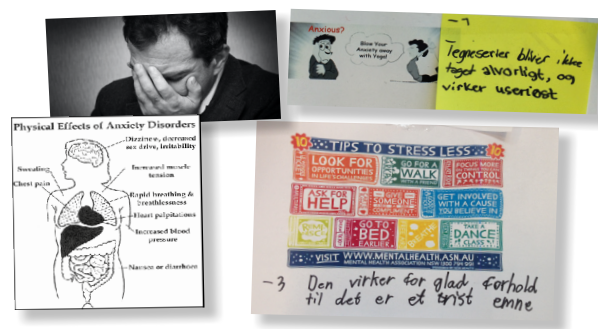


Informative illustrationer fungerer, men bør ikke være for videnskabeligt

Billeder og illustrationer bør være opmuntrende og ikke deprimerende

Typisk tegneserie-stil kan virke useriøs ift. det seriøse emne

For mange elementer forvirrer læserækkefølgen



Indhold

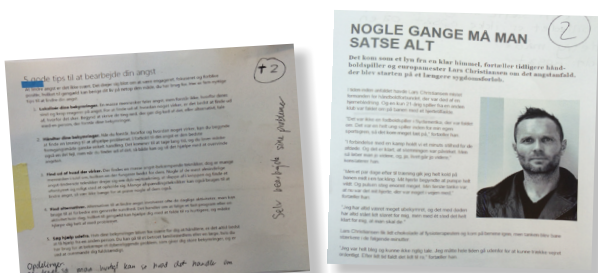


Tal/statistik på udbredelse af psykisk sygdom. Det aftabuiserer emnet, og får læseren til at føle sig mindre marginaliseret

Autentiske cases virker troværdige og håndgribelige. "Når en kendt kan stå frem med det, kan jeg måske også"

Aflivning af myter og fordomme sikrer en bedre forståelse for sygdommen

Handlingsorienterede tip

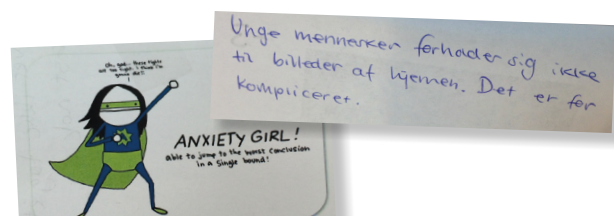


Fagtermer taber målgruppen. Hvis de alligevel bruges i nogle sammenhænge, bør der integreres en parlør

Indholdet skal ikke være for niche-orienteret - alle skal kunne relatere til det. "Hvad nu, hvis jeg ikke gider yoga!?"

Er afsenderen yngre end modtageren, virker budskabet ligegyldigt og nedværdigende.

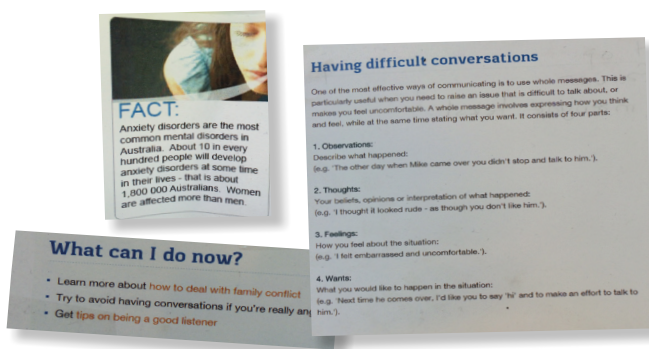
Emnerne skal ikke gøres for lette; det er et tungt emne, der er tale om.



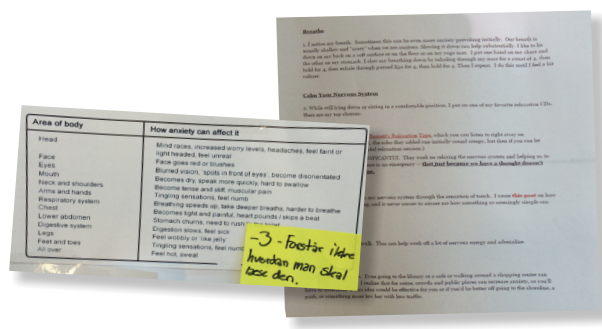
Tekstform



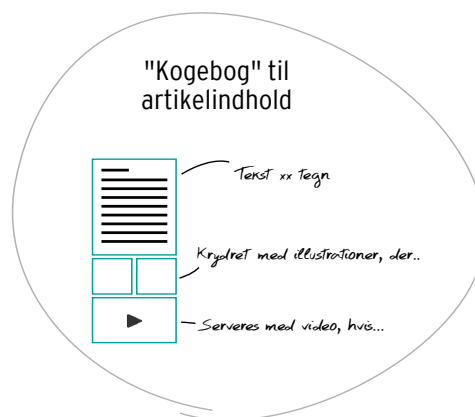
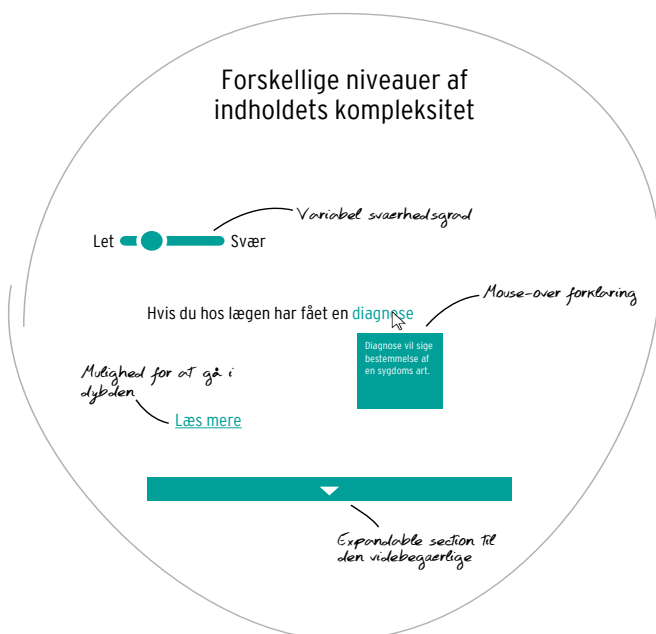
Bullets, opdelte afsnit, underoverskrifter
Kortfattet tekst, skåret ind til benet
Visuelt supplement til tekst, fx i form af ikoner
Facts, hurtig vejledning



Lange tekster virker uoverskuelige
Der er individuelle behov; hvad der for én opfattes som uoverskueligt kan virke letfordøjeligt for en anden.
Man mister budskabet, når læserækkefølgen ikke forstås



Idébobler på baggrund af analysen



Generelle indsigter

Målgruppen er bred og mangfoldig. Websitet skal henvende sig til 13-20-årige, og rumme hele segmentet - både bogligt svage og læselystne.

Pædagogiske forklaringer opfattes som barnlig, særligt for den ældre del af målgruppen.

Brugergruppen bruger smartphone som primær device. Derfor er det vigtigt, at websitet er letoverskueligt på en mindre skærm, og desuden loader hurtigt - selv med en dårlig forbindelse.

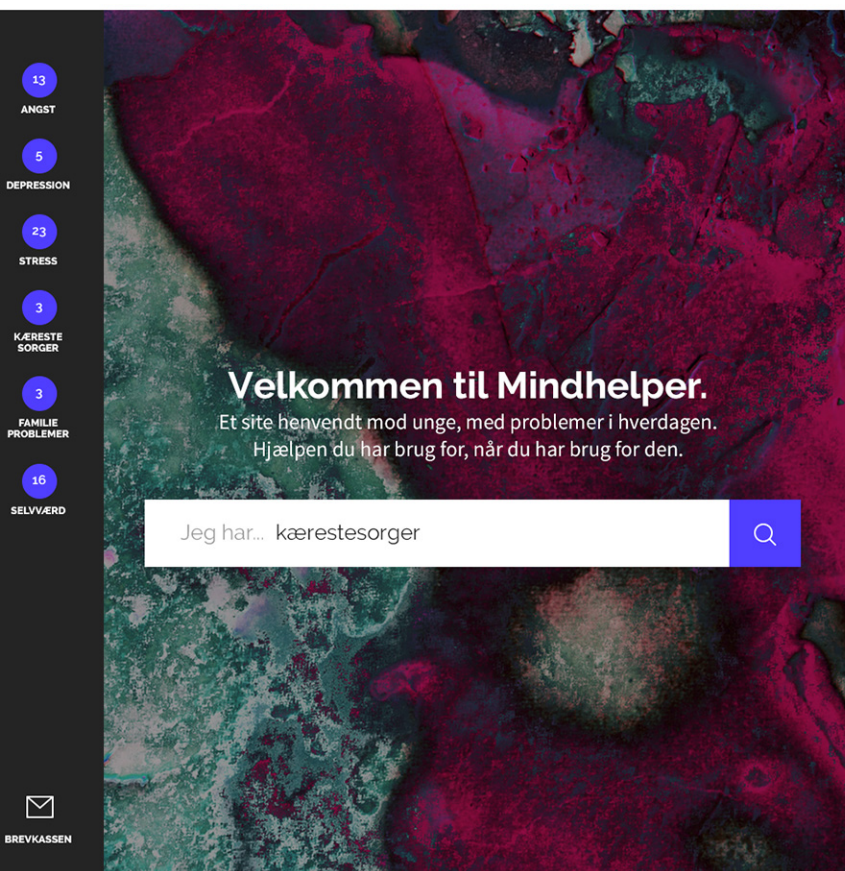
Sproget bør være neutralt. Slang virker useriøst/kikset og bliver hurtigt forældet.

Når man i forvejen er nedtrykt bør det i særlig grad være let at finde, hvad man søger.



Bilag 4

Mindhelper



TEMAER BREVKASSEN KONTAKT OS FÅ HJÆLP OM MINDHELPER

Nyeste artikler

-  **5 enkle tricks der hjælper, når du er nervøs** >
Svedige hænder og hakkende stemme? Læs artiklen og få 5 enkle tricks du kan bruge, når du bliver nervøs.
-  **Føler du dig kikset og genert?** >
Få en række gode fif, der gør dig mindre genert og mere åben.
-  **7 tips der hjælper mod lavt selvværd** >
Det er helt almindeligt, at tvivle på sig selv en gang imellem. Men du skal ikke have det sådan hele tiden.
-  **5 enkle tricks der hjælper, når du er nervøs** >
Svedige hænder og hakkende stemme? Læs artiklen og få 5 enkle tricks du kan bruge, når du bliver nervøs.

Råd fra en Mindhelper



Se vores brevkasse, der besvares af Mindhelpere. >

Månedens tema: Eksamensskræk



Se vores artikler omkring eksamensskræk her >

Bilag 5

TEMAER: DE GODE RÅD, FEATU RED, ANGST, DEPRESSION, STRESS, SELVSKADE, OM MINDHELPER

5 enkle tricks der hjælper, når du er nervøs

7 tips der hjælper mod lavt selvsærd

Sådan tackler du eksamensangst

Test din viden om hærstesorg

Svedige hænder, hakbrude øremerke og et sng i maven - betyder du det? Hvordan hjælper du bedst vennerne gennem de hårde tider. Hvordan spørger du selv om hjælp og hvad kan du gøre for at hjælpe dig hurtigere over hærstesorg. Tag testen og bliv klogere.

Start testen her

Spiseforstyrrelser
Humorsvingninger, Eltremt folus på mad, Lavt selvsærd, Hovedpine.

TEMAER: Angst, Depression, Stress

Angst
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

Depression
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

Stress
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

Se flere temaer

TEMAER: DE GODE RÅD, FEATU RED, ANGST, DEPRESSION, STRESS, SELVSKADE, OM MINDHELPER

5 enkle tricks der hjælper, når du er nervøs

7 tips der hjælper mod lavt selvsærd

Sådan tackler du eksamensangst

Test din viden om hærstesorg

Svedige hænder, hakbrude øremerke og et sng i maven - betyder du det? Hvordan hjælper du bedst vennerne gennem de hårde tider. Hvordan spørger du selv om hjælp og hvad kan du gøre for at hjælpe dig hurtigere over hærstesorg. Tag testen og bliv klogere.

Start testen her

Spiseforstyrrelser
Humorsvingninger, Eltremt folus på mad, Lavt selvsærd, Hovedpine.

TEMAER: Angst, Depression, Stress

Angst
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

Depression
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

Stress
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

Se flere temaer

Få råd fra en MindHælper

Få råd fra en MindHælper

- Familytiden
- Selv
- D

Familieproblemer: Hjælp - jeg stæendes hele tiden med min stedfar

Selvsærd: Der er ingen, der kan lide mig. Jeg giver snart op.

ression: Hvad er der galt med mig?



Camilla Carlsen Becksgaard
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur et eiusmod tempore. Ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi.

til Camilla - det er anonymt

Mindhælper

AKTUELT

Nyeste brevhasseindlæg

- Jeg er sødkker på, om en pige kan lide mig... Hvad skal jeg spørge?
- Er det normalt at være irriteret det meste af tiden?
- Jeg hælter folk kommer mig KONSTANT... tak...

Thor fortæller, hvordan stress havde indvirkning på sit liv:

"Jeg sov nærmest aldrig og blev virkelig pissede, når mine forældre spurgte ind til det."

Få 5 tips mod eksamensangst

TEMASIDER

Angst
Hjertebanken, utilpashed, svimmelhed, sved, utryghed, fuldt alarmberedskab

Stress
Sovnproblemer, manglende koncentration, glensomhed, dårligt humor

Depression
Manglende energi, sovforstyrrelser, ændret appetit, koncentrationsbesvær

Spiseforstyrrelser
Humorsvingninger, eltremt folus på mad, lavt selvsærd, hovedpine

Selvskade
Oversømmelse af følelser, lindring mod indre uro

Nervøsitet
kropslig uro, tankemylder, holdsved, hvalmc, sommerfluge i maven

Bilag 6

Hvor enig er du i udsagnene herunder?

	I høj grad enig	I nogen grad enig	I ringe grad enig	Slet ikke enig	Ved ikke
Det har været spændende at deltage i møderne	5	2			
Der er blevet lyttet til mine tanker og idéer på møderne	6	1			
Det har været klart for mig, hvorfor møderne blev holdt	7	0			
Der er blevet fulgt godt op på møderne	2	5			
Min tid er blevet brugt på en god måde	5	2			

Hvad har din motivation været for at deltage i ungepanelet? (Sæt gerne flere krydser)

Jeg har selv haft nogle af de emner, som Mindhelper dækker inde på livet	6
Jeg vil gerne hjælpe andre unge	6
Jeg vil gerne blive klogere på mental sundhed	4
Jeg vil gerne tjene nogle penge	1
Jeg vil gerne mødes med andre unge	1

Hvad synes du om antallet af møder?

Der har været for mange møder	0
Antallet af møder har været passende	4
Der har været for få møder	3
Ved ikke	0

Hvad synes du om mad og drikke til møderne?

Meget godt	7
Godt	0
OK	0
Dårligt	0
Meget dårligt	0

Oplever du personligt at have fået noget ud af at deltage i panelet?

Ja	7
Nej	0
Ved ikke	0