

# EFFEKTEVALUERING AF MINDHELPER

Telepyskiatrisk center  
Region Syddanmark

Maj 2017

Forfattere: Malene Skov Dinesen, Amalie Agerbæk, Martin Fansher  
Holten Hansen og Lars Dinesen  
Udgivelsesår: 2017  
Udgivelsessted: Aarhus

**inevå**  
INNOVATIV EVALUERING

## INDHOLD

	<b>INDLEDNING .....</b>	<b>3</b>
	Hvad er Mindhelpers formål?.....	3
	Evalueringsens formål.....	5
	Datagrundlag.....	5
	<b>KONKLUSION .....</b>	<b>6</b>
	Mange besøgende .....	6
	Relevant og brugbart for den brede gruppe.....	7
	<b>ANBEFALINGER .....</b>	<b>8</b>
	Præciser målgruppe og formål .....	8
	Fortsæt arbejdet med at skabe en bæredygtig løsning til af få besøgende på sitet.....	8
	OVERVEJ om Kommunerne kan understøtte mere .....	9
	<b>KVANTITATIV AFDÆDKNING AF MINDHELPER - GENERELT .....</b>	<b>10</b>
	<b>DE UNGES OPLEVELSER MED MINDHELPER.DK .....</b>	<b>15</b>
	Kvalitative data .....	15
	Vejen ind.....	15
	Overordnet indtryk .....	16
	Artiklerne .....	17
	Det øvrige indhold .....	17
	Redskaber og råd.....	18
	Bedre rustet til at hjælpe sig selv.....	18

Anbefale til ven .....	19
Kvantitativ afdækning – unge, der har et problem.....	20
Problemernes karakter og vurdering af mindhelper .....	20
Forståelsessammenhæng og analyse.....	24
Hvem understøtter og hjælper Mindhelper? .....	26
Kommentarer fra spørgeskema .....	29



## **FAGPERSONERNES OPLEVELSER AF MINDHELPER.DK..... 30**

Det første indtryk .....	30
Hvem er Målgruppen?.....	31
De unges reaktion.....	32
Den faglige kvalitet .....	32
Artiklerne .....	33
Er Mindhelper.dk et relevant redskab?.....	33



## **ANALYSE AF HJEMMESIDEN MINDHELPER.DK ..... 35**

Antallet af unikke besøgende.....	36
Hvor kommer de besøgende fra? .....	37
De to største trafikklider – facebook og google.....	38
Mest besøgte sider .....	39
FLEST SIDEVISNINGER.....	41
Geografisk placering af besøgende .....	42
Flergangs- eller førstegangsbrugere .....	43
Tidspunkter, hvorpå der interageres med mindhelper.dk .....	44
Enheder .....	45



## INDLEDNING

Mindhelper er en digital platform om mental sundhed for børn og unge i alderen 13-20 år, som har trivselsproblemer eller begyndende psykiske vanskeligheder og symptomer (jf. oprindelig projektbeskrivelse 'Mental sundhed for børn og unge'). Mindhelper.dk samt Mindhelpers Facebookside er udviklet af Telepsykiatrisk Center i Region Syddanmark i partnerskab med Syddansk Sundhedsinnovation, Region Syddanmark samt Varde, Fåborg-Midtfyn, Svendborg og Odense Kommune. Projektet finansieres primært af en donation fra Trygfonden.

Mindhelper er først og fremmest en hjemmeside, hvor unge, samt fagpersoner, forældre og andre kan få (jf. mindhelper.dk):

- Viden om mental sundhed
- Råd til at håndtere problemer
- Personlig hjælp i en brevkasse
- Vejledning til mere hjælp

Mindhelper er under udvikling, hvilket er væsentligt at holde sig for øje i læsningen af nærværende rapport. Mindhelper har eksisteret (foruden som betaversion) siden 1. september 2016. Det er dermed et meget ungt site, der her evalueres, ligesom det er afgørende at understrege, at der løbende lægges nyt indhold på sitet.

### HVAD ER MINDHELPERS FORMÅL?

Mindhelper har, som det oftest ses i udviklingsprojekter af denne type, været i udvikling undervejs i projektbeskrivelsen. Dette indbefatter ligeledes formuleringen af projektets formål. Projektet har modtaget donation fra Trygfonden med afsæt i projektbeskrivelsen 'Mental sundhed for børn og unge'. I denne beskrivelse er følgende formuleret:

*"Formålet med projektet og med partnerskabet er at udvikle et let tilgængeligt, brugerstyret tilbud til børn og unge i Region Syddanmark for at forebygge komplekse psykosociale vanskeligheder og psykopatologi." (Projektansøgning)*

Som det ses af formålsbeskrivelsen, var der på dette tidlige tidspunkt af projektets levetid væsentligt fokus på at forebygge *komplekse* problemstillinger, hvilket også understreges af, at et af delmålene handler om at "frigive og målrette ressourcer til børn og unge med størst behov". Dette vurderes, med afsæt i den udarbejdede programteoretiske ramme (jf. Programsti 1), at være fokus på de langsigtede virkninger.

I Projektplanen er formålet med Mindhelper formuleret på følgende måde:



*"Formålet med projektet er at udvikle et webbaseret tilbud om hjælp-til-selvhelp målrettet unge med psykisk mistrivsel." (Projektplan)*

I procesevalueringen findes følgende beskrivelser af formålet:

*"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."*

Betragtes beskrivelsen af målet med Mindhelper på mindhelper.dk er den følgende:

*"Målet med Mindhelper er at hjælpe unge tidligt, inden problemerne vokser dem over hovedet."*

Der er altså løbende i projektet sket en udvikling af formålet, hvilket går fra at projektet tænkes at rette sig specifikt imod at forebygge komplekse problemstillinger til at rette sig mere bredt imod mental sundhed.

Der er i forbindelse med udarbejdelse af procesevaluering arbejdet med både et programteoretisk afsæt med sigte på at operationalisere de i projektbeskrivelsen fremsatte formål for Mindhelper og samtidig at opstille antagelser om, hvordan Mindhelpers indhold og tilgang vil resultere i de opstillede mål.

Foruden det programteoretiske arbejde er der i forbindelse med procesevalueringen udarbejdet en række indikatorer for Mindhelper, som er vedhæftet oplægget til effektevalueringen. Indikatorerne vil blive målsat ved opstarten af den næste projektperiode, og næste evaluering vil afrapportere på disse. Disse omfatter:

1. X % af de unge svarer, at de kommer ind på Mindhelper, fordi de har et problem, de søger løsning på.
2. X % af de unge svarer, at det efter deres besøg på Mindhelper er mere sandsynligt, at de vil søge yderligere hjælp.
3. X % af de unge svarer, at Mindhelper har fået dem til at føle sig bedre i stand til at håndtere (følelsesmæssige) problemer.
4. X % af de unge svarer direkte adspurgt, at Mindhelper har fået dem til at føle sig mindre alene med deres problem.
5. X % af de unge svarer, at Mindhelper har givet dem den information, som de søgte.
6. X % af de unge svarer, at de har tillid til kvaliteten af informationer og råd på Mindhelper.
7. X % af de unge svarer, at det er sandsynligt, at de vil besøge Mindhelper igen/er tilbagevendende besøgende
8. X % af de unge svarer, at de vil anbefale Mindhelper til en ven, der har det svært.

Udover de nævnte indikatorer er der opstillet et succeskriterium om, at Mindhelper.dk i løbet af det første år skal have 100.000 unikke besøgende.

Idet ovenstående indikatorer ikke er værdisat med procentsatser, kan evalueringen ikke konkludere på, hvorvidt de er opfyldt. Evalueringen forholder sig derfor udelukkende til indholdet i indikatorerne, hvormed der altså vil konkluderes på, hvor mange unge, der eksempelvis kommer ind på Mindhelper, fordi de har et problem.

Det er en væsentligt rammesættende markør for evalueringen, at den har afsæt i følgende dokumenter, i forhold til formål og målgruppe:

- Oprindelige projektbeskrivelse, idet det er med dette afsæt, at donationen er givet fra Trygfonden
- Projektplanen, det der vurderes at være projektets operationalisering af projektansøgningen
- Programstier, som er udarbejdet af projektteamet efter sparring fra Ineva



- Forandringsteori, som er udarbejdet af projekttemaet i samarbejde med Ineva
- Procesevalueringens formålsbeskrivelse

## EVALUERINGENS FORMÅL

Evalueringens formål er formuleret således i det afgivne tilbud:

- **Vurdering af effekter hos målgruppen**, herunder både om de målsætningerne er opnået (vist igennem indikatorerne) og vurdering af hvordan effekterne er opstået. Effektevalueringen vil dermed forholde sig til programteorien hypoteser om sammenhænge og igennem af- eller bekræftelse af disse svare på, *hvorvidt* effekterne er opstået og også *hvordan*. En del af dette er forklaringer på, hvad der henholdsvis har hæmmet og fremmet opnåelsen af effekterne.
  - Som en del af denne vurdering er der behov for: **Viden om respondenternes mentale sundhed og aktuelle trivsel**, når de vælger at bruge Mindhelper. Denne viden har til hensigt at perspektivere de opnåede effekter og samtidig pege fremad i forhold til at kvalificere beslutninger for udviklingen af sitets indhold, herunder interaktion med og kommunikation til målgruppen.
- **Viden om fagpersoners brug af og holdning til sitet**. Da Mindhelper både i projektperioden og efterfølgende har kommunerne som helt centrale samarbejdspartnere, er det væsentligt at få indsigt i, hvordan sitet anvendes og opleves i denne kontekst.
- **At give input til det fremadrettede arbejde med Mindhelper**. Evalueringen vil foruden viden om, hvorvidt og hvordan der er skabt effekter bidrage med viden om, hvordan der fremadrettet kan arbejdes hen imod endnu bedre effekter. Der vil dermed i evalueringen være konkrete anbefalinger både i forhold til, hvad der skal fastholdes og hvad der med fordel kan udvikles. Dette kan rette sig mod tekniske/usability-mæssige elementer, tone/tilgang til målgruppen, indhold og relevans eller hvad der i evalueringen viser sig at være afgørende faktorer for opnåelse af de ønskede effekter.

## DATAGRUNDLAG

Evalueringen er blevet til på baggrund af følgende:



### DELTAGELSE I UDARBEJDELSEN AF PROCSEVALUERING

Sparring på og gennemlæsning af procesevaluering.



### INDLEDENDE MØDE MED PROJEKTTEAM MØDE MED PSYKOLOGFAGLIG SPARRINGSPARTNER .



### DATA

#### Indsamling af kvalitativ og kvantitativ data

- 13 interviews med unge rekrutteret igennem pop-up på Mindhelper.dk
- 7 interviews med relevante fagpersoner rekrutteret igennem Mindhelpers.dk's nyhedsbrev
- Spørgeskemaundersøgelse foretaget blandt besøgende på Mindhelper.dk
- Analyse af datatræk fra Siteimprove
- Analyse af data fra Facebook



### SAMLET ANALYSE OG AFRAPPORTERING



## KONKLUSION

Evalueringen af Mindhelper har to overordnede konklusioner:

1. Mindhelper.dk har mere end levet op til den målsætning, der er opstillet i forhold til besøgstal. Allerede fire måneder før det første år er gået, har der været næsten 20% flere unikke besøgende, end det var målsat. Det er afdækket, at en væsentlig del af disse besøgende kommer igennem Facebook-annoncering, samt at der er stigende tendens til besøg fra søgning på Google.
2. Mindhelper vurderes på baggrund af de udarbejdede interviews med unge og fagpersoner, samt igennem analyse af spørgeskemabesvarelse at være et godt og relevant tilbud til danske unge, hvor unge kan få viden og råd indenfor et bredt emnefelt. Det vurderes, at størstedelen af de besøgende har en positiv oplevelse af sitet, hvilket dels konkluderes på baggrund af tilkendegivelse af nyttighed (indikator 5) samt igennem besvarelse af spørgeskema (se Kvantitativ afdækning generelt). Det konkluderes samtidig, at Mindhelper i væsentlig mindre grad er lykkedes med at rette hjælp til unge med begyndende psykiske vanskeligheder eller mistrivsel. Set bredt over datamaterialet viser det sig, at brugerne i højere grad er 'almindelige' unge med 'almindelige' ungdomsudfordringer.

### MANGE BESØGENDE

Mindhelper har til fulde opnået målsætningerne i forhold til besøgende. I perioden 1. september 2016 til 30. april 2017, har der været gode 120.000 unikke besøgende på hjemmeside. Som nævnt var målsætningen 100.000 unikke besøgende det første år.

Dermed er Mindhelper lykkedes med at trække brugere til sitet. Det er ikke muligt på baggrund af data fra sitet at vurdere, præcis hvor mange af de besøgende, der er unge mellem 13 og 20 år (jf. afsnittet 'Analyse af hjemmesiden mindhelper.dk), ligesom det heller ikke er muligt at konkludere endeligt på, hvor mange af de besøgende, der besøger siden, fordi de har et problem.

Der er dog forskellige indikationer af, at sitets mange besøg er udtryk for en bred målgruppe, hvoraf en væsentlig del er unge særligt mellem 14 og 18 år, heraf i særligt grad piger. Der viser sig en stor variation i udgangspunktet for at besøge mindhelper.dk, hvor nysgerrighed og generel information viser sig at fylde mest (foruden tilkendegivelsen 'andet', som ikke gør det muligt at konkludere på baggrund af).



På baggrund af data fra spørgeskemaundersøgelse viser det sig, at de besøgende samlede oplevelse af Mindhelper er positiv eller meget positiv (i alt næsten 73% tilkendegiver dette).

Der er gennemført spørgeskemaundersøgelse, hvor knap 12% af besvarelsenerne kom fra unge, der tilkendegiver, at de har besøgt sitet, fordi de har et problem, de søger løsning på (se afsnittet De unges oplevelser med Mindhelper).

De sider på mindhelper.dk, der trækker de største besøgstal, findes under temaet Kærlighed og sex, og den suverænt mest besøgte side (mere end 50% flere besøgende end nummer to og samlet set ca. 1/3 af alle Mindhelpers besøg) er en side om forelskelse og tegn på, om 'han eller hun også er vild med dig'. Samme tendens viser sig, hvis der ses på sidevisninger i stedet for besøg (se afsnittet Analyse af hjemmesiden mindhelper.dk).

Disse ting kombineret gør det muligt med rimelighed af konkludere, at Mindhelper har en væsentlig bredere brugergruppe end den målgruppe, der fra starten af projektet blev beskrevet, og at de unge søger svar udenfor hvad der formodes at være 'begyndende psykisk mistrivsel' jf. tidligere fremstilling af formålsbeskrivelse i projektplanen. Denne udvikling ligger i tråd med de senere beskrivelse fra procesevalueringen om at nå 'bredt ud' til unge.

## RELEVANT OG BRUGBART FOR DEN BREDE GRUPPE

Mindhelper bliver af både de unge og fagpersoner vurderet som relevant og brugbart og som ovenfor beskrevet opleves sitet positivt. Der bliver peget på, at viden på mindhelper.dk opleves troværdigt, og at der formidles i en god tone, der rammer de unge godt.

Mindhelper vurderes dermed at været lykkedes med at skabe et indbydende univers for unge, som de føler sig godt tilpas med at bruge, og hvor de også oplever at få brugbare råd og vejledning, som de kan anvende videre. Strukturen på sitet fremhæves positivt, ligesom opdelingen i de forskellige temaer giver de unge et godt overblik. Derudover giver brevkassen de unge mulighed for at læse om andre unges udfordringer, hvilket opleves som en hjælp og beskrives som en god formidlingsform.

De unge vil i høj grad anbefale Mindhelper til en ven, hvilket vurderes at være en vigtig indikator for, at de unge oplever, at indholdet tiltaler dem.

Samstemmende giver fagpersoner udtryk for, at de oplever siden relevant, og at de kan anvende den som kommunikativt redskab i arbejdet med de unges, ligesom de kan henvise til siden, så den unge har mulighed for at gå mere i dybden med emnerne alene og når det passer den unge.

Det er væsentligt at bemærke, at det igennem det kvantitative materiale fra spørgeskemaundersøgelsen kan konkluderes med stor sandsynlighed, at Mindhelper i mindre grad hjælper de unge, der har længerevarende og mere komplekse problemer. Dette gælder både i forhold til viden, råd og vejledning.



## ANBEFALINGER

Følgende er en opsummering af de udviklingspotentialer og opmærksomhedspunkter, som evalueringen peger på, at der med fordel kan arbejdes med fremadrettet. Disse skal ikke læses som absolutte eller som indbygget i et hierarki, men som forskellige perspektiver på Mindhelpers fremadrettede virke.

### PRÆCISER MÅLGRUPPE OG FORMÅL

Det har i evalueringsarbejdet været vanskeligt at identificere den konkrete målgruppe for Mindhelper. Er sitet rettet imod alle unge mellem 13-20 år i Region Syddanmark eller er sitet rettet imod 13-20 årige, som er i mistrivsel eller har begyndende psykiske udfordringer? Det har ikke for evaluator været muligt at identificere målgruppen fuldstændig (grundet forskellige beskrivelser i forskellige dokumenter), hvilket vurderes at være en udfordring i forhold til at vurdere, hvorvidt og i hvor høj grad Mindhelper lykkes med at indfri målsætningerne – og for hvem.

Sitet beskrives som at handle om 'mental sundhed og trivsel' rettet imod tidlig forebyggende hjælp, hvilket vurderes at knytte sig til formålsbeskrivelserne (den oprindelige og projektplanen), der retter sig imod begyndende psykiske udfordringer og mistrivsel. Det anbefales, at der fremadrettet arbejdes at definere meget klart, hvad mental sundhed i denne sammenhæng skal forstås som, og dermed hvilke emneområder, der ligger indenfor og udenfor temaer.

Derudover vurderes det at være hensigtsmæssig, at projektet forholder sig til, hvilke emneområder der har som primært formål at skabe kendskab og tillid hos de unge, samt at være undersøgende på, om dette lykkes. Herunder om det på den længere bane kan konkluderes, om denne potentielle tillid og kendskab konverterer sig til besøgende på sitets 'kernetemaer' om angst, mobning osv. Denne sammenhæng har ikke været mulig at lave i evalueringen, hvilket ikke mindst skyldes sitets korte levetid, som gør det vanskeligt at konkludere på graden af genbesøg.

### FORTSÆT ARBEJDET MED AT SKABE EN BÆREDYGTIG LØSNING TIL AF FÅ BESØGENDE PÅ SITET

Som det er afdækket i afsnittet 'Analyse af hjemmesiden mindhelper.dk' er en væsentlig del af de besøgende, der i den første periode har været på mindhelper.dk, rekvireret fra Facebook, herunder i meget høj grad igennem annoncering. Dette er en ressourcetung måde at skaffe besøgende, om end det kan være et meningsfuldt værktøj til at skabe viden og kendskab i en opstartsperiode.

Det anbefales, at det arbejde, der allerede pågår i Mindhelper om at få besøgende fra søgning på Google understøttes, idet dette vil være en bæredygtig løsning også på lang sigt.



Det bemærkes, at det er en længerevarende proces at sikre sig høj placering på Google, hvormed det er naturligt, at det ikke til fulde er etableret med Mindhelpers relativt korte levetid in mente.

## **OVERVEJ OM KOMMUNERNE KAN UNDERSTØTTE MERE**

Det har ikke været muligt på baggrund af det tilgængelige datamateriale, at vurdere hvilken betydning de fire partnerskabskommuner har haft i forhold til udvikling og udbredelse af Mindhelper.

Det oplyses fra Mindhelpers projektgruppe, at der er 500 abonnenter på nyhedsbrev målrettet fagpersoner, og at der i projektperioden er udsendt ca. 150 kasser med markedsføringsmateriale, hvilket typisk fremsendes på baggrund af fagpersoner har bedt om dette.

Betragtes data fra Siteimprove (se afsnit 'Analyse af hjemmesiden mindhelper.dk) ses det, at henvisningstrafikken fra fire partnerskabskommuner – eller øvrige kommuner – yderst begrænset. Det anbefales dermed, at der arbejdes på at aktivere kommuner i eksempelvis at linke til Mindhelper fra elevintra eller andre steder på de kommunale sites, som målgruppen anvender, da det vurderes at være en 'nem' måde for kommunerne at understøtte Mindhelper.

Det anbefales overordnet, at der fremadrettet overvejes, hvordan kommunerne kan være en (endnu mere) aktiv spiller i forhold til udbredelse af Mindhelper til målgruppen.



# KVANTITATIV AFDÆDKNING AF MINDHELPER - GENERELT

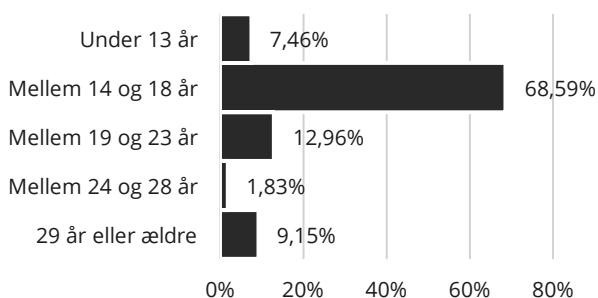
I forbindelse med evalueringen af Mindhelper er der blevet foretaget en spørgeskemaundersøgelse med det formål at afdække og identificere brugen og virkningerne af Mindhelper. Det følgende afsnit tager sit afsæt i spørgeskemaundersøgelsen, som dermed forsøger at kvantificere de effekter, som Mindhelper medfører.

Følgende er fremstilling af de samlede datamateriale, og viser dermed besvarelser for de i alt 710 besøgende, der i indsamlingsperioden har valgt at besvare undersøgelsen.

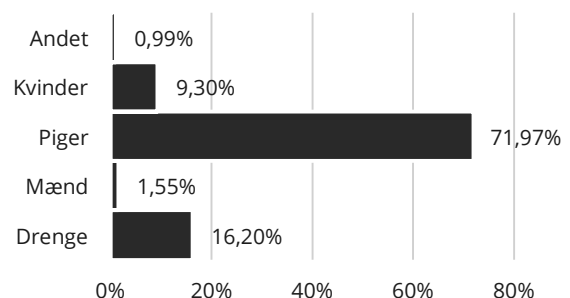
Det er væsentligt at understrege, at det ikke kan sluttes, at nedenstående data er et repræsentativt udsnit af alle besøgende på Mindhelper. Det kan dermed ikke med sikkerhed konkluderes, at eksempelvis 68,59 % af alle besøgende på Mindhelper er unge mellem 14 og 18 år (jf. nedenstående graf). Datamaterialet er dog solidt nok til, at det med rimelighed kan siges, at en betragtelig del af de besøgende vurderes til at være i aldersgruppen 14 til 18 år.

## OVERBLIK OVER SAMLET RESPONDENT DATA

### ALDERSFORDELING

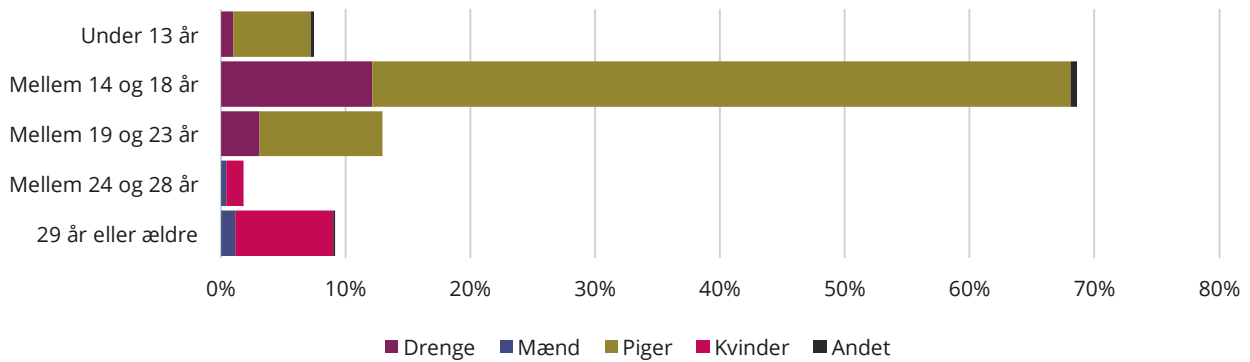


### KØN





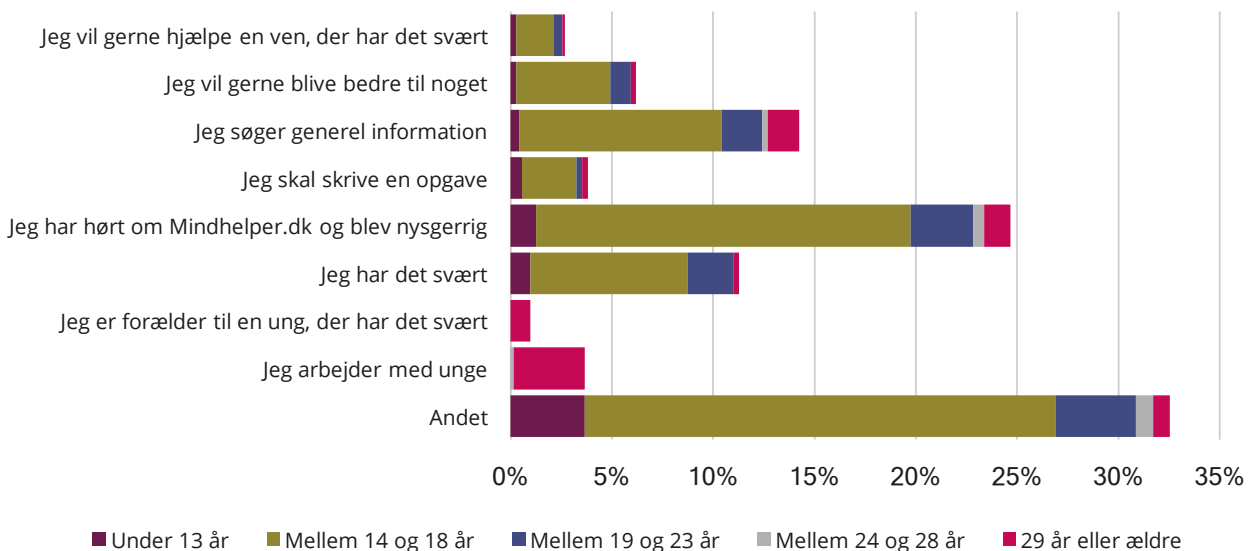
## RESPONDENTER FORDELT PÅ ALDER OG KØN



Som det ses af ovenstående grafer, viser der sig tendens til, at den største besøgsgruppe er piger mellem 14 og 18 år, og som næststørste gruppe drenge mellem 14 og 18 år. Den tredjestørste gruppe er piger mellem 19 og 23 år.

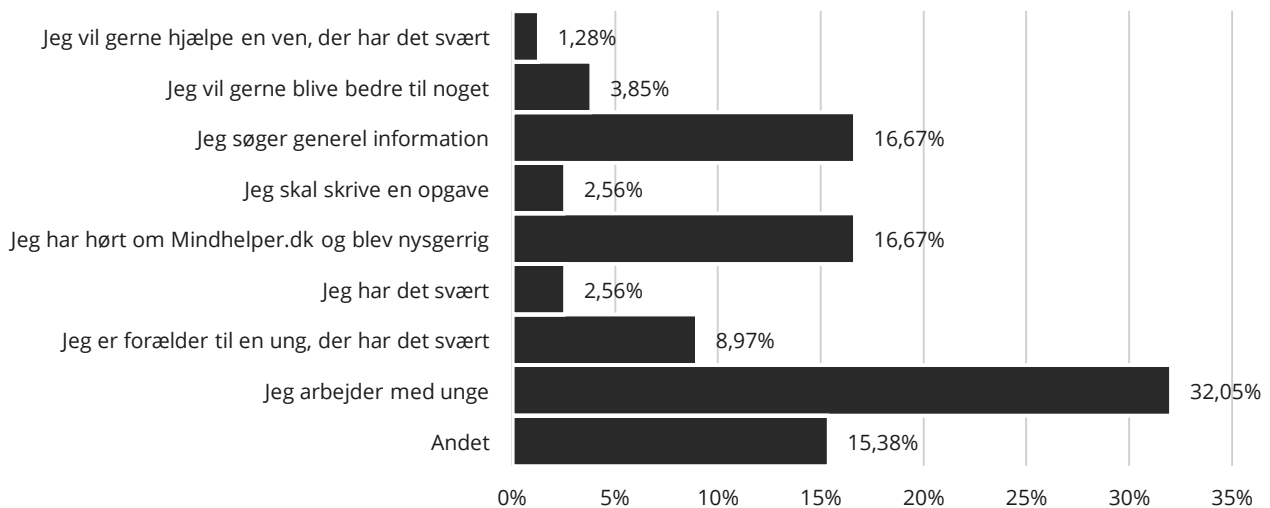
## HVORFOR BESØGENDE BENYTTET MINDHELPER

### HVORFOR RESPONDENTEN BESØGER SITET - FORDELT PÅ ALDER





## HVORFOR VOKSNE (24 ÅR OG ÆLDRE) BESØGER SITET



Ovestående to grafer viser hvilke årsager, respondenterne har givet til at besøge sitet. Øverste graf viser, at 'andet' udgør den største gruppe med i alt knap 33 %. Denne gruppe viser sig særligt at indeholde unge på mellem 14 og 18 år (i alt godt 23 %). Dette hænger naturligvis sammen med, jf. tidligere graf, at denne gruppe udgør den største del af de samlede besvarelser på spørgeskemaet

Næststørste gruppe er de, der har tilkendegivet at de har 'hørt om Mindhelper og blev nysgerrig'. Dette er samlet set knap 25% af brugerne, og også her fylder de 14-18 årige mest.

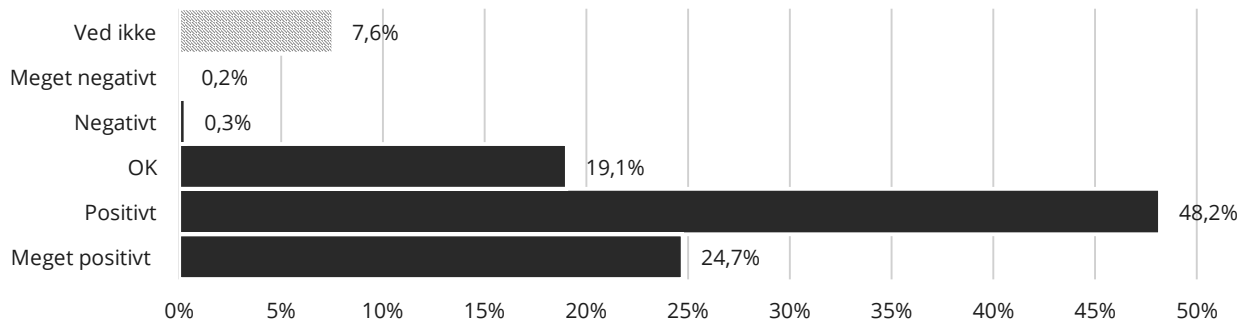
Tredje mest angivne årsag til besøg på Mindhelper er 'generel information'. Fjerde mest er 'jeg har det svært'. Denne gruppes besvarelser er analyseret særskilt senere i rapporten.

Af respondenter over 24 år (som dermed her betragtes som de voksnes besvarelser), tilkendegiver 32 %, at de besøger sitet fordi de arbejder med unge. Knap 17% giver udtryk for, at de enten besøger Mindhelper fordi de blev nysgerrige eller fordi de søger generel information.



## SAMLET OPLEVELSE AF MINDHELPER

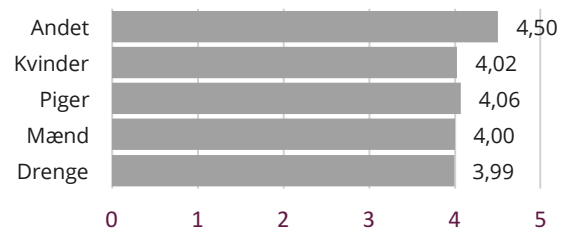
### SAMLET OPLEVELSE



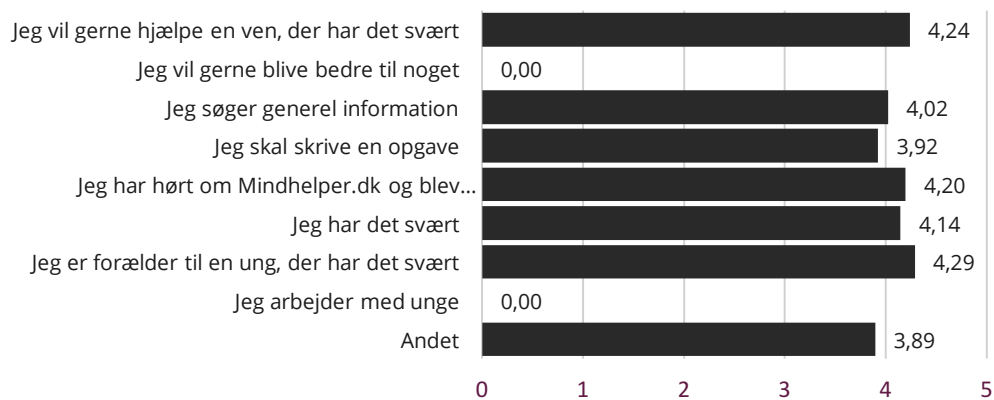
### FORDELT PÅ ALDER (SKALA 0-5)



### FORDELT PÅ KØN (SKALA 0-5)



### FORDELT BEHOV (SKALA 0-5)





Ovenstående grafer viser respondenternes tilkendegivne oplevelse af mindhelper.dk. Som det ses af øverste graf, tilkendegiver knap 82 % enten Positivt eller Meget positivt til spørgsmålet om den samlede oplevelse af mindhelper.dk.

Den foregående sides øvrige grafer er beregnede gennemsnit af besvarelserne fremstillet med de forskellige segmenter i fokus. Beregninger har udgangspunkt i, at 'Meget negativt' værdisættes til 1 og 'Meget positivt' værdisættes til 5. Dermed vil et gennemsnit tæt på 5 være udtryk for en høj grad af positiv oplevelse af Mindhelper.

Ses på fordelingen af alder viser det sig, at de 29-årige og ældre vurderer siden bedst, med en gennemsnitlig score på 4,12. De 24 til 28 årige vurderer siden lavest med et gennemsnit på 3,75. Det noteres dog, at det samlede billede er positivt, og at de små udsving kan være statistiske usikkerheder.

Ses på køn viser der sig ikke nævneværdige forskelle – dog har 'andet' et højere gennemsnit end de øvrige. Dette er dog udtryk for under 1% af de samlede besvarelser, og den statistiske usikkerhed kan dermed være væsentlig. Igen er det samlede billede positivt.

Ses på behovet for hjælp på Mindhelper viser det sig, at den gruppe, der er mest positiv over for Mindhelper, er forældre til en ung, der har det svært. Inden for de kategorier, hvor det er muligt at knytte et behov (altså frasorteret 'andet') ses at de, der tilkendegiver mindst positivitet over for oplevelsen er de, der søger at skrive en opgave.



# DE UNGES OPLEVELSER MED MINDHELPER.DK

I det følgende fremstilles de unges oplevelser med Mindhelper.dk. Der er foretaget i alt 13 telefoniske interviews med unge rekrutteret igennem en pop-up på mindhelper.dk, ligesom der er indsamlet 75 besvarelser igennem spørgeskema. Der er udelukkende arbejdet med besvarelser fra spørgeskemaundersøgelsen fra unge i målgruppen, hvilket vil sige unge, der har givet udtryk for, at de oplever at have det svært.

## KVALITATIVE DATA

Ingen af de interviewede unge havde tungere psykiske udfordringer, men fortæller om råd til søvnproblemer, træthed eller eksamensnerver, som de prøvede af og fandt brugbare. Der kan af det kvalitative materiale således ikke udledes svar på, om også unge med komplekse psykiske udfordringer finder brugbare råd på Mindhelper.dk. Med reference til afdækningen af, hvordan der er rekrutteret unge til sitet, vurderes det at de unge, der er interviewet, i et rimeligt omfang kan siges at repræsentere en væsentlige gruppe af de unge, der besøger sitet, nemlig unge med tidlige/lettere udfordringer.

*"I gør et godt arbejde. Keep going." (citat fra ung i forbindelse med spørgeskemabesvarelse)*

## VEJEN IND

I forsøget på at afdække yderligere forklaringer på, hvorfor de unge er klikket ind på Mindhelper, er de indledningsvist blevet spurgt til, om de husker, hvordan de kom ind på siden. 9 ud af 13 forklarer, at de så en reklame på Facebook, som fangede deres nysgerrighed. Langt de fleste kan huske, at der stod noget konkret på reklamen, som de oplevede havde relevans for dem; eksempelvis om eksamensnerver eller årsager til søvnproblemer. En siger:

*"Jeg så en annonce på Facebook, der fangede min opmærksomhed. Jeg tror der stod '8 årsager til søvnproblemer'. Det var klokken halv et om natten, og så var det jo ret naturligt at klikke ind på det, fordi det ville jeg gerne høre mere om." (dreng)*



En anden siger om Facebook-reklamen:

*"Jeg kom derind gennem Facebook. Måske er der ikke så mange unge, der ville søge på Google, hvis de havde et problem, så derfor er det godt, at man kan se det via Facebook. Når den sådan kommer op på Facebook og ser interessant ud." (pige)*

Forklaringerne fra de unge understøtter således tallene hentet via Siteimprove (se afsnit senere i rapporten), idet langt størstedelen forklarer, at deres vej ind på Mindhelper gik igennem Facebook. Vurderingen bliver dermed, at Facebook er et relevant sted at være 'til stede' i forhold til at få skabt kontakt til de unge. Dette er udfoldet senere i rapporten.

De øvrige 4 adspurgte, der ikke fandt ind på Mindhelper via Facebook, peger blandt andet på sundhedsplejersken eller studievejlederen på deres skole som formidler af viden om Mindhelper.

*"Hele klassen fik den vist af sundhedsplejersken på skolen, som sagde, at man kunne bruge siden hvis man havde brug for råd til noget eller mangler noget støtte, noget hjælp." (pige)*

## OVERORDNET INDTRYK

I den indledende del af interview er de unge blevet spurgt til deres helt overordnede indtryk af Mindhelper. Her har de således haft mulighed for mere 'frit' af fortælle om, hvad de først og fremmest udleder om siden – og langt de fleste udtrykker sig her positivt både om indhold og stil.

*"Jeg kan godt lide indholdet. Det er struktureret på en god måde. Det er delt op, så man ikke bare får alle mulige informationer på én gang. Søgefeltet oppe i toppen synes jeg er rigtig godt." (dreng)*

Flere af de adspurgte kommenterer specifikt på søgefeltet i toppen af forsiden og kommentarerne går både på funktionen som sådan og på den inspiration, de får ud af de præindskrevne søgninger.

Andre kommentarer går på bredden i hjemmesidens specifikke indhold.

*"Det er en rigtig god hjemmeside. Det er godt, at der er en hjemmeside for unge, der har angst eller andre problemer, og godt at der er lidt af hvert på hjemmesiden. Både eksempler på folk med OCD, men også noget mere normalt som angst for eksamen." (pige)*

De adspurgte unges overordnede indtryk af Mindhelper er således positivt, både i relation til indhold, struktur og opbygning.

### INDIKATOR 5:

X % AF DE UNGE SVARER, AT MINDHELPER HAR GIVET DEM DEN INFORMATION, SOM DE SØGTE.

### AFRAPPORTERING: VAR SVARET NYTTIGT FOR DIG?

I BREVKASSEN, INTERVIEWS OG ARTIKLER ER DER MULIGHED FOR AT TILKENDEGIVE, OM SVARET OPLEVES SOM NYTTIGT. I ALT 861 HAR BENYTTET SIG AF DENNE MULIGHED, OG SVARENE FORDELER SIG SOM VIST NEDENFOR.



**89 %**



**11 %**



## ARTIKLERNE

Jævnfør de opstillede indikatorer, har interviewene med de unge interesseret sig for, hvorvidt de unge har tillid til indholdet på Mindhelper. Her er de specifikt spurgt til blandt andet artiklerne.

Langt de fleste svarer, at de synes artiklernes indhold er relevant, og at det øger troværdigheden, at der er så mange 'rigtige mennesker' til stede i artiklerne, som fortæller om deres egne oplevelser.

*"Jeg synes, at der er troværdigt indhold i artiklerne, og det giver sådan mere tillid til, at Mindhelper kan hjælpe. Det virker meget professionelt. Jeg synes det er godt med rigtige personer, der giver svar og at nogle artikler henviser til at man kan søge videre på nettet." (pige)*

At der i en del af artiklerne fortælles konkrete historier om forskellige menneskers oplevelser med psykisk sygdom synes således at øge troværdigheden og tilliden til indholdet i de unges perspektiv. Den unge, der er citeret for ovenstående, kommenterer derudover på, at der findes henvisninger til andre internetsider, hvor der kan søges om yderligere viden. På baggrund af hendes oplevelse udledes, at nogen unge har fundet frem til yderligere viden om det de var interesserede i gennem Mindhelper, hvilket peger på, at Mindhelper (i hvert fald i nogen grad) lykkes med at være en slags 'første platform' hvorfra de unge ledes videre til mere specifik viden.

Et andet perspektiv går på 'overførbarheden' af de helt konkrete råd, som visse artikler giver. En ung siger:

*"Jeg læste artikler, og synes egentlig, at de var brugbare. Jeg kunne se sammenhænge mellem nogle af de ting jeg gør, og hvorfor jeg har søvnproblemer." (dreng)*

I denne informants tilfælde opstår dermed en sammenhæng mellem viden om søvnproblemer, og hvad der eventuelt kan gavne dem og den unges egne vaner. Oplevelsen er, at dette øger graden af relevans.

## DET ØVRIGE INDHOLD

I forlængelse af ovenstående har flere unge kommenteret på andre indholdsdele:

*"Jeg fik gode svar ved at læse i brevkassen om andres problemer med piger. Det var de svar, jeg havde brug for. Hvis ikke jeg havde læst om andre, der skrev om det samme, havde jeg nok brugt chatfunktionen.<sup>1</sup>" (dreng)*

Ovenstående tyder på, at de unge bruger brevkassen til at søge efter indlæg og svar, der beskriver de spørgsmål eller udfordringer, de selv oplever – her i relation til pige-problemer. En anden pointe i forhold til brevkassen går på, at det her er andre unge, der er 'forfattere'.

*"Især brevkassen er god fordi det er unge, der skriver om problemer, man selv kender." (pige)*

Især i brevkasse-indholdet spores således et 'spejlings-potentiale', hvor de unge oplever at kunne relatere til de spørgsmål, der stilles. At brevkasseindholdet udgør *de unges stemme* og mere generelt, at indholdet på MH opleves at være tilpasset den unge målgruppe, vurderes vigtigt af de unge.

---

<sup>1</sup> Det noteres, at der ikke findes en chatfunktion på Mindhelper. Udtalelsen fra den unge vurderes at bygge på den unges manglende overblik over sitets indhold og muligheder.



*"Jeg har ikke brugt Mindhjelper så længe, men tingene derinde er skrevet godt. Jeg synes, at det er tilpasset målgruppen, og det gør, at man bliver mere åben for indholdet." (pige)*

En anden supplerer ovenstående ved at pointere, at tilstedeværelsen af eksperter, der svarer på spørgsmål, øger tilliden til, at rådene er gode.

*"Ekspertudsagn gør det troværdigt. Det er godt, at det er en ekspert, der svar på spørgsmål eller er blevet hørt omkring et spørgsmål. Man har tillid til Mindhjelper og til de råd de skriver." (pige)*

## **REDSKABER OG RÅD**

Både indikatorerne og spørgsmålene i det udarbejdede survey peger på en interesse i at vide, hvorvidt de unge oplever at få brugbare redskaber og råd på Mindhjelper. Denne interesse er ligeledes forfulgt i det kvalitative materiale.

*"Jeg havde tillid til, at indholdet var godt, og jeg afprøvede de konkrete råd fra artiklen med at spise en banan – og jeg synes, at det virker." (dreng)*

En anden supplerer:

*"Jeg fik konkrete råd. For eksempel, at man ikke skal drikke koffein lige inden man skal sove." (dreng)*

Langt de fleste af de adspurgte unge, der har læst artikler for at få viden om en konkret udfordring, oplever at have fået brugbare råd fra Mindhjelper.

## **BEDRE RUSTET TIL AT HJÆLPE SIG SELV**

I tråd med ovenstående omhandlende oplevelsen af få brugbare redskaber og råd, er der i det kvalitative interview spurgt ind til, hvorvidt den unge efter at have besøgt Mindhjelper er blevet bedre rustet til at hjælpe sig selv, herunder håndtering af konkrete problemer og muligheden for at opsøge hjælp, hvis det bliver nødvendigt.

Der er en oplevelse hos de unge af, at de har lettere ved at håndtere konkrete problemer, som for eksempel søvnproblemer, eksamensangst eller træthed, når de efterfølgende har anvendt de råd, som de fandt på Mindhjelper.

*"Jeg har bedre selvtillid til eksamen nu. Det er jo tit, man er nervøs for, at man får dårlige resultater til eksamen. Men nu bruger jeg nogle af de teknikker, som jeg blevet rådet til på Mindhjelper, inden eksamen, og så er jeg ikke lige så nervøs. Jeg er heller ikke lige så træt i skoletiden, når jeg spiser en banan om eftermiddagen." (dreng)*

Derudover er der også en oplevelse af, at det er blevet nemmere at opsøge hjælp, hvis man har et eller andet problem i hverdagen. Flere af de unge udtrykker, at Mindhjelper er et godt første step at opsøge hjælp, hvis de står i en svær situation.

*"Hvis der opstod et problem, eller jeg var i en svær situation, så ville jeg nok tjekke Mindhjelper først, og så bagefter gå til mine forældre, hvis jeg ikke havde fået svar." (dreng)*



Det er ligeledes brugbart for den unge at vide hvor der hurtigt og nemt kan opsøges hjælp, hvis der er behov for det. En ung udtrykker:

*"Mindhelper hjælper en til lige at komme videre i hverdagen. Hvis man bakser med et eller andet, så er det brugbart at besøge siden." (dreng)*

Det er dermed en generel oplevelse hos de interviewede unge, at de føler sig bedre rustet til at hjælpe sig selv efter de har besøgt Mindhelper.

### **ANBEFALE TIL VEN**

Slutteligt er de unge blevet adspurgt, hvorvidt de ville anbefale Mindhelper til ven. Til dette spørgsmål er der bred enighed hos de unge om, at de helt sikkert ville anbefale Mindhelper til en ven. Der er både unge, som allerede har anbefalet Mindhelper, men også unge, som udtrykker, at de ville anbefale Mindhelper, hvis de følte, at deres ven havde brug for det.

*"Jeg ville anbefale Mindhelper til en ven, hvis der var en jeg lige syntes kunne bruge det." (dreng)*

Nogle af de adspurgte unge underbygger deres anbefaling med egne oplevelser af Mindhelper:

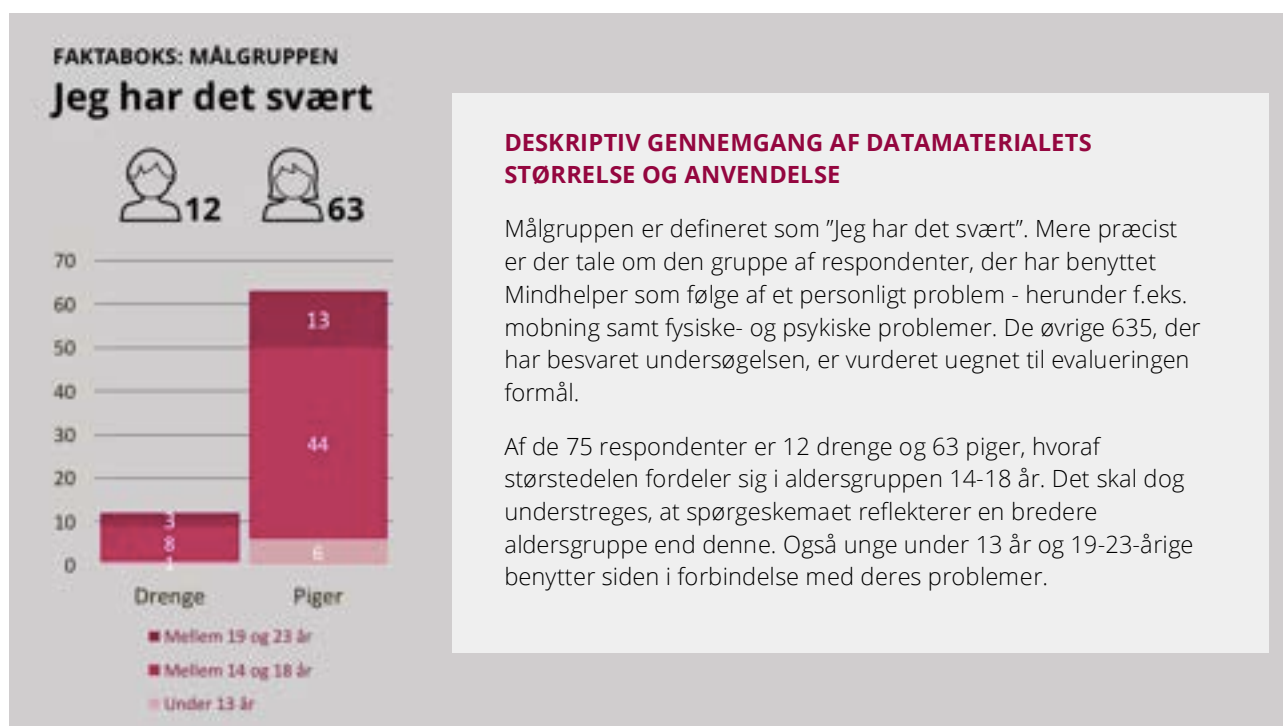
*"Jeg fortalte det videre til en ven fra parallelklassen. Jeg sagde, at den (Mindhelper, red.) var god, og at jeg selv brugte den." (Dreng)*

Det er dermed en fælles oplevelse for de adspurgte unge, at indholdet på Mindhelper er så godt, at de ville anbefale en ven at besøge hjemmesiden.



## KVANTITATIV AFDÆKNING - UNGE, DER HAR ET PROBLEM

I forbindelse med evalueringen af Mindhelper er der blevet foretaget en spørgeskemaundersøgelse med det formål at afdække og identificere brugen og virkningerne af Mindhelper. Det følgende afsnit tager sit afsæt i spørgeskemaundersøgelsen, som dermed forsøger at kvantificere de effekter som Mindhelper medfører.



Det følgende afsnit består af en kvantificerende afdækning- og analyse af i alt 75 respondenter. Formålet er først og fremmest at nuancere problemer og personkarakteristik hos de brugere, der tilkendegiver at de har et problem, samt disses bedømmelse af Mindhelper som helhed. Herudover er et væsentligt element at søge at finde sammenhæng mellem respondenternes personkarakteristik, deres problem samt bedømmelsen af Mindhelper.

Det understreges, at resultaterne ikke kan vurderes som en gældende virkelighed, men kun som generelle tendenser, grundet utilstrækkelig data. Afsnittet skal dermed læses som en fremlæggelse af væsentlige tendenser, der med fordel kan medtages og inddrages i det videre arbejde med Mindhelper.

### PROBLEMERNES KARAKTER OG VURDERING AF MINDHELPER

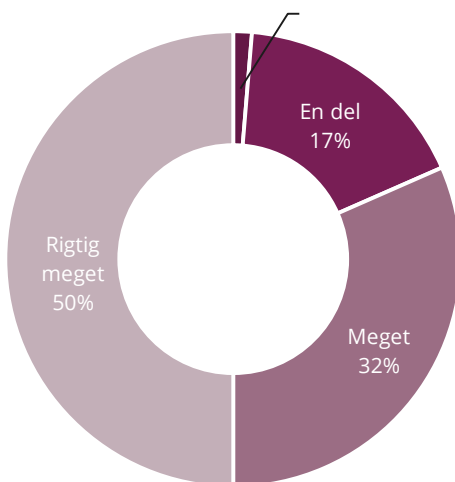
Langt størstedelen af de 75 unge, der falder i denne del af undersøgelsen, synes at have det svært idet de angiver, at deres problemer fylder meget i deres hverdag. Således svarer hele 50% af respondenterne, at deres problem fylder rigtig meget, mens 32% svarer meget. 17% vurderer at deres problem fylder en del, mens kun 1% tilkendegiver at problemet kun fylder lidt.

Derudover har 43% af respondenternes problem eksisteret i mere end et år, 16% i et år, 22% i flere måneder, 7% i en måned, 5% i en uge, og 3% i en dag (svarende til 2 respondenter). Den ligefremme tolkning er at brugerne af Mindhelper har et **stort** behov for at tage hånd om deres langvarige problemer, og dermed ændre deres livssituation. Desuden vurderer 19%, at deres problem **altid** vil være et problem, 24% at problemet forventes at gøre sig gældende i flere år fremadrettet. Hovedvægten af problemerne synes altså at have et langvarigt perspektiv.

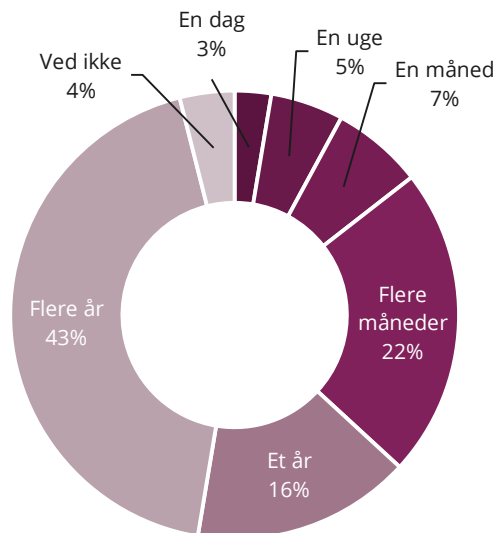


## PROBLEMERNES KARAKTER

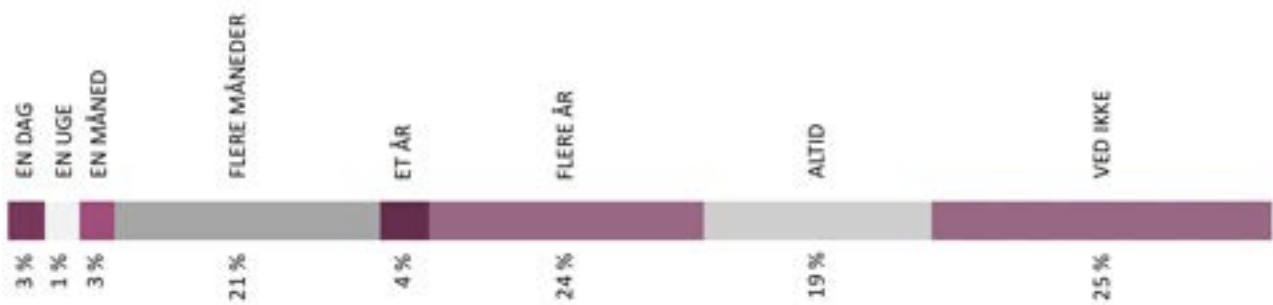
### HVOR MEGET PROBLEMET FYLDER



### HVOR LÆNGE PROBLEMET HAR EKSISTERET



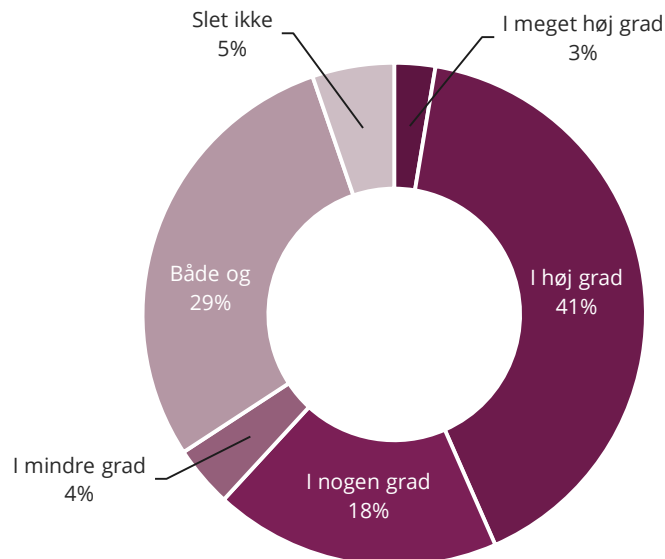
### HVOR LÆNGE PROBLEMET FORSAT FORVENTES AT EKSISTERE I FREMTIDEN



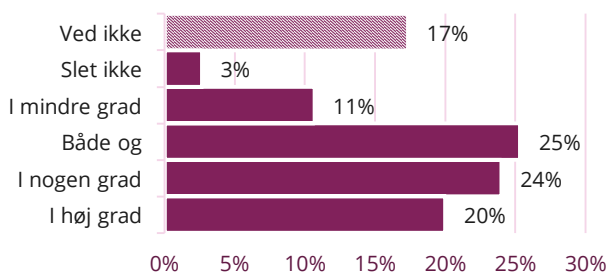


## DEN UNGES TENDENS TIL AT SØGE HJÆLPE

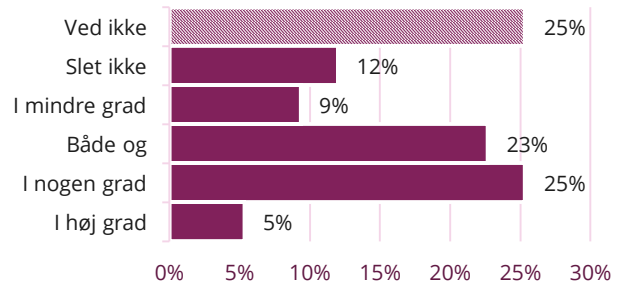
### FØLER DU DIG ALENE MED PROBLEMET?



### MERE MOD TIL AT OPSØGE YDERLIGERE HJÆLP



### MERE MOD TIL AT SNAKKE MED FAMILIE, VENNER ELLER ANDRE OM PROBLEMET

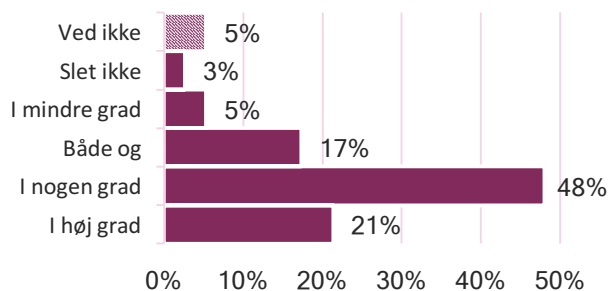


Et andet karaktertræk som skinner igennem for respondenterne er, at 44% i meget høj grad eller i høj grad føler sig **alene** med deres problem, mens det i nogen grad gør sig gældende for 18%. Kun 9% føler sig slet ikke eller i mindre grad alene med problemet, hvilket henleder til at brugerne af Mindhjelper ofte finder sig ene med det problem de oplever. Dog synes Mindhjelper at inspirere til at opsøge yderligere hjælp, samt at give mod til at snakke med familie, venner eller andre om problemet.

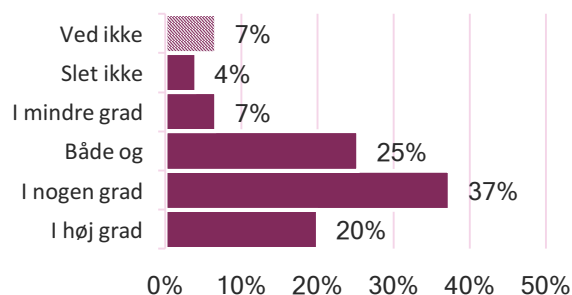


## NYTTIGE RÅD OG VIDEN SAMT ANBEFALING

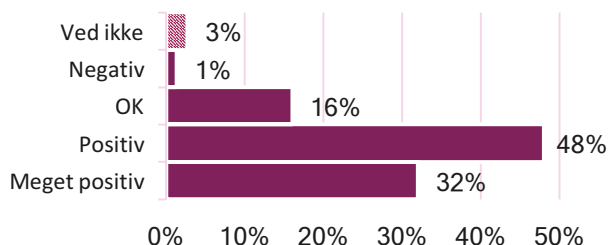
### NYTTIG VIDEN



### NYTTIGE RÅD



### SAMLET VURDERING



### ANBEFALING



På baggrund af respondenternes problemer og karakteristika, vurderes Mindhelper at bidrage med nyttig viden og råd. Mere specifikt vurderer henholdsvis 21% og 20% at de i **høj grad** har fundet nyttig viden og råd på Mindhelper, mens hele 48% og 37% i nogen grad har fundet nyttig viden og råd. Kun 3% og 4% har slet ikke fundet nyttig viden eller råd. Således vurderes det på baggrund af disse data, at Mindhelper tilbyder indsigt og viden af høj relevans. Dette afspejles også i den samlede vurdering, hvor hele 32% vurderer Mindhelper som meget positiv, og 48% vurderer siden som positiv. Endeligt vil 72% af respondenterne anbefale Mindhelper til andre.



## FORSTÅELSESSAMMENHÆNG OG ANALYSE

Følgende afsnit har til formål at finde sammenhæng mellem respondenternes personkarakteristik, deres problemer samt bedømmelsen af Mindhelper. Dette er gjort dels ud fra forståelsessammenhæng mellem de forskellige karakteristika for på den måde at nuancere brugerprofilen, og dels ud fra test af hypoteser, som udspringer fra Mindhelpers formål. Samtlige hypoteser er listet i det nedenstående, og alle er testet på forskel mellem køn, problemets længde og hvor meget det fylder i hverdagen. Det understreges, at kun de statistisk sandsynlige resultater er frembragt visuelt.

### FORSTÅELSESSAMMENHÆNG

For at nuancere brugerprofilen af unge der tilkendegiver at de har et problem, er det fundet væsentligt at fremstille forståelse af sammenhængen mellem problemernes karakteristik. Herunder den tid problemet har eksisteret, forventet tidshorisont for problemet, problemets størrelse, samt hvor alene respondenterne føler sig med problemet. Alle disse er testet på tværs af køn.

#### TEST AF SAMMENHÆNG

- Jo længere tid problemet har været en del af de besøgendes liv, jo længere tid forventes det forsat at være et problem (Figur 1)
- Jo længere tid problemet har været en del af deres liv, jo mere fylder problemet (Figur 2)
- Jo mere alene med problemet de besøgende føler sig, jo mere fylder problemet for dem (Figur 3)
- Jo længere tid problemet forventes at være et problem fremadrettet, jo mere fylder problemet (Figur 4)

Først og fremmest er der påvist en klar sammenhæng mellem tiden problemet har eksisteret, og den tid det forventes at problemet forsat vil eksistere. Dermed konkluderes det, at **jo længere tid problemet har været en del af de besøgendes liv, jo længere tid forventes det forsat at være et problem (Figur 1)**. Denne konklusion kan med stor sandsynlighed opstilles som en generel tendens, hvilket afspejler, at de problemer, som har gjort sig gældende over en længere periode, også er de sværeste at få afhjulpet og håndteret. Tilmed kan der med lille sandsynlighed siges at være en sammenhæng mellem problemets nuværende længde og hvor meget problemet fylder for den enkelte. Således, at **jo længere tid problemet har været en del af deres liv, jo mere fylder problemet (Figur 2)**.

Herudover er det interessant at vurdere, om det at føle sig alene med problemet påvirker, hvor meget problemet fylder for den enkelte. Der er blevet påvist en lille sammenhæng mellem **jo mere alene med problemet de besøgende føler sig, jo mere fylder problemet for dem (Figur 3)**. Sammenhængen kan dog også skyldes, at jo mere problemet fylder, jo mere alene føler man sig. Uanset hvad der forårsager effekten, er tendensen, at jo større problemer, jo mere alene føler man sig. Sidst men ikke mindst er det påvist, at der med stor sandsynlighed er en signifikant sammenhæng mellem den forventede tidshorisont og hvor meget problemet fylder. Således, at **jo længere tid problemet forventes at være et problem fremadrettet, jo mere fylder problemet (Figur 4)**. Sammenhængen kan omvendt også skyldes, at jo mere problemet fylder, jo længere tid forventes problemet at være et problem fremadrettet.

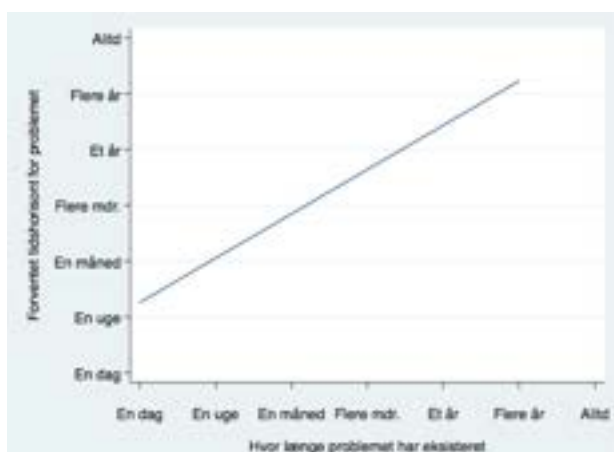
*”Flot layout. Jeres hjemmeside fungerer generelt godt ☺” (citater fra ung i forbindelse med spørgeskemabesvarelse)*



Ovenstående sammenhæng er ikke blevet påvist forskellig fra køn, og afspejler derfor både pigers og drenge problemer. Helt generelt kan det, med statistisk sandsynlighed på baggrund af de 75 respondenter, tolkes således, at størrelsen og længden på brugernes problemer reflekterer kompleksitet og et behov for hjælp, viden og råd.

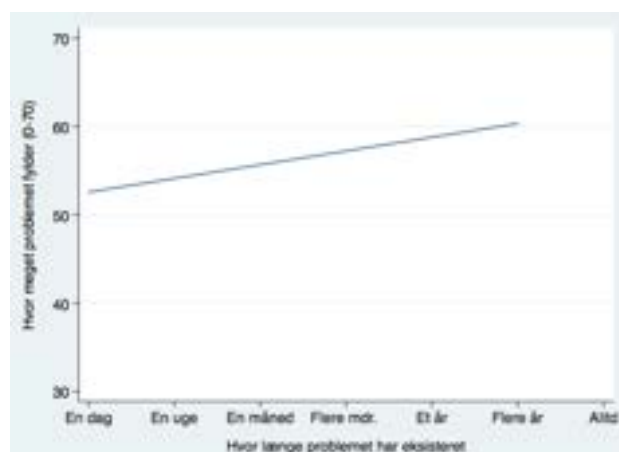
## FORSTÅELSESSAMMENHÆNGE

Figur 1: Problemets længde og forventet tidshorisont



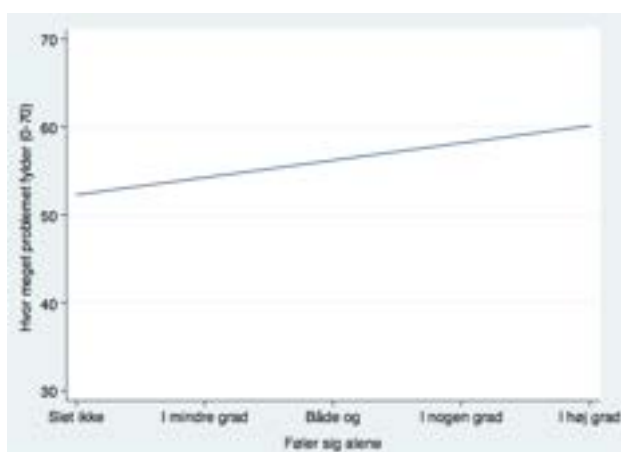
Det kan med **stor** sandsynlighed påvises en signifikant sammenhæng mellem problemets nuværende længde og den forventede tidshorisont. Således, at jo længere tid problemet har eksisteret, jo længere tid forventes det forsat at være et problem.

Figur 2: Problemets længde og hvor meget det fylder



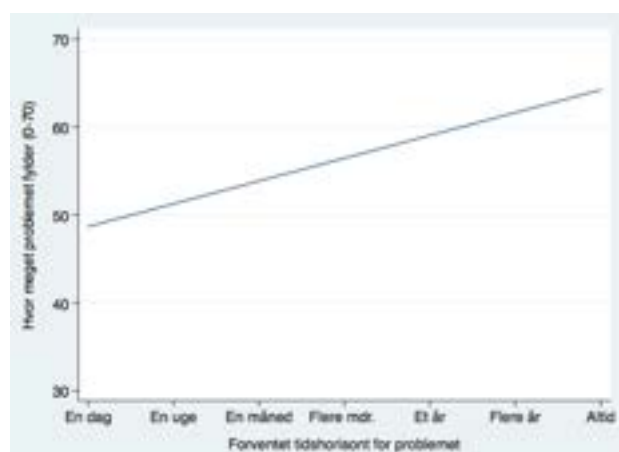
Det kan med **lille** sandsynlighed påvises en lille sammenhæng mellem problemets nuværende længde og hvor meget det fylder for den enkelte respondenter. Således, at jo længere tid problemet har eksisteret, jo mere fylder det.

Figur 3: At føle sig alene og hvor meget problemet fylder



Det kan med **lille** sandsynlighed påvises en lille sammenhæng mellem hvor alene respondenteren føler sig og hvor meget problemet fylder. Således, at jo mere alene man føler sig, jo mere fylder problemet.

Figur 4: Forventet tidshorisont og hvor meget problemet fylder



Det kan med **stor** sandsynlighed påvises en signifikant sammenhæng mellem den forventede tidshorisont og hvor meget problemet fylder. Således, jo længere tid man forventer problemet at vare ind i fremtiden, jo mere fylder problemet.



## HVEM UNDERSTØTTER OG HJÆLPER MINDHELPER?

I ønsket om at bidrage med indsigt i, hvilke brugere Mindhelper hjælper **bedst**, har følgende afsnit til formål at teste tre overordnede hypoteser, bestående af i alt syv delkomponenter. Igennem resultaterne kvalificeres målgruppen igennem en "hvad virker for hvem"-tilgang baseret på et statistisk fundament. Forud for den videre brug er det endnu engang essentielt at understrege, at resultaterne ikke alene kan vurderes som en *gældende virkelighed*, men kun som generelle tendenser ud fra de 75 respondenter. Det understreges, at kun de statistisk sandsynlige resultater er frembragt visuelt.

### TEST AF HYPOTESER

*Mindhelper giver mod og vilje til at snakke med familie, venner mm., eller opsøge anden hjælp til de som har allermest brug for det.*

- Jo mere alene man føler sig med sit problem, jo mere har Mindhelper hjulpet til at skabe mod til at tale med familie, venner mm. om det.
- Jo mere alene man føler sig med sit problem, jo mere har Mindhelper hjulpet til at skabe mod til at opsøge anden hjælp.
- Jo større problem, jo mere mod har Mindhelper givet til at skabe mod til at opsøge anden hjælp
- Jo større problem, jo mere mod har Mindhelper givet til at tale med familie, venner mm. om det.

En af grundpillerne i Mindhelper er at skabe mod og vilje til at snakke med familie, venner mm., eller opsøge anden hjælp til de, som har allermest brug for det (jf. oprindelig projektbeskrivelse). For at analysere om dette gør sig gældende, er de fire ovenstående delkomponenter blevet testet på baggrund af de 75 respondenter.

Det har ikke været muligt at finde nogle sandsynlige sammenhænge indenfor de fire delkomponenter - hverken overordnet set eller på tværs af køn. Der kan det konstateres, at der *ikke* er fundet belæg for, at Mindhelper i højere grad hjælper de, som føler sig mest alene. Herunder, er det heller ikke påvist at Mindhelper særligt understøtter de brugere med de største problemer.

Såfremt det med sandsynlighed ville være muligt at konkludere en positiv effekt, ville forskellen være ubetydelig. Der kan dog med **påpasselighed** fremhæves en lille kønsmæssig forskel, idet drenge, afhængig af hvor alene de føler sig, synes at have mindre mod til at tale med familie, venner mm. om problemet end hvad der gør sig gældende for pigerne. Denne konklusion hviler dog på et meget spinkelt grundlag og fremhæves udelukkende som element for videre refleksion.

Med andre ord synes der *ikke*, ud fra de 75 respondenter, at være forskel på den måde Mindhelper påvirker brugerne baseret på deres karakteristik - herunder også mellem køn. Det er dog væsentligt at understrege, at ovenstående konklusion udelukkende forholder sig til forskellen på tværs af problemernes karakter, og altså *ikke* forholder sig det faktum at de 75 respondenter generelt vurderer Mindhelper til at være inspirator til at opsøge yderligere hjælp, samt at give mod til at snakke med familie, venner eller andre om problemet (jf. afsnittet "Problemernes karakter og vurdering af Mindhelper").



## TEST AF HYPOTESER

*Mindhelper giver nyttig viden og gode råd til de som har allermest brug for det.*

- Jo længere tid problemet har eksisteret, jo bedre vurderes den viden og råd Mindhelper tilbyder

Et andet væsentligt element i Mindhelper er at understøtte dem, der har allermest brug for det. Med andre ord, at den viden og de råd som er at finde på Mindhelper er målrettet de brugere, som har større og mere komplekse problemer (jf. projektet overordnede formål fremstillet i rapportens indledning). Ud fra argumentet om at dem med de længste problemer også er dem med de mest komplekse og store problemer (hvilket er understreget i Figur 1, Figur 2 og Figur 4), er følgende analyse baseret på den eksisterende tid for problemet.

Der er fundet stor sammenhæng mellem længden på problemet og **brugbarheden** af den viden Mindhelper tilbyder. Set ud fra de 75 respondenter er det således *meget* sandsynligt, at tendensen er en **faldende** brugbarhed jo mere komplekst problemet er (Figur 5). Det samme gør sig gældende for brugbarheden af råd (Figur 6). Særligt interessant bliver det i forbindelse med forskel på køn. Her viser en klar tendens til, at især drengene finder viden og råd *mindre* brugbar jo mere komplekse deres problemer er, i forhold til pigerne. Med andre ord er det i store træk drengene der trækker tendensen i en negativ retning. Tendensen er også negativ for pigerne, endog i mindre grad.

*"Super godt sted at søge hen, når livet går en imod."  
(citat fra ung i forbindelse med spørgeskemabesvarelse)*

Endnu engang er det nødvendigt at understrege at ovenstående konklusion udelukkende forholder sig til forskellen på tværs af problemernes karakter, og altså *ikke* forholder sig det faktum at de 75 respondenter generelt vurderer at de igennem Mindhelper i høj- eller nogen grad har fundet nyttig viden og råd (jf. afsnittet "Problemerne karakter og vurdering af Mindhelper").

## TEST AF HYPOTESER

*Mindhelper vurderes bedst af de som har de største problemer.*

- Den samlede oplevelse af Mindhelper skyldes råd og viden
- De med de største problemer vurderer Mindhelper bedre end de, som har mindre problemer

Overordnet set er det Mindhelpers intention at videreformidle viden og råd for på den måde at understøtte de brugere med de største problemer. Mens forrige hypotese blev afkræftet i form af faldende brugbarheden i forhold til problemernes kompleksitet, har denne hypotese til egenskab at underbygge, hvad der bidrager til en god oplevelse af Mindhelper, og undersøge om de med de største problemer vurderer Mindhelper bedre end de, som har mindre problemer.

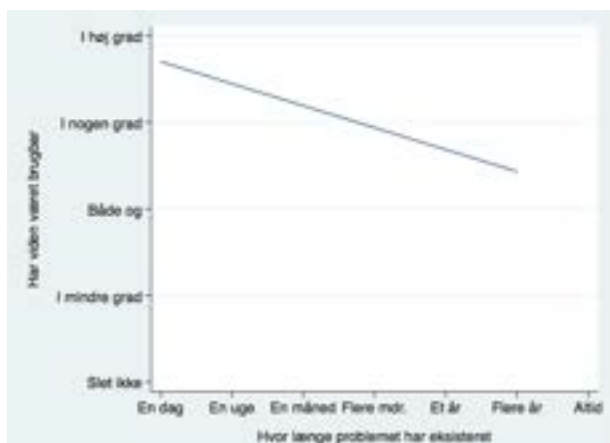
Først og fremmest er der fundet stor sammenhæng mellem oplevelsen af nyttig råd og viden, og den samlede oplevelse af Mindhelper (henholdsvis Figur 7 og Figur 8). Disse tendenser er meget sandsynlige, hvilket også intuitivt giver mening. Det kan altså konkluderes, at den samlede oplevelse af Mindhelper i stor udstrækning er afhængig af brugbarheden af



viden og råd. Det har desværre ikke været muligt at finde nogle *sandsynlige* sammenhæng mellem problemernes karakter og den samlede vurdering. Heller ikke mellem køn har der vist sig at være sandsynlig forskel.

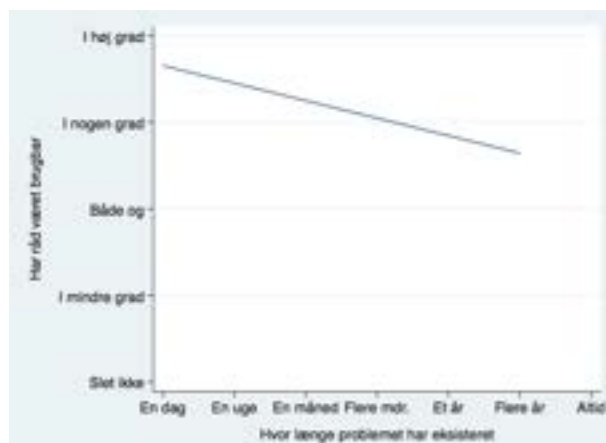
## PÅVISTE HYPOTESER

Figur 5: Problemets længde og brugbarhed af viden



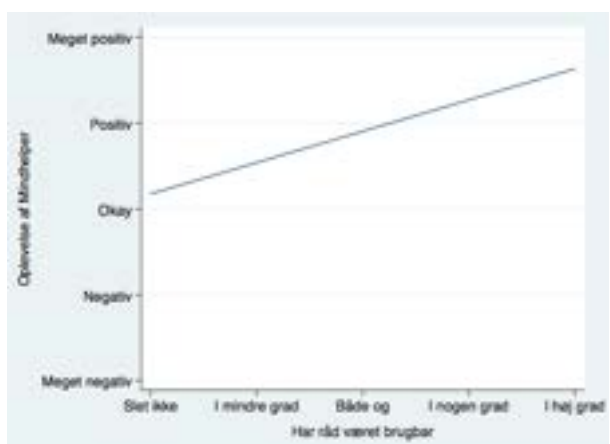
Det kan med **stor** sandsynlighed påvises en signifikant og negativ sammenhæng mellem problemets nuværende længde og hvor brugbar viden har været. Således, jo længere tid problemet har eksisteret, jo mindre brugbar har viden været.

Figur 6: Problemets længde og brugbarhed af råd



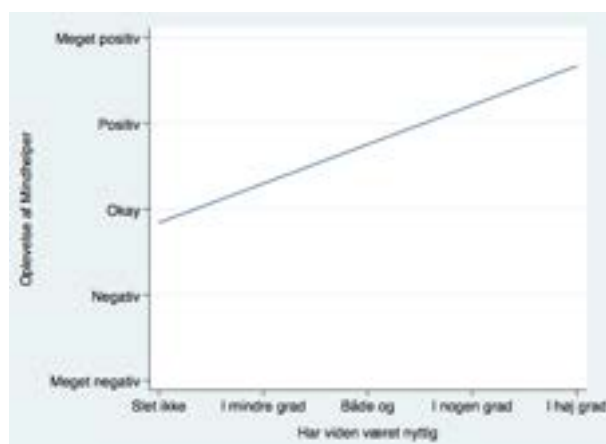
Det kan med **stor** sandsynlighed påvises en signifikant og negativ sammenhæng mellem problemets nuværende længde og hvor brugbar råd har været. Således, jo længere tid problemet har eksisteret, jo mindre brugbar har råd været.

Figur 7: Brugbarheden af råd og oplevelse af Mindhelper



Det kan med **stor** sandsynlighed påvises en signifikant sammenhæng mellem brugbarheden af råd og den samlede oplevelse. Således, jo mere brugbar råd, jo bedre oplevelse af Mindhelper.

Figur 8: Brugbarheden af viden og oplevelsen af Mindhelper



Det kan med **stor** sandsynlighed påvises en signifikant sammenhæng mellem brugbarheden af viden og den samlede oplevelse. Således, jo mere brugbar viden, jo bedre oplevelse af Mindhelper.

### **KOMMENTARER FRA SPØRGESKEMA**

Der er i alt 12 uddybende kommentarer fra de i alt 75 unge, som ovenstående analyse bygger på. De få besvarelser giver ikke anledning til at komme med generelle konklusioner, og det er dermed valgt, at enkelte af citaterne er medtaget i citatboksene spredt i rapporten.



## FAGPERSONERNES OPLEVELSER AF MINDHELPER.DK

I det følgende fremstilles udvalgte fagpersoners oplevelse af Mindhelper.dk. Fagpersonerne er tilfældigt rekrutteret igennem Mindhelpers nyhedsbrev og omfatter forskellige fagligheder og dermed også forskellige positioner i forhold til unge. Afdækningen af fagpersonernes oplevelser har taget udgangspunkt i dels de opstillede indikatorer målrettet fagpersoners vurdering og dels de øvrige indikatorer og interesseområder, som det indledende møde og de øvrige skriftlige materialer har fremstillet.

### DET FØRSTE INDTRYK

Ligesom de unge, er fagpersonerne indledningsvist blevet spurgt til deres første indtryk af siden. Flere har svært ved at huske, hvad deres første tanker om siden var, idet det ligger flere måneder tilbage - men et par stykker sætter ord på deres første indtryk. En siger:

*"Mit første indtryk var, at siden er lækker og dynamisk. Jeg kan godt lide det med, at man kan søge. Man kan hurtigt blive overvældet, men den her søgefunktion er god. Så ryger man ret hurtigt ind. Lidt ligesom en tragt faktisk." (fagperson)*

Ligesom det påpeges af de unge, får den citerede fagperson øje på søgefunktionen på Mindhelpers forside. Idet både unge og fagpersoner peger specifikt på denne funktion som nyttig, vurderes den som en god og hensigtsmæssig 'vej ind'. En anden beskrivelse af de første indtryk går på både opbygning og indhold.

*"Min første tanke var, at det er en meget professionel side at komme ind på. Jeg finder god kvalitet og den er behagelig at navigere rundt i. Der er mange temaer, og den har derfor kunne være inspirationskilde i det projekt vi kører med mental sundhed. Jeg synes, at samarbejdspartnerne i bunden var vigtigt. Det peger på, at den er fagligt i orden." (fagperson)*

Citatet ovenfor peger på, at både indholdet og opbygningen er væsentlig for et godt første indtryk. Derudover spores en pointe om, at fagprofessionelle, der arbejder med unge, har et behov for hurtigt at kunne danne sig indtryk af, om sidens faglige indhold er i orden. Her forklares det, at den tydelige tilkendegivelse af, at der samarbejdes med flere kommuner og region Syddanmark understøtter en vurdering af sidens indhold som fagligt kvalificeret.



## HVEM ER MÅLGRUPPEN?

Et fokusområde i afdækningen af fagpersonernes oplevelse af Mindhelper er deres vurdering af, hvem Mindhelper er til for og dermed, hvem målgruppen, for dem at se, er.

En pointe i denne sammenhæng går på bredden i det indhold, som Mindhelper rummer.

*"Vi har været inde og kigge og se: erstatter den noget, vi bruger i forvejen? Måske kan den være storebror eller søster til Børnetelefonen. Privatsnak.dk fra Sex og Samfund bruger vi også. Mindhelper er lidt bredere med flere temaer. Mange af de andre er mere specifikke i forhold til hvilket problem de unge oplever. Mindhelper indeholder temaer, som alle unge kan have udfordringer med. Det er en god overordnet bred ramme for at finde hjælp, og finde ud af, at jeg ikke er den eneste i verden, der oplever angst eller søvnproblemer, eller hvad det kan være." (fagperson)*

På baggrund af ovenstående citat udledes, at bredden i indholdet betyder, at målgruppen for Mindhelper ligeledes er bred. Informanten peger på, at Mindhelper indeholder viden om temaer, som "alle unge kan have udfordringer med", hvormed målgruppen identificeres som værende det gennemsnitlige unge menneske. Dog pointeres det også, at Mindhelper kan bidrage til at de unge oplever, at de ikke er "den eneste i verden", der oplever angst eller søvnproblemer. Dermed peges på, at også angstproblematikker behandles på MH og at de unge, der oplever disse, kan have gavn af Mindhelper. Idet angst ikke vurderes at være en del af den gennemsnitlige unges ungdom, peges dermed også på en mere specifik målgruppe.

En anden informant supplerer i forhold til ovenstående:

*"Den kan godt rette sig mod alle, fordi alle er nervøse til eksamen. Når jeg så kigger lidt mere, tænker jeg det er unge med større vanskeligheder, end jeg håber er normalt [der er målgruppen, red.] Der er meget om angst og depression, og de lidt tungere ting." (fagperson)*

Igen peges på en overordnet målgruppe, som udgøres af alle unge og på en mere specifik målgruppe; i dette tilfælde unge, der oplever psykiske vanskeligheder udover det vedkommende "håber er normalt". I en nuancering af ovenstående udtrykker informanten at hun, hvis hun sad overfor en ung og havde mistanke om eksempelvis depression, ville henvise den unge til egen læge. Dermed beskrives, hvorledes de mere komplekse psykiske udfordringer bør imødekommes af kvalificeret fagligt sundhedspersonale.

En anden formulering af målgruppen findes indirekte i en informants beskrivelse af, hvornår hun har fundet Mindhelper nyttig. Hun siger:

*"Vi er nogle stykker på skolen, der laver seksualundervisning - og det er i den gruppe, at vi har talt om Mindhelper. Jeg har mest samtaler i 8. Klasse, og der er kærlighed og sex blandt temaerne. Og der synes jeg det er rigtig fint at kunne give de unge viden om, at mindhelper.dk findes, og at de måske kan opsøge noget af den viden de mangler derinde - derhjemme i fred og ro." (fagperson)*

Dermed identificeres målgruppen også som værende de unge, som qua deres ungdom og pubertet kommer til at interessere sig for emner, som det kan være vanskeligt at tale om. Mindhelper.dk tilbyder en lang række svar, som de unge selv kan opsøge efter behov.



## DE UNGES REAKTION

I forlængelse af afdækningen af målgruppen er flere af informanterne også blevet spurgt til, hvordan unge har reageret, når fagpersonerne har præsenteret dem for MH. En formulering opsummerer det overordnede perspektiv:

*"Jeg synes, at de er positive og jeg tror, at de synes sproget er godt." (fagperson)*

## DEN FAGLIGE KVALITET

Blandt de i udbudsmaterialet beskrevne effektindikatorer handler en af dem om de unges vurdering af, hvorvidt de har tillid til kvaliteten af informationer og råd på Mindhelper. Omdrejningspunktet for denne indikator er også vurderet relevant at belyse fra fagpersonernes perspektiv og de er derfor blevet spurgt til deres vurdering af den faglige kvalitet af indholdet på Mindhelper.

Alle adspurgte giver overordnet udtryk for, at de har tillid til at indholdet på Mindhelper er af høj faglig kvalitet.

*"[Interviewer: Er der tillid til den faglige kvalitet?] Ja, det synes jeg der er. Jeg tror, at det er ærligheden i det. Det er fint og godt og skrevet i en god tone - ikke for løftet-pegefinger-agtigt." (fagperson)*

En anden siger:

*"[Har du tillid til den faglige kvalitet?] Helt sikkert. Man kan mærke, at dem der skriver har god forståelse både af det der sker, og også hvordan man skal formidle det. Begge sider – og begge sider er vigtige." (fagperson)*

Ærlighed og en god tone målrettet det unge publikum opleves således som værende faktorer, der har betydning for opfattelsen af den faglige kvalitet. I forlængelse deraf peger en informant på videoformatet som brugbart og en god formidlingsform.

*"De der videoer - dem har jeg brugt, og det var godt beskrevet synes jeg. Og også en god form at bruge til de unge. På en måde er det lettere lige at se et kort videoklip." (fagperson)*

Et andet perspektiv på den faglige kvalitet går på den rette sortering og udvælgelsen af, hvilket indhold siden skal rumme.

*"Når jeg skal afgøre, om jeg skal anbefale noget til de unge, er jeg altid lidt OBS på, hvis der er for meget de unge skal. Temaet mental fitness - der er så meget de unge skal i deres hverdag, så skal de også til at lave fitness for hjernerne? De unge har sådan brug for spejling, og jeg kunne godt li' en guide til, hvordan kan man dele alvorlige ting med sine forældre. Tit og ofte går de unge selv med deres problemer. Og det relationelle perspektiv; du er ikke alene, du er ikke forkert – det kan jeg godt li'. Jeg tænker ikke så meget, at de unge har brug for mental fitness lige i den situation, hvor de kommer ind på Mindhelper." (fagperson)*

Ovenstående citat peger på pointe om at en hjemmeside og et forum, der henvender sig til unge med forskellige psykiske vanskeligheder eller udfordringer, efter informantens mening ikke også skal indeholde indirekte opfordringer til eksempelvis at dyrke mental fitness. Der er i stedet brug for muligheden for at spejle sig i andre og få sat i perspektiv.



Dermed hænger vurderingen af den faglige kvalitet, sidens relevans og oplevelsen af udvælgelsen af det konkrete indhold (i hvert fald i visse tilfælde) sammen.

## ARTIKLERNE

I afdækningen af den faglige kvalitet og relevans er der ligeledes spurgt specifikt til artiklerne på Mindhelper. En siger:

*"Jeg har selv følt mig inspireret af dem i forhold til min vejledning til de unge mennesker. Søvn er et stort issue. Hvad er det lige man kan gøre? Kan man have godt liv og stadig have svært ved at falde i søvn? Hvad influerer på søvnen? Og den slags. Det er rigtig relevant og godt ramt, synes jeg. Og så synes jeg, at videoerne er gode som et supplement til artiklerne – tekstformatet. I forhold til, at det er levende mennesker, og det der med at det er kendte, der står frem [...] det er noget andet end at jeg fortæller dem om noget." (fagperson)*

Artiklerne på Mindhelper vurderes dermed at kunne bruges ikke alene af de unge, men også af de fagpersoner, som har med de unge at gøre igennem deres job. Med eksempelvis artiklen om søvnbesvær rammer Mindhelper ned i noget, som fagpersonerne også mærker relevansen af 'ude i den virkelige verden', og der opleves dermed en fin sammenhæng og relevans, som betyder, at både de unge og fagpersonerne kan lade sig inspirere af artiklerne på Mindhelper.

En anden fagperson peger på samme pointe og supplerer:

*"Jeg har læst en del af artiklerne for at se, om der er noget jeg kan bruge i mine samtaler med de unge. Jeg tænker sagtens, at jeg kunne finde på at henvise til det. Nogle af de der unge mennesker, som jeg sidder med, er usikre på sig selv og usikre på alting. Så det der med at finde ud af, at 'andre kan have det på samme måde, som jeg har det' – det er sundt for dem." (fagperson)*

Igen berøres også vigtigheden i at de unge igennem Mindhelper kan spejle sig i andres situation og derigennem få øje på, at andre unge har de samme tanker eller udfordringer, som de selv oplever. 'Spejlingspotentialet' og herunder de konkrete beskrivelser af, hvordan man som unge kan have det, udledes dermed som en væsentlig faktor i artikelmateriale.

## ER MINDHELPER.DK ET RELEVANT REDSKAB?

Den sidste overskrift i afdækningen af fagpersonernes oplevelse af Mindhelper dækker over fagpersonernes vurdering af, hvorvidt MH er et relevant redskab for dem. En overordnet pointe i relation dertil går på Mindhelpers funktion som rammesættende i forskellige samtaler med de unge. Dette på to niveauer. Dels kan Mindhelper bruges af fagpersonen i forbindelse med forberedelse af samtaler med unge, idet siden giver indikationer af, hvad der optager de unge og hvilke udfordringer og problemstillinger, de ville have gavn af at tale om. Dernæst kan Mindhelper også bruges som en slags afrunding, idet fagpersonen kan opfordre den unge til på egen hånd at opsøge svar og viden igennem Mindhelper hjemme hos dem selv og under hensyntagen til eget temperament og behov.

*"Jeg har brugt den på flere måder. Jeg har kigget på den og brugt den i forbindelse med oplæg på gymnasium om eksamensangst. Og så anbefalede jeg siden til eleverne. Eksempelvis vejtrækningsøvelser til eksamensangst er det jo oplagt, at de søger på derhjemme og måske øver sig i." (fagperson)*



En anden supplerer ved at beskrive et andet anvendelsespotentiale i forbindelse med forberedelse af mødet med unge.

*"Temaerne giver mening i forhold til hvis jeg har en ung med en problematik - også til at give mig nye dimensioner og blive klogere på emnet. Så på den måde bruger jeg den selv. Jeg laver ofte cases, som jeg bruger til at tale med de unge om, og der kan jeg også bruge den." (fagperson)*

At lave cases på baggrund af tematikker eller konkret indhold på Mindhelper kan således danne udgangspunkt for snakke med unge i det fysiske rum, hvormed endnu et relevant anvendelsespotentiale skitseres.

At overtemaet om mental sundhed vækker genklang og interesse hos mange af de adspurgte bidrager ligeledes til en vurdering af Mindhelper som et relevant redskab både for fagpersonerne selv og for de unge.

*"Det med mental sundhed er virkelig vigtigt. Alt det her med selvværd og identitet – det oplever jeg at de unge knokler med. Så det synes jeg da bestemt det er. Jeg har mest læst de unges brevkassebreve. Den synes jeg er spændende – at høre de unges stemme. Det der med at de unge mødes et sted hvor de kan høre andre unges stemmer. Det er så fint." (fagperson)*

Der viser sig således to niveauer igen; at fagpersonerne selv kan bruge siden og at de kan henvise de unge til den og opfordre dem til at besøge den. Det andet niveau, hvor de unge henvises til siden, opleves af fagpersonerne som en slags 'udvidelse' af den rådgivning de kan give, der tilmed er tilgængelig også uger eller måneder senere.

*"Jeg kan bruge siden til at finde øvelser. Én ting er mine egne ord, når jeg holder oplæg for de unge. Der har jeg har en time og kender dem ikke - og så kan det være svært at have tid til øvelser. Så synes jeg det var fint at efterlade dem med en opfordring til en konkret ting, de kan prøve derhjemme." (fagperson)*

Et sidste perspektiv går på muligheden for at bruge Mindhelper til at give eksempelvis klassekammerater mulighed for at opsøge viden om, hvad deres kammerater er udfordret af, således at de lærer om angst på egen hånd fremfor at deres lærer belærer dem om, hvad det er.

*"Jeg tænker egentlig, at det er en god måde at starte en måneds tid inde i skoleåret. Hvis nogen senere oplever psykiske vanskeligheder. Jeg kan sagtens sige de rigtige ting, men det er godt det ikke kommer fra deres lærer. Det var fint for eleverne kunne nikke genkendende til noget de havde læst om angst fremfor at blive belært." (fagperson)*



# ANALYSE AF HJEMMESIDEN MINDHELPER.DK

Data for hjemmesiden mindhelper.dk analyseres ved hjælp af online analyseværktøjet Siteimprove, som er valgt af Mindhelper og installeret på websitet. Data fremstillet i indeværende analyse vedrører tidsperioden 1. september 2016 til og med 30. april 2017.

Der foreligger en konkret målsætning for mindhelper.dk om at have 100.000 unikke besøg i perioden 1. september 2016 til 1. september 2017. Selvom perioden afslutning endnu ligger ud i fremtiden, vil det være muligt at fremskrive besøgstallene for at konkludere, om målsætningen med rimelighed er opnåelig.

Herudover tager analysen udgangspunkt i de opstillede evalueringsparametre i den oprindelige projektbeskrivelse, som helt eller delvist kan besvares med statistik fra hjemmesidens analyseprogram. Det være sig;

**Relevans** (løser platformen det problem, som målgruppen oplever?), Indikator;

- Hvilke sider er mest besøgt på mindhelper.dk?

**Målgruppen** (kortlægning af de brugere, der benytter platformen), Indikatorer;

- Hvor stor en del af de besøgende er i målgruppen 13-20 årige?
- Hvordan er fordelingen af piger og drenge?
- Flergangs- eller førstegangsbriuger?

**Formidling/udbredelsen** (har strategien for formidling/udbredelse af platformen været effektiv ift. at nå målgruppen?), Indikatorer;

- Blandt de, der bruger platformen – hvor kender de den fra?
- Hvilke medier har platformen taget i anvendelse for at sikre udbredelsen af platformen?
- Hvor stor en del af brugerne er kommet hvorfra?
- Hvad er det daglige/månedlige antal unikke brugere af platformen?
- Hvor er brugerne geografisk placeret?



- Hvilke enheder (mobil, tablet eller PC) benytter brugerne sig af?
- Hvilke tider på døgnet benytter brugerne platformen?

Det er væsentligt at understrege, at data analyseret fra hjemmesiden ikke kan fastslå, hvorvidt brugen af platformen mindhjelper.dk, har haft en positiv virkning hos målgrupperne. Der henvises til 'De unges oplevelser med Mindhjelper' for afdækning af dette.

I forhold til evalueringsparametrene opstillet i Målgruppen, er det ikke muligt at besvare spørgsmålene, "Hvor stor en del af de besøgende er i målgruppen 13-20 årige?" og "Hvordan er fordelingen af piger og drenge?". Segmentvariable som alder og køn ikke er tilgængelige i det for projektet valgte online analyseværktøj – Siteimprove. Man kunne have fået data på blandt andet køn og aldersbestemmelse fra 18 år og op, ved at vælge eksempelvis Google Analytics. Dette analyseværktøj er dog bevidst fravalgt af Mindhjelper ud fra hensyn til den danske lovgivning og et etisk princip i forhold til at opbevare følsomme data på danske unge i USA (som ville være tilfældet, hvis man havde valgt Google Analytics).

For bedre at kunne forstå de tekniske betegnelser i selve analysen, er her en kort forklaring på nøglebegreber i analysen.

**Besøg** - Et besøg registreres når en person ser/læser en eller flere sider på mindhjelper.dk. Over en given tidsperiode kan der forekomme flere besøg fra samme person.

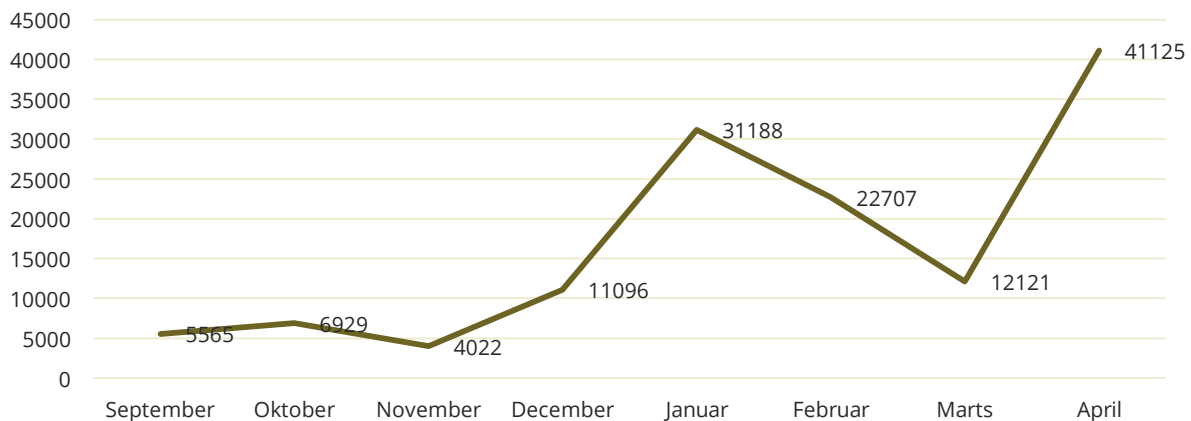
**Unikt besøg** - Ved et unikt besøg tælles personen kun én gang i den givne tidsperiode – selvom han/hun kan have besøgt platformen flere gange.

## ANTALLET AF UNIKKE BESØGENDE

I forhold til evalueringsparameteret *Formidling/udbredelsen*, er det månedlige antal unikke undersøgt. Der foreligger også til dette evalueringsparameter en konkret målsætning om, at mindhjelper.dk det første år (perioden 1. september 2016 - 1. september 2017) skal have 100.000 unikke besøgende.

Da der ikke findes data for hele perioden, ses der i første omgang på perioden fra 1. september 2016 til 30. april 2017. I denne periode har der været 159.940 besøg og 122.530 unikke besøg. Dermed er målsætningen allerede indfriet og med 4 måneder endnu, kan tallet blive væsentligt højere.

### UDVIKLINGEN I UNIKKE BESØG





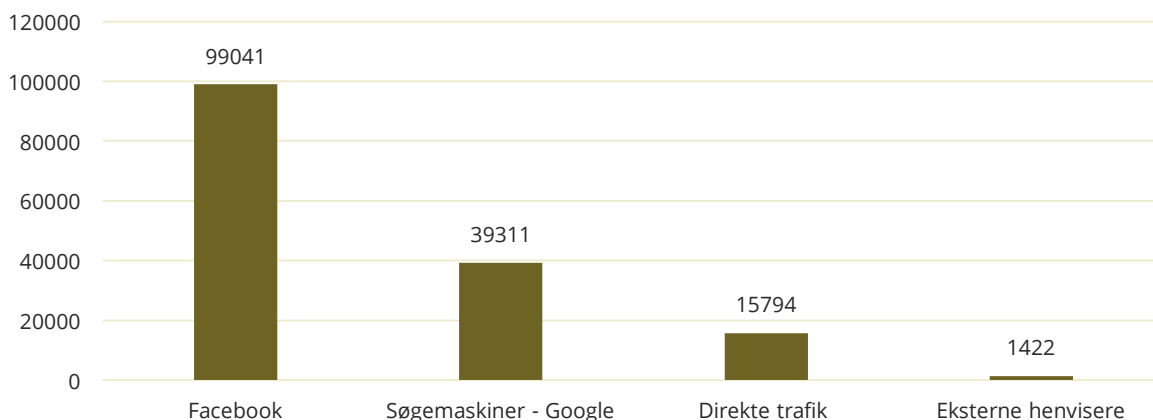
Ovenstående figur viser antallet af unikke besøg på månedsbasis. Ud fra tallene kan det konstateres, at udviklingen ikke er støt stigende, som man kunne forvente med en tilgang til besøgende fra Google, men til gengæld med store udsving. Det bør derfor undersøges, hvorfor der er så store forskelle i tallene fra måned til måned.

## HVOR KOMMER DE BESØGENDE FRA?

Som det ses af nedenstående søjlediagram, tiltrækkes langt de fleste besøgende til mindhelper.dk via Facebook. Hele 99.041 eller hvad der svarer til 63,7% af alle besøg i perioden september 2016 til og med april 2017 kommer direkte fra Facebook.

25,3 % eller 39.311 besøgende finder vej til mindhelper.dk via søgninger på Google, mens det bemærkes, at blot 1.422 kommer fra andre eksterne refererende hjemmesider (eksempelvis tåsingeskolen.skoleintra.dk, psykiatriensyddanmark.dk eller intranet.svendborg.dk). Direkte trafik refererer til, at der i browseren indtastes www.mindhelper.dk. Forventningen til denne gruppe besøgende er, at de har kendskab til hjemmesiden i forvejen, hvilket eksempelvis kan være sket igennem oplæg på skolen, videreformidling af viden fra sundhedsplejerske eller igennem det udarbejdede analoge kommunikationsmateriale.

### BESØG FRA TRAFIKKILDER



I projektbeskrivelsen *Mental Sundhed for Børn og Unge* side 14 står der, at "Når projektet er udviklet, er det målet, at det skal bære sig selv og spredes via børn og unge, hvorved kommunerne får en mindre rolle og f.eks. ikke skal stå for at rekruttere børn og unge til den digitale platform."

Derudover er det væsentligt at bemærke, at det nuværende besøgs mønster ikke sandsynliggør, at Mindhelper vil kunne opretholde det store antal besøgende igennem søgninger og 'mund-til-mund'-metoden til trods for, at de unge, jf. tidligere forklaringer, i høj grad vil anbefale sitet til en ven.



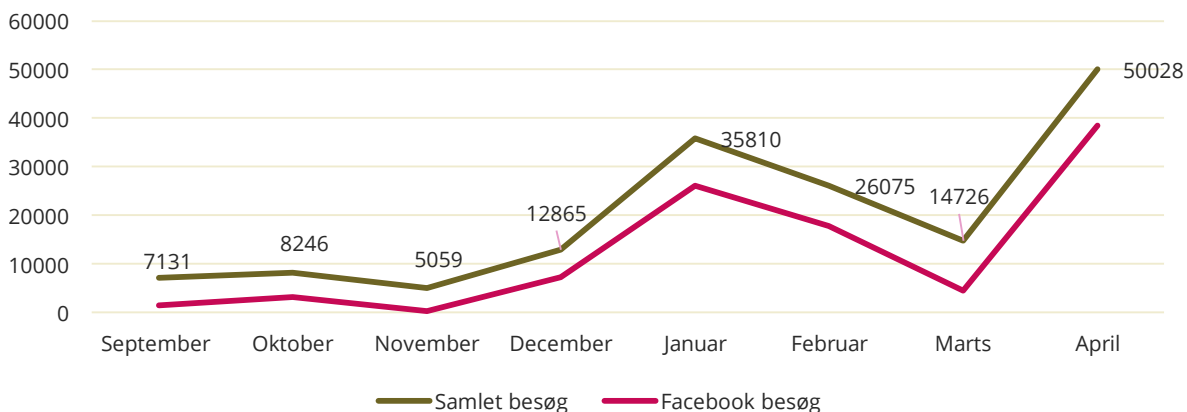
## DE TO STØRSTE TRAFIKKILDER – FACEBOOK OG GOOGLE

Som den suverænt største trafikkilde til besøgende på mindhjelper.dk står Facebook, og derfor synes det også naturligt, at se lidt nærmere på, hvad den indeholder.

Der er 99.041 besøg fra Facebook til mindhjelper.dk i den undersøgte periode. Ud fra annonceringstal leveret fra Facebook, udgør betalt trafik 77.551 af disse besøg. Det vil sige, at 78 % af de brugere som har besøgt mindhjelper.dk fra Facebook er købt via annoncering. De resterende 22 % svarende til 21.490 besøgende, er muligvis også betalte besøg, i og med her kun er medtaget de kampagner, hvor målet var at få besøg til hjemmesiden. Andre måder at annoncere på Facebook kan eksempelvis være ved at betale for antallet af gange som en video er afspillet eller likes til et opslag. Dette har mindhjelper.dk også benyttet sig af.

Siden mindhjelper.dk gik i luften er der brugt cirka 105.000 kroner på annoncering på Facebook og som det ses af nedenstående figur, er der stor sammenhæng mellem det samlede besøgstal for mindhjelper.dk og trafikken fra Facebook.

UDVIKLINGEN I SAMLET BESØGSTAL OG FACEBOOK BESØGSTAL

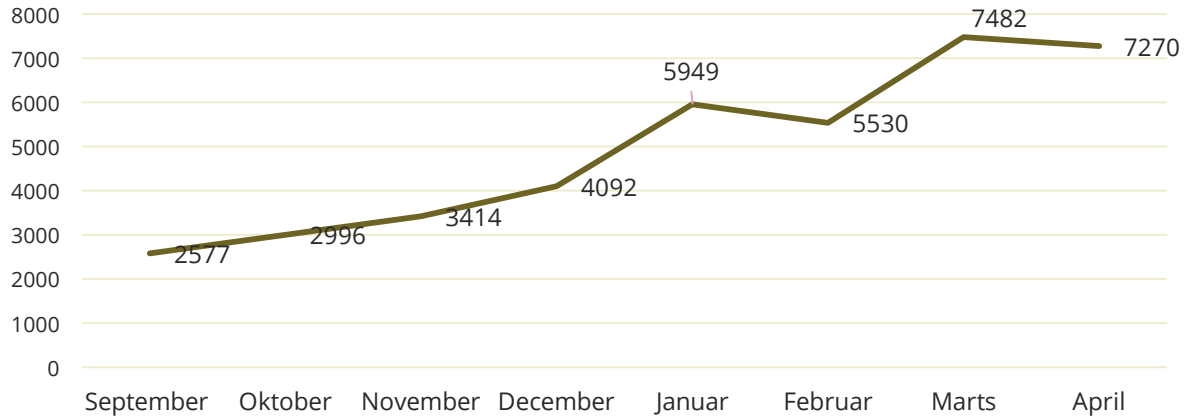


Ved at se på grafernes udvikling i forhold til hinanden, konstateres det, at der ikke er noget langsigtet perspektiv i at annoncere på Facebook. Så snart kampagnerne pauses, kan det øjeblikkeligt aflæses i det samlede besøgstal. Dette er dog ikke en kritik af strategien. Ifølge Danmarks Statistik er Facebook det mest populære online mødesteder blandt unge i alderen 15-18 år. Hele 86 % går på Facebook mindst én gang om dagen. Vil man derfor skabe opmærksomhed omkring et nyt brand og koncept er det absolut et meget oplagt sted at gøre det.

Mindhjelper har dog også været i gang med en mere langsigtet strategi i projektets opstartsfasen. Tal fra Danmarks Statistik viser nemlig også, at en stor del unge søger information på nettet via søgemaskiner som Google, Bing og Yahoo. Strategien er, at være synlig højt oppe i søgeresultatet, i forhold til relevante søgninger. En strategi til at optimere sidens placering på Google og andre søgeplatforme tager tid at få op i gear, men kan så tilsvarende give lange perioder med stabile besøgstal. Nedenfor er vist udviklingen i besøg fra søgemaskiner i det undersøgte tidsinterval.



### ANTAL BESØG FRA SØGEMASKINER



Som det ses af grafen, har der været en positiv udvikling i antallet af besøgende som kommer fra søgemaskiner, hvilket skyldes et målrettet arbejde med strategien. Dette arbejde vil sandsynligvis fremadrettet give en stabil base af besøgende. Hvad der ikke kan ses ud fra data, er på hvilke søgninger de besøgende kommer til mindhelper.dk. Det er således ikke til at sige om de er unge finder mindhelper.dk med behov for hjælp til spiseforstyrrelser eller eksamensnerver.

### MEST BESØGTE SIDER

For at undersøge, hvorvidt mindhelper.dk løser de problemer som målgruppen oplever, ønskes der en fremstilling af, hvilke sider på mindhelper.dk som er mest besøgt – evalueringsparameteret **Relevans**.

Ses der på de mest besøgte, og dermed med mest læste sider på mindhelper.dk (forsiden frasorteret, da den altid er højt placeret), er det en artikel om forelskelse, som topper listen. Således har "*Forelsket? 15 tegn på, at han eller hun også er vild med dig*", næsten dobbelt så mange besøg, som den næstmest læste artikel "*Når koncentrationen svigter...*".



## SIDER MED FLEST BESØG (FRASORTERET FORSIDE)



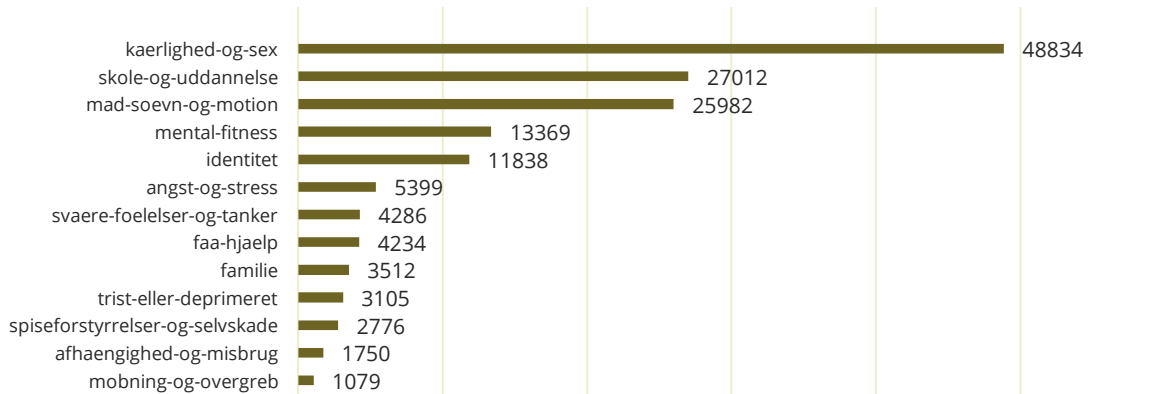
I forhold til Mindhelpers overordnede formål om mental sundhed, stilles der spørgsmålstejn ved relevansen af siden om forelskelse og tegnene på dette. Jf. anbefalinger om at præcisere målgruppe og formål, vurderes der altså igennem evalueringen, at der med fordel kan være væsentligt fokus på at afdække, hvilke emner der ligger hhv. indenfor og udenfor emnet 'mental sundhed'.

Artikler på mindhelper.dk er kategoriseret i temaer, og derfor er det muligt, at lave en oversigt over, hvor mange besøgte temaerne har. Ifølge figuren nedenfor er "Kærlighed og Sex" stadig det suverænt største tema, efterfulgt af "Skole og Uddannelse" og "Mad, Søvn og Motion".

Selvom besøgstallet på temasiderne er kraftigt styret af Facebookannonceringen, så er det stadig forventeligt, at tungere emner som "Mobning og Overgreb", "Afhængighed og Misbrug", samt "Spiseforstyrrelser og Selvskade" ligger i bunden, og at det er de mere almindelige ungdomsudfordringer som forelskelse, skole, søvn og motion, som optager de fleste unge, og dermed er mere populære. Spørgsmålet der står tilbage er dermed, om nedenstående fordeling i temaerne er den ønskede i forhold til projektets målsætning om at hjælpe udsatte unge? Det er evalueringens vurdering, at dette ikke er tilfældet, hvilket knytter sig til evalueringen konklusion om, at Mindhelper i høj grad lykkes med at bidrage med værdifuld viden til unge, men ikke i den ønskede grad lykkes med at målrette sin kommunikation og hjælp til unge, der har begyndende komplekse udfordringer.



## BESØGSTAL FORDELT PÅ TEMAER



Ud over temasiderne er der cirka 118 indlæg i brevkassen, hvor det er de unge selv, som skriver til rådgiverne og dermed bestemmer emnerne. Dette indhold har små 10.000 besøg, men er dog ikke kategoriseret som temasiderne og derfor er indholdsområdet ikke nærmere undersøgt. Emnerne spænder fra adoption og voldtægt til forelskelse og søvnløshed. Besøgstallet for de enkelte brevkasseindlæg er jævnt fordelt og ingen stikker ud i forhold til popularitet. Et brevkasseindlæg læses i snit 85 gange.

### FLEST SIDEVISNINGER

Betragtes siden ud fra sidevisninger viser nedenstående billede sig. Grafen er frasorteret forsiden, der samlet set har 25% af sidevisningerne. De procentvise fordelinger er altså på baggrund af de resterende 75%.



## SIDER MED FLEST SIDEVISNINGER (FRASORTERET FORSIDE)



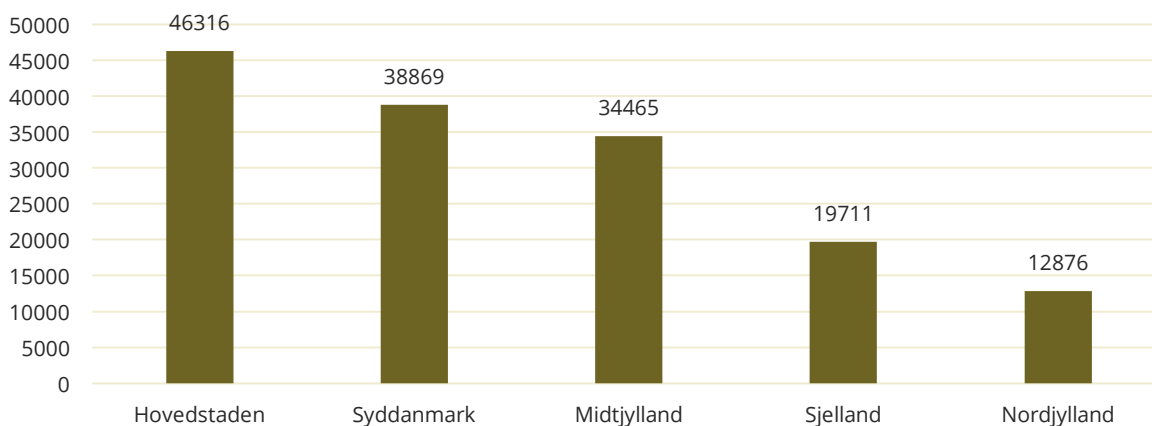
## GEOGRAFISK PLACERING AF BESØGENDE

Eftersom projektets primære målgruppe er børn og unge i alderen 13-20 år i Region Syddanmark, er det interessant at se på fordelingen af besøg på regioner. Det skal her understreges, at besøg fra børn og unge fra andre dele af landet dermed ikke må vurderes som mindre værdifulde – mindhelper.dk er en potentiel hjælp – uanset hvor man befinder sig.

Af nedenstående figur fremgår det, at næstefter Hovedstaden (som også har det største befolkningsgrundlag) kommer Region Syddanmark.



## BESØG FORDELT PÅ REGIONER



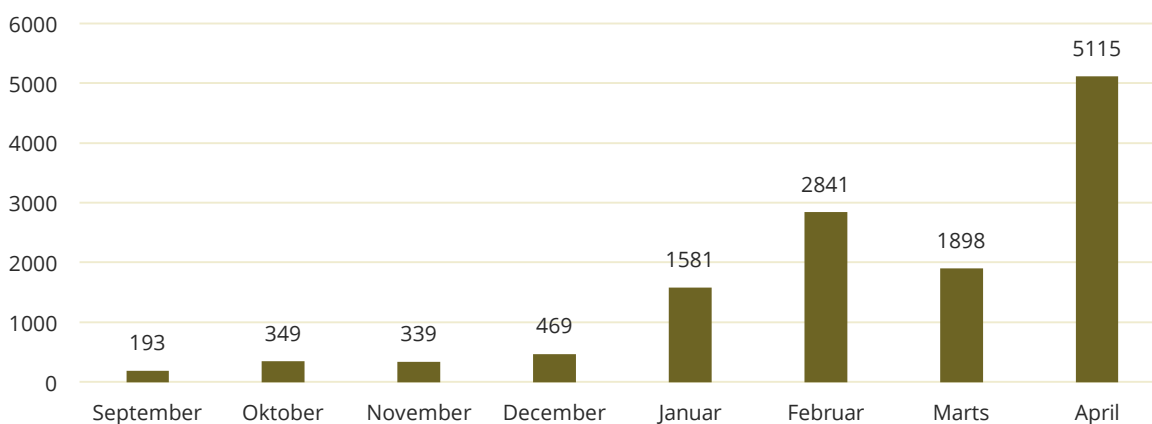
Det bemærkes, at der i forhold til Danmarks Statistik er 123.303 børn og unge i alderen 13-20 år i Region Syddanmark ved folketællingen Q1 2017. Langt fra alle disse børn har nødvendigvis behov for den hjælp mindhelper.dk giver, ligesom de cirka 40.000 besøgende ikke med sikkerhed kan identificeres som målgruppen, eftersom online analyseværktøjet Siteimprove ikke giver mulighed for at se de besøgendes alder. Hvorvidt disse næsten 40.000 besøg fra Syddanmark kan betragtes som en tilfredsstillende dækning i området, kan ikke vurderes her.

### FLERGANGS- ELLER FØRSTEGANGSBRUGERE

Tilbagevendende besøg defineres som en besøgende, som tidligere har besøgt mindhelper.dk.

Som det ses af nedenstående figur stiger antallet af personer som kender mindhelper.dk fra tidligere, hvilket er helt som forventet, i og med flere og flere, som tiden går, vil registreres som havende besøgt websitet.

## TILBAGEVENDENDE BESØGENDE





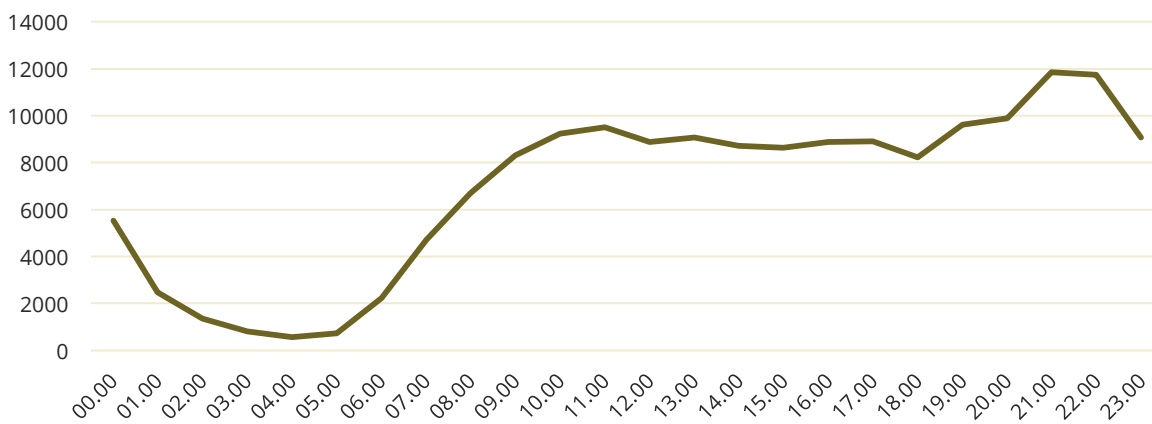
Umiddelbart er det svært at konkludere, hvor stor eller lille en andel af tilbagevendende besøg, som vil være tilfredsstillende. Det afhænger meget af hjemmesidens funktion og formål. Der kan argumenteres for, at en stor og stigende andel af tilbagevendende besøg kan tolkes som en loyal tilkendegivelse fra brugerne, som fortsat vurderer at kunne finde råd og vejledning på deres problemer eller få svar på nye. Omvendt er hensigten med mindhelper.dk også at sende de unge videre i systemet, og her vil man således måske gerne se en mindre grad af tilbagevendende.

### TIDSPUNKTER, HVORPÅ DER INTERAGERES MED MINDHELPER.DK

I forhold til fordelingen af besøg på mindhelper.dk, ser der ikke ud til at være bestemte ugedage, hvor der er markant flere besøg end andre. Dermed lader der ikke til at være ugedage, hvor mindhelper.dk i højere grad bør fokusere på, at være tilstede i medie billedet og klar med ekstra mandskab for at guide og vejlede de unge.

Med hensyn til antallet af besøg på døgnet fordeler disse sig også jævnt ud over dag- og aften timerne, mens der er færre besøg om natten.

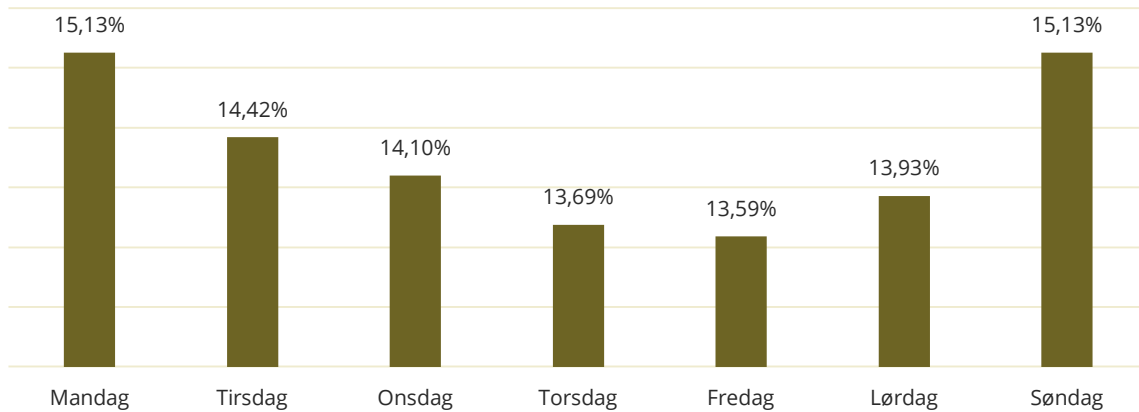
### ANTAL BESØG FORDELT PÅ DØGNET



En forventning til fordelingen på døgnet kunne have været, at det primært var i timerne efter skole og om aftenen, at mindhelper.dk var besøgt, fordi de unge måske ville foretrække at finde hjælp til deres problem alene, væk fra venner og familie. Dette ser dog ikke ud til at være tilfældet, selvom der er en lille stigning i besøgstallet efter klokken 21.



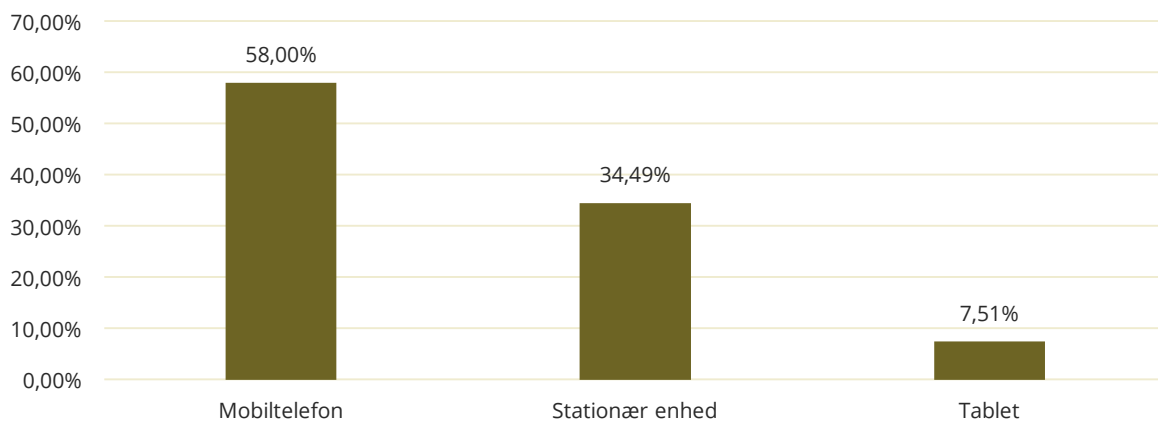
## % FORDELING AF BESØG PÅ UGEDAG



### ENHEDER

Helt i overensstemmelse med forventningerne til mindhelper.dk's målgruppe, benytter største delen af de besøgende deres smartphone for at tilgå hjemmesiden. 92.769 besøg svarende til 58% af alle besøg bruger mobilen når de besøger mindhelper.dk.

## % AF BESØG SOM BENYTTET ENHED



Stationær enhed (pc eller bærbar) benyttes af 34,49% svarende til 55.154 besøg, mens tablets (ipad, Sony Xperia Z4 etc.) kun står for 7,51 %.