

The document below must be used to fill in the case description. Comments in (...) should be seen as a guideline for the consultant.

General reporting tips:

- Write in your national language.
- Write short sentences with many periods – but not just keywords.
- Make short sections with subheadings.
- One case description should be 3-4 pages.

1. Case name - Title of the project

Hälsokommunikation och samverkan i Rosengård

2. Presentation of the case providers and involved stakeholders – Describe the case providers (organization, people/stakeholders involved, background and role) Approx. 100 words

Länsstyrelsen Skåne genomför sedan 2008 samverkansinitiativet Partnerskap Skåne. Samarbetet genomförs som en del Länsstyrelsens uppdrag att verka för kapacitet och beredskap i mottagandet av nyanlända och syftar till att stödja nyanländas samhälletablering med fokus på hälsa, delaktighet och egenmakt. Länsstyrelsens utbildade samhälls- och hälsokommunikatörer har bistått operativ verksamheten med information om vaccin på olika språk.

Länsstyrelsen har via etablerade samverkansforum aktiverat andra aktörer i Rosengård, som bidragit till att nå ut till målgruppen. I vissa fall har samhälls- och hälsokommunikatörerna även samverkat operativt genom att finnas på plats i samband med vaccinering. Vi belyser två exempel i vår fallstudie, som presenteras nedan:

- **Kryddgården, lokal vårdcentral.** Kryddgården har i samverkan med Länsstyrelsen erbjudit drop-in-vaccinering, mobil vaccinering och testning av Covid-19.
- **Yallatrappan, socialt företag och kooperativ.** Yallatrappan har bjudit in till informationsmöten för sina klienter och erbjudit vaccinering.

3. Presentation of the case – Describe the case/initiative (purpose, background and motivation)

Fallet är ett samverkansinitiativ mellan flera regionala och lokala offentliga aktörer och civilsamhällsorganisationer med syftet att öka vaccinationsgraden i Rosengård i Malmö, ett område med mycket låg vaccinationstäckning. Som en del av satsningen har länsstyrelsens samhälls- och hälsokommunikatörerna utbildats särskilt för att informera om Covid-19. Kommunikatörerna har en uppsökande roll och har bland annat besökt moskéer och köpcentrum för att informera och diskutera vaccine ring på plats med boende i Rosengård.

Länsstyrelsen Skåne har genom etablerade samverkansform aktiverat lokala aktörer med stark lokal förankring och förtroende hos målgruppen för att nå ut med information om Covid-19.

- **Yallatrappan** höll på initiativ av samverkansforumet en frivillig träff med sin målgrupp för att tillgängliggöra information med Yallatrappans egna personal som budbärare. På träffen deltog även läkare från Region Skåne och det fanns möjlighet att vaccinera sig.

- **Vårdcentralen Kryddgården** erbjöd drop-invaccinering och testning till boende i Rosengård. I samband med insatsen fanns länsstyrelsens samhälls- och hälsokommunikatörer på plats för att informera målgruppen och motivera dem att vaccinera sig.

Kommunikation på flera olika språk är en mycket viktig del i att tillgängliggöra informationen men lika viktigt är att få målgruppen att känna tillit och lita på informationen. Genom att söka upp och vara på platser där målgruppen befinner sig såsom moskéer, hos Yallatrappan, i köpcenter eller den lokala vårdcentralen ville man genom initiativet nå individer som traditionella kommunikationskanaler inte lyckas nå. Samverkan med lokala aktörer förankrade i området ger ett förtroendekapital som offentliga aktörer saknar. Hälsokommunikatörer med kulturell kompetens är också en viktig faktor för förståelse och tillit. Vårdcentralen har också erbjudit testning och vaccinering för de patienter som saknar bank-id eller personnummer och därmed inte haft möjlighet att boka tid. Därtill har vårdcentralen täckt upp för bristen på apotek som säljer självtest i stadsdelen.

4. Description of target group – Describe the target group (*characteristics and needs*) Approx. 200 words

Målgruppen beskrivs som heterogen, men gemensamt är att olika faktorer påverkar deras möjlighet att få tillgång till rätt information om vaccinet och möjligheter att ta det. Hälsokommunikatörerna beskriver att individer i målgruppen är oroliga och behöver ställa frågor om vaccinet, har felaktig och utdaterad information, eller saknar helt information om vaccinet. Det förekommer också individer som tagit del av desinformation om exempelvis felaktiga biverkningar av vaccinet eller konspirationsteorier. Detta beror i vissa fall på att de saknar tillgång till eller uppsöker inte traditionella informationskanaler. I andra fall nås de av ryktesspridning eller av falsk information på nätet.

Målgruppen beskrivs befinna sig utanförskap, exempelvis på grund av låg socioekonomisk ställning, låg tillit till myndigheter och bristande kunskaper i svenska.

Målgruppen är därmed i behov av uppdaterad och i vissa fall individanpassad information, exempelvis språkligt anpassat. I vissa fall krävs en dialog där individen får möjlighet att ställa motfrågor. På grund av individernas ofta låga tillit till myndigheter krävs därtill en trovärdig källa med kulturkännedom och förutsättningar att prata med målgruppen utifrån deras förutsättningar.

5. Development, planning and implementation Approx. 250 words

Samarbetet har utgått ifrån etablerad samverkan i Skåne

Initiativet bygger på redan etablerade kontaktnät inom ramen för Partnerskap Skåne. Till följd av pandemin etablerades därtill en grupp bestående av Länsstyrelsen, representanter ifrån primärvårdsmottagningar i Skåne och Smittskyddsinstitutet, som träffades veckovis för att stötta regionen med att öka vaccinationstäckningen. Kryddgården i Rosengård involverades på grund av den låga vaccinationstäckningen i området och Länsstyrelsen tillsammans med Region Skåne finansierade en bod för testning och vaccinering. Hälsokommunikatörerna involverades för att vara tillgängliga och leverera information i anslutning till boden.

Vi etablerade samverkansform involverades även civilsamhällesaktörer, såsom Yallatrappan, moskéer o idrottsföreningar, för att stötta offentlig sektor med att nå ut till målgruppen i Rosengård och på andra platser i Skåne.

Länsstyrelsen Skåne understryker att den etablerade strategiska samverkan mellan primärvård, Länsstyrelsen, Regionen, kommuner och representanter för lokala aktörer var nödvändig för att lyckas med den operativa. Att ses kontinuerligt mötas och diskutera frågor och problem har enligt Länsstyrelsens representant varit avgörande för att nätverket ska kunna aktiveras.

Organisationerna arbetar utifrån evidensbaserade metoder

Länsstyrelsen Skånes samhälls-och hälsokommunikatörer arbetar utifrån evidensbaserade metoder för hälsokommunikation.¹ Samhälls-och hälsokommunikatörerna har även tagit del av utbildning specifikt om Covid-19 genom personal ifrån Region Skåne. Yallatrappan arbetar i sin verksamhet utifrån den evidensbaserade metoden Philani², som översatts till en svensk kontext. Ett exempel är "Yalla lotsar", där Yallatrappans personal söker upp, motiverar och lotsar kvinnor för att öka antalet barn på förskola. Syftet med lotsarna är att fungera som en länk mellan det etablerade samhället och familjer i utanförskap, genom bland annat kulturell och språklig kompetens och förtroendekapital. Yallatrappan har utgått ifrån likande arbetssätt i arbetet för att främja vaccinering i rosengård.

6. Effect – Describe the effect of the case/initiative? (Include perspectives from target group if accessible) Approx. 350 words

Målgruppen har för det mesta varit positivt inställda till insatserna

Mottagandet av insatserna beskrivs som mestadels positiva. Många har blivit glada och tacksamma över möjligheten till att vaccinera sig via drop-in eller direkt på plats. Hälsokommunikatörerna beskriver att informationsarbetet har skapat trygghet och att det lett till att många ändrat uppfattning om vaccinet. I många fall har individerna själva kommit fram till kommunikatorerna för att få möjlighet att få diskutera för-och nackdelar med att vaccinera sig.

Yallatrappans insats beskrivs som särskilt lyckad. Av de 15 individer som deltog i träffen tillsammans med Region Skåne vaccinerade sig 11 stycken i samband med insatsen.

Vårdcentralen Kryddgården berättar att insatserna inte enbart används av personer i målgruppen, utan att individer från andra delar av länet har kommit för att vaccinera sig och testa sig på Kryddgården. Insatsen har varit viktig för dem som på grund av brist på personnummer och/eller Bank-id inte kunnat boka tid för vaccinering eller testning på vanlig väg.

Insatserna har genererat ökad förståelse för målgruppens behov

Insatserna har bidragit till kunskapen om vikten av avsändaren för att nå ut med budskapet till målgruppen. Samtliga hälsokommunikatörer lyfter språk-och kulturkunskap som avgörande för att lyckas. Därtill har den geografiska tillgängligheten – att vara på platser där invånarna i Rosengård vanligtvis befinner sig, varit viktig för att locka människor att föra öppna samtal. Därtill spelar civilsamhällesorganisationerna en väsentlig roll. Lokala organisationer har sedan tidigare upparbetade nätverk och utgör betrodda informationskällor för målgruppen.

Det finns mer att göra

Samtidigt som arbetet påverkat flera, finns fortfarande en grupp ovaccinerade i Rosengård som är negativt inställda till vaccin. De har varit bestämda, svåra att få kontakt med och reagerat negativt på insatserna. Dessa beskrivs också potentiellt ha en inverkan på övriga i området och bidra till negativ ryktesspridning. En av respondenterna understryker därtill att arbeta tillfälligt i några månader inte

¹ [MILSA_original.indd \(lansstyrelsen.se\)](#)

² Philani Mentor Mother Programme

räcker för att lösa problemen med låga hälsokunskaper i Rosengård. Låga hälsokunskaper beror enligt den tillfrågade på långvariga brister i skolan, misslyckade integrationsinsatser och eftersatta lokala institutioner såsom vårdenheter. För att öka kunskapen och tilliten till myndigheter krävs långsiktiga lösningar utöver tillfälliga vaccinationskampanjer.

7. Motivations and barriers - Describe main motivations and barriers to the implementation and execution of the project (*Include perspectives from target group if accessible*) Approx. 350 words

Etablerade samverkansform har varit en framgångsfaktor

Tidigare etablerade nätverk och system för samarbete mellan olika både offentliga och civilsamhällesaktörer på både operativ och strategisk nivå har varit en framgångsfaktor. Detta eftersom de enskilda organisationerna saknar kraft att agera ensamma. Exempelvis saknar lokala civilsamhällesaktörer information och/eller mandat för att nå ut, medan myndigheterna i vissa fall saknar förtroendekapital eller kontaktnäten.

Att vara på plats och svara på frågor med flera olika språkkompetenser beskriver flera vara avgörande för arbetet. En öppen och respektfull kommunikation med målet att tillhandahålla information, inte tvinga eller övertala har också varit en framgångsfaktor.

Svårigheter att bemöta desinformation och ryktesspridning

I arbetet med att informera målgruppen beskriver hälsokommunikatörerna att utbredda konspirationsteorier och ryktesspridning en utmaning som i flera fall varit svår att bemöta. Även i fall där negativ information om Moderna kommit ut, har flera av kommunikatorerna varit i behov av stöd för att möta målgruppens frågor på ett korrekt sätt. I sådana fall har en nära kontakt med Region Skåne varit avgörande, för att säkerställa att kommunikatorerna har uppdaterad och korrekt information.

Finansiering och rollfördelning en utmaning

Finansieringen av insatserna beskrivs också som en utmaning. Verksamheten på Kryddgården förlängdes en månad i taget, vilket påverkade kontinuiteten i insatsen. Personalen var timanställd och byttes ofta ut. De tillfrågade representanterna för civilsamhället beskriver att organisationerna aktiverats och ombetts bidra för att öka vaccinationstakten, men erbjuds sällan ersättning för sina insatser.

På övergripande nivå skriver en representant ifrån Länsstyrelsen Skåne utmaningar kopplat till roller och ansvar vad gäller hälsofrågor och i synnerhet hälsokommunikation. För att förhindra konkurrens eller att ansvar skjuts mellan organisationer och verksamheter krävs enligt den intervjuade tydliga identifierade roller, exempelvis ansvar för media, utbildning av resurser och så vidare.