



Det Sociale Netværk

headspace+

EVALUERING
2021

MED STØTTE FRA
ØSTIFTERNE

Evaluering af headspace+
Pilotprojekt under Det Sociale Netværk/
headspaceDanmark
Januar 2019- Januar 2021
Støttet af den almene fond Østifterne



headspace

- nogen at tale med



Resume

headspace+ har siden januar 2019 været Det Sociale Netværks indsats for unge mænd. Gennem en kombination af pilot- og kommunikationsindsatser har projektet formået at øge aftabuiseringen af mental mistrivsel og kendskabet til headspace, så flere unge mænd nu tør åbne sig og søge hjælp:

- ✓ 89% af deltagerne i headspace+ har fået en større forståelse for, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet. Derudover har 357.766 lyttere og So-Me brugere hørt, set, delt og liked opslag om aftabuisering af mental mistrivsel blandt mænd.
- ✓ 88% af deltagerne i headspace+ har fået et øget kendskab til relevante hjælpeinstanser i form af headspace.
- ✓ 90% af deltagerne i headspace+ finder i høj grad pilotindsatserne relevante. Efter at have deltaget i workshops og rådgivning fra headspace svarer 100 % af eleverne på FGU og HF/VUC, at de føler sig anerkendt og forstået. I alt 100% af de ledige på beskæftigelsesforløbene giver indsatsen en positiv vurdering, og i netværksgruppen i headspace Billund svarer 7 ud af 8 deltagere, at de vil anbefale gruppen til andre.
- ✓ Mere end 500 unge har deltaget i projektet. Ud af de 260 unge, der har deltaget i evalueringen, var 62% mænd. Derudover svarer 40%, at de har udfordringer med uddannelse eller job, og projektet har derfor levet op til begge sine målgruppekriterier.
- ✓ På tværs af pilotindsatserne ses en tendens til, at udbyttet af indsatsen har været større for mændene end for kvinderne. Dette gælder også for den andel af mændene, som er enten frafaldstruede eller ledige. headspace+ har derfor indfriet sin målsætning om at gøre en forskel for lige netop denne gruppe.

Via en tillidsvækkende, relationsbaseret, magtfri og lokalt forankret indsats har headspace+ - ifølge samarbejdspartnerne - rettet et helhedsorienteret blik på de unge og fungeret som et værdifuldt supplement til eksisterende initiativer såsom skolepsykolog, studievejledning, jobcentre mm.

Næste skridt er at forankre erfaringerne fra projektet, herunder at:

- ➔ Skærpe blikket på målgruppen i headspace+, herunder hvordan vi med det mentalt sundhedsfremmende rådgivningstilbud headspace bedst bidrager til om målsætningen om, at alle 25-årige skal være i uddannelse eller beskæftigelse i 2030. F.eks. ved at flere headspace-centre arbejder målrettet sammen med lokale beskæftigelsesforløb eller ved, at flere centre spiller en aktiv rolle i arbejdet med elevtrivsel på FGU.
- ➔ Bruge erfaringerne fra headspace+ til at skabe en bedre forståelse for værdien af partnerskaber med headspace. Den viden, som er blevet skabt i forbindelse med projektet, vil i 2021 indgå i en større spørgeskemaundersøgelse med henblik på at undersøge værdien af frivillighed. En sådan undersøgelse vil være relevant for Det Sociale Netværk og for de jobcentre, uddannelsesinstitutioner, kommuner, regioner og lign., der overvejer at indgå i et partnerskab med headspace, eller som allerede gør det.

Indhold

Baggrunden for headspace+	2
Om rapporten	4
Hvem er de unge?	7

Del 1: Pilotindsatser

Oplæg på uddannelsesinstitutioner.....	9
Udgående rådgivning	11
Oplæg på beskæftigelsesforløb	15
Netværksgrupper	21
Delkonklusion	25

Del 2: Kommunikationsindsatser

Kampagne på The Voice	27
Helt ærlig mand	29
Fordele og ulemper ved kampagnerne.....	31
Delkonklusion.....	32

Konklusion	33
Referencer.....	34

Baggrunden for headspace+

Alle 25-årige skal i uddannelse eller beskæftigelse, men hvordan får vi alle med?

I 2018 var der ifølge Danmarks Statistik 69.133 unge mellem 16 og 24 år, der hverken var i uddannelse eller beskæftigelse (dst.dk). For at sikre, at flere sårbare unge kommer i uddannelse eller job, har Det Sociale Netværk derfor afprøvet pilotindsatsen headspace+, som tester, om det civilsamfundsbaseede rådgivningstilbud headspace kan gøre en forskel for de unge.

headspace+ består af to spor:

Pilotindsatser i headspace-byerne Aalborg, Billund, Hvidovre og Helsingør med det formål at skabe progression i unge mænds job- og uddannelsessituation.

En national kommunikationsindsats med det formål at fremme åbenhed om mental mistrivsel blandt unge (særligt mænd) i målgruppen for headspace+.

Dårlig mental trivsel er den 4. hyppigste årsag til ledighed

Indsatserne i headspace+ bygger på principperne og medarbejderressourcerne i det mentalt sundhedsfremmende rådgivningstilbud headspace, som dagligt rådgiver unge, som har brug for nogen at tale med.

I 2019 var uddannelse/arbejde det fjerde hyppigste tema, der blev drøftet med unge i headspace, og ungerådgiverne har derfor stor viden om de områder af unges liv, der kan have indflydelse på de unges evne til at gennemføre en ungdomsuddannelse eller passe et job.



Skal flere unge i uddannelse eller beskæftigelse er mental trivsel en vigtig faktor. Dette bekræftes af en række studier på området, som viser, at dårlig mental sundhed er en af de hyppigste årsager til ledighed blandt job- og uddannelsesparate unge (VIVE (2017), Københavns Kommune (2016), CEFU (2011) og Rockwoolfonden (2019).

Også på uddannelserne er psykisk sårbarhed en udfordring, og bedre mental trivsel er derfor en vigtig forudsætning for, at flere unge forbliver i uddannelse eller job.

En opgørelse fra Regionstrivsel.dk viser, at hver fjerde frafald på ungdomsuddannelser skyldes psykiske problemer (Regionstrivsel.dk, 2020). I en undersøgelse foretaget af Psykiatrifonden svarer 95 pct. af de adspurgte erhvervsskoler desuden, at frafaldet ville kunne nedbringes, hvis der blev arbejdet mere målrettet med at kvalificere støtten til de elever, der slås med mental mistrivsel. (Psykiatrifonden, 2012). Dette bekræftes af nyere studier, der viser at 1/10 af alle elever menes at have udfordringer med trivslen (Statens Institut for Folkesundhed, 2019/2020).

Mændene søger ikke hjælp

Trods mange indsatser er psykisk sårbarhed stadig et tabubelagt emne, og særligt de unge mænd søger ikke hjælp. I modsætning til kvinder bliver mænds psykiske problemer opdaget for sent og for sjældent, og mænd får derfor langt fra den hjælp, de har behov for (Forum for Mænds Sundhed, 2016).

I en undersøgelse foretaget af EN AF OS giver de adspurgte mænd udtryk for, at de er bange for at blive opfattet som svage, og at de ser det som mere tabubelagt for mænd at have en psykisk sygdom end for kvinder (EN AF OS, 2013). Derudover er mange mænd ikke vant til at sætte ord på deres psykiske velbefindende, og det er derfor vigtigt med indsatser, der øger mændenes evne til at sætte ord på tanker og følelser (Forum for Mænds Sundhed, 2016)

I vores landsdækkende initiativ headspace ser vi også en skævvridning mellem kønnene. Langt flere kvinder end mænd opsøger hjælp i headspace, og det er derfor et selvstændigt mål for headspace+ at have et særligt fokus på unge mænd, så tabu og manglende vilje til at søge hjælp ikke spænder ben for deres mulighed for at gennemføre en uddannelse eller passe et job.

headspace+

headspace+ har kørt i perioden januar 2019 -december 2020 og mere end 500 unge har deltaget i projektet. Indsatsen har bestået af en kombination af udgående rådgivning og synlighedsoplæg på Hf/VUC og FGU, workshops for uafklarede unge på beskæftigelsesforløbene "AaB-forløbet" og Step-Up" samt netværksgrupper for unge mænd i headspace.

Om rapporten

Rapportens opbygning følger projektets forandringsteori (se side 6) og evalueringen af headspace+ falder således i to dele:

Del 1

Del 1 præsenterer resultaterne af pilotindsatserne opdelt på uddannelser, beskæftigelsesforløb og netværksgrupper. Formålet er at belyse hvorvidt headspace+ har forbedret de unges uddannelses- og jobmuligheder ved at styrke deres evne til at tale højt om svære tanker og følelser (aftabuisering), deres evne/vilje til at søge hjælp i headspace (kendskab til hjælpeinstanser) og deres sociale relationer (socialt netværk).

Del 2

Del 2 præsenterer resultaterne af de nationale kommunikationsindsatser i headspace+. Formålet med denne del er, at belyse hvorvidt det er lykkedes for mediekampanjerne, at fremme åbenhed om mental mistrivsel blandt unge mænd i målgruppen for headspace+.

Grundlaget for evalueringen er data fra pilotindsatser i hhv. Aalborg, Billund, Helsingør og Hvidovre samt data fra de to kommunikationsindsatser.

Analysen af pilotindsatserne på uddannelsesområdet bygger på spørgeskemadata fra elever på hhv. FGU Øresund, FGU Vestegnen, VUC/HF København Syd og Tech College Aalborg samt interviews med vicerectoren på FGU Øresund, en repræsentant fra gennemførselsudvalget på HF/VUC København Syd samt studievejlederen på FGU Vestegnen i Hvidovre.

Analysen af indsatsen på beskæftigelsesområdet bygger på spørgeskemabesvarelser fra deltagerne på hhv. AaB-forløbet i Aalborg og Step-Up i Helsingør samt interviews med de ansvarlige for faciliteringen af de to forløb.

Analysen af netværksgruppen bygger på spørgeskemadata og interview med deltagerne i drengegruppen i headspace Billund.

Analysen af kommunikationsindsatserne bygger på lyttartal og aktivitetstal fra hhv. The Voice og headspaceDanmarks sociale medier

Data er indsamlet i perioden januar 2020 - december 2020

Succeskriterier

For at vurdere om headspace+ har nået sin målsætning om at få flere unge mænd til at åbne op og søge hjælp, tager evalueringen af headspace+ udgangspunkt i opfyldelsen af følgende succeskriterier:

Aftabuisering

Deltagerne i headspace+ får en øget accept af, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet. De oplever et øget mod på at tale åbent om mental trivsel og mistrivsel.

Evne og vilje til at søge hjælp

Deltagernes evne og vilje til at søge hjælp øges, herunder deres kendskab til relevante hjælpeinstanser såsom headspace.

Socialt netværk

Deltagernes sociale relationer styrkes

Positiv vurdering af indsatsen

Der udvikles en række indsatsformater, som de unge mænd finder relevant

Baggrunden for valg af succeskriterier er de undersøgelser, som blev præsenteret i "Baggrunden for projektet", der viser at tabu og manglende vilje til at søge hjælp bevirker, at mange mænd ikke søger hjælp for mental mistrivsel, hvilket har konsekvenser for deres chance for at gennemføre en uddannelse eller passe et job.

Også sociale relationer er en væsentlig determinant for unges vej i uddannelse og job (Cabi, 2019). En styrkelse af de unges sociale relationer indgår derfor også som et succeskriterie i analysen omhandlende netværksgrupper.

Præsentation af indsatser

Som beskrevet oven for kan indsatserne i headspace+ inddeles i to spor i form af pilotindsatser på uddannelsesinstitutioner, beskæftigelsesforløb og netværksgrupper samt nationale kommunikationsindsatser fordelt på afstigmatiseringsskammerer med The Voice samt rapperne Morten Humme & Pede B.

Du kan se de to spor i relation til projektets succeskriterier og målsætning i forandringsteorimodellen på side 6. På denne side er de enkelte indsatser kort præsenteret.

Pilotindsatser

Oplæg for unge på ungdomsuddannelser:

Ungerådgivere fra headspace holder oplæg for unge på HF, FGU og Tech College med henblik på at aftabuisere mental mistrivsel og skabe større viden om headspace.

Udgående rådgivning for unge på uddannelser:

Ungerådgivere fra headspace har samtaler med frafaldstruede elever på FGU og HF/VUC med henblik på at afhjælpe mistrivsel, og støtte eleverne i at fastholde tilknytningen til uddannelsen.

Oplæg for unge på beskæftigelsesforløb:

Ungerådgivere fra headspace holder oplæg for unge ledige, som tager del i et beskæftigelsesforløb for at afklare de bagvedliggende årsager til deres ledighed. Ungerådgiverne fortæller om headspace, og formidlingsfrivillige med egenerfaring deler deres personlige historie for at inspirere de unge og skabe åbenhed om svære tanker og følelser.

Netværksgruppe for unge mænd:

Netværksgruppen for unge mænd henvender sig til unge mænd, som savner samvær med ligesindede. Mange af de unge er tilknyttet headspace i forbindelse med personlig rådgivning, men i netværksgruppen får de mulighed for at mødes med andre, og øge deres sociale relationer til ligesindede.

Kommunikationsindsatser

Kampagne på The Voice

Kampagne bestående af et redaktionelt samarbejde mellem headspace og The Voice med henblik på at aftabuisere psykisk sårbarhed blandt The Voice's mandlige lyttere.

Kampagne med Morten Humme og Pede B:

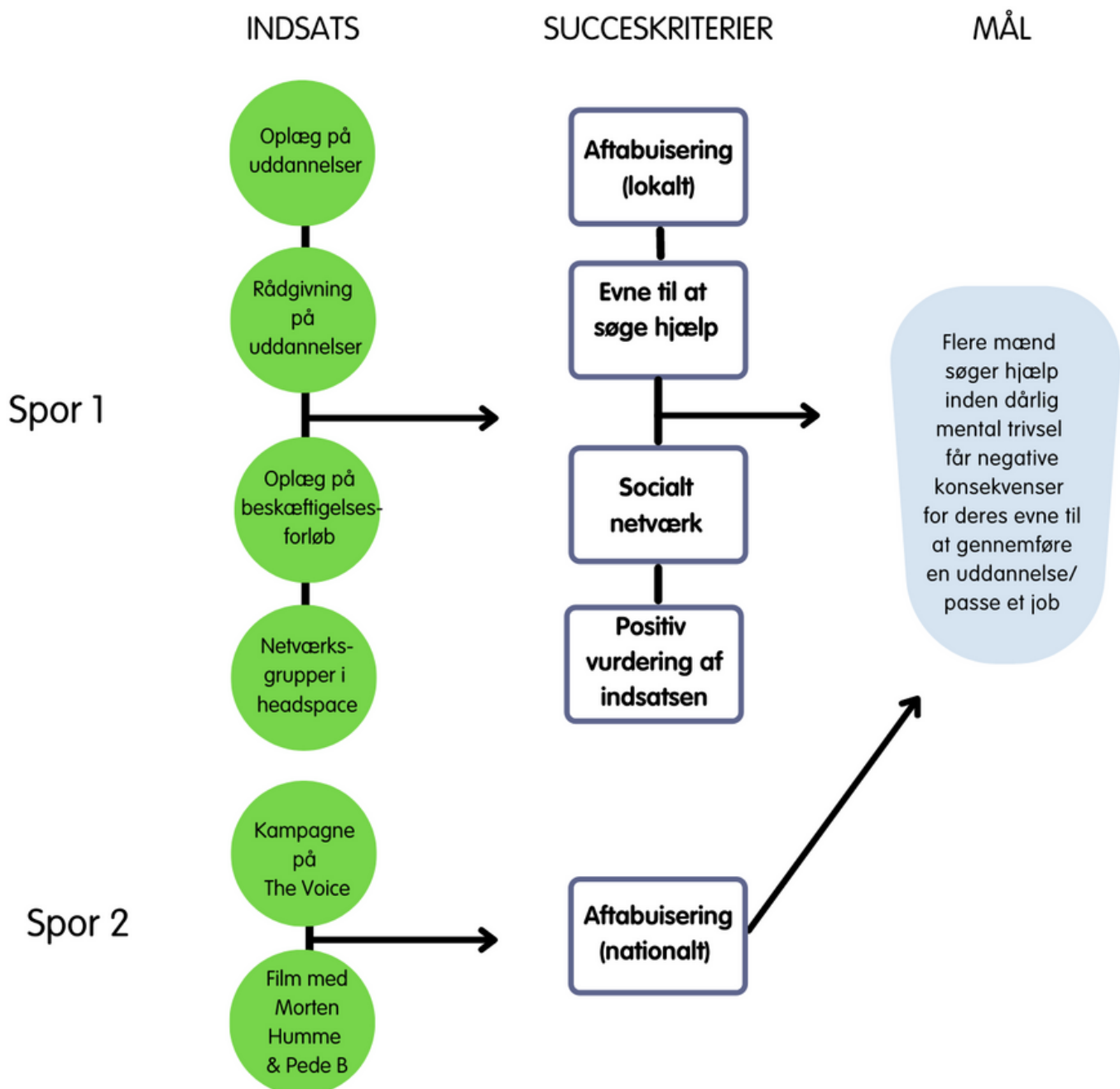
En serie af samtalevideoer med henblik på at skabe fokus på mistrivsel, maskulinitet og facader blandt mandlige Some-brugere i målgruppen for headspace+

Forandringsteori

Nedenstående forandringsteorimodel viser relationen mellem pilot- og kommunikationsindsatserne, succeskriterierne og den overordnede målsætning i headspace+.

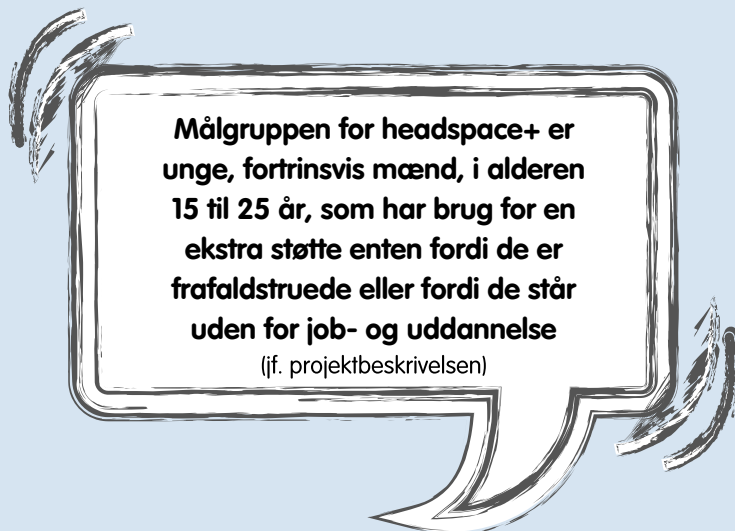
Som beskrevet på side 4 bygger projektet på en antagelse om, at det er muligt at forbedre de unges mænds job- og uddannelsessituation ved at 1) øge deres accept af svære tanker og følelser (aftabuisering), 2) øge deres evne og vilje til at søge hjælp, 3) styrke kvaliteten af deres sociale netværk samt 4) ved at udvikle et format for indsatsen, som de unge mænd finder relevant.

Årsagen er, at mistriivsel (jf. "Baggrunden for projektet") vurderes at være den 4. hyppigste årsag til hhv. ledighed og frafald blandt unge. Det er derfor vigtigt, at de unge mænd søger hjælp for deres udfordringer, så dårlig mental mistriivsel ikke får negative konsekvenser for deres evne til at gennemføre en uddannelse/passe et job.



Hvem er de unge i headspace+

I dette kapitel præsenterer vi de unge i headspace+ og vurderer i hvilket omfang, de matcher målgruppen for projektet. Kapitlet viser, at en stor andel af de unge i projektet har udfordringer med job eller uddannelse. 70 % af disse unge er mænd, og man kan derfor konkludere, at pilotindsatserne i headspace+ har haft succes med at række ud til den valgte målgruppe for projektet.



40 % af deltagerne har udfordringer med job eller uddannelse

Ud af et samlet deltagertal på 500 unge har 260 unge besvaret spørgsmål om deres deltagelse i headspace+, og i den forbindelse er de blevet bedt om at vurdere, om de tilhører en risikogruppe udtrykt ved, at de ser sig selv som frafaldstruede eller at de har udfordringer af personlig karakter, som gør det svært at passe et job.

Ud af de 260 unge svarer 103 af de unge, at de er i tvivl om deres evne til at gennemføre en uddannelse eller at de oplever, at personlige problemer står i vejen for deres mulighed for at komme i uddannelse eller job. Der er altså lige under 40 % af de unge, som tilhører det, vi fra nu af vil betegne "risikogruppen", og det illustrerer klart og tydeligt, hvorfor der er behov for indsatser som headspace+

Beskæftigelsesforløbene og FGU skiller sig ud

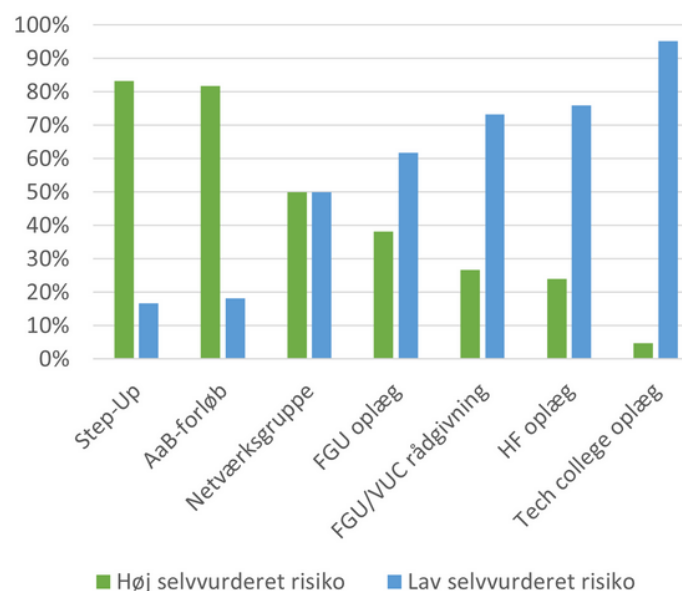
Figur 1 viser andelen af unge i risikogruppen fordelt på de syv pilotindsatser i headspace+, og heraf fremgår det, at særligt beskæftigelsesforløbene i form af Step-Up og AaB-forløbet har en stor andel af unge i risikogruppen. Hhv. 83 % og 81 % af de unge svarer, at personlige problemer står i vejen for deres mulighed for at gennemføre en uddannelse/passe et job, og der ligger derfor en vigtig opgave i at øge trivslen hos unge på landets beskæftigelsesforløb.

Blandt pilotindsatserne på uddannelsesinstitutionerne er det ca. en tredjedel af eleverne, der vurderer sig selv som frafaldstruede, og særligt FGU skiller sig ud ved at have en stor andel af unge i målgruppen for headspace+ sammenlignet med f.eks. HF og Tech College.

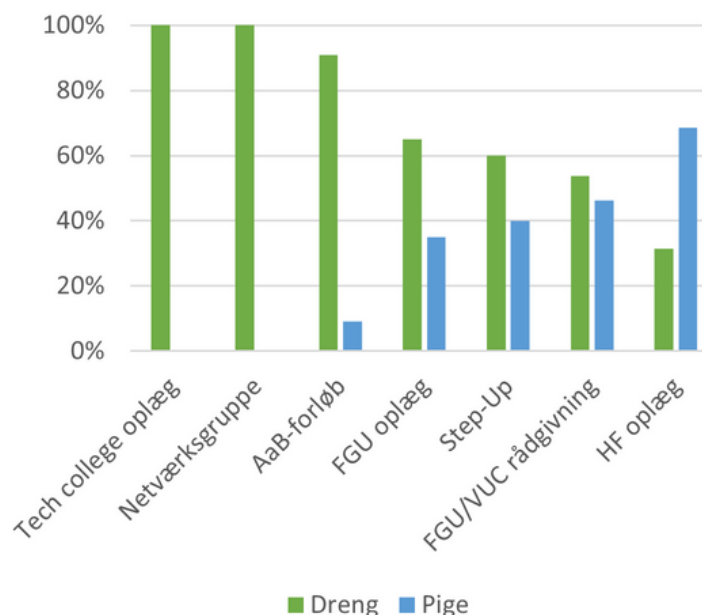
62 % af deltagerne er mænd

Eftersom headspace+ ønsker at gøre en særlig indsats for de unge mænd, er det også relevant at se på kønsfordelingen i projektet, herunder hvor stor en andel af de unge mænd, der samtidig tilhører gruppen af frafaldstruede unge eller unge, som risikerer at stå uden uddannelse eller job.

Figur 1: Unge i risiko fordelt på indsats
Kilde: DSN spørgeskema. Baseret på 260 besvarelser



Figur 2: Køn fordelt på indsats
Kilde: DSN spørgeskema. Baseret på 260 besvarelser



Ud af 260 unge er 62 % af deltagerne på pilotindsatserne mænd, og det er positivt, fordi det indikerer, at headspace+ har haft held til at lave en indsats, hvor majoriteten af deltagerne har været unge mænd. Kigger man på de syv pilotindsatser i figur 2 kan man se, at Tech College, netværksgruppen og AaB-forløbet skiller sig ud med andele på mellem 90 og 100 % mænd.

Kønsfordelingen på pilotindsatserne viser ikke alene, at headspace+ har nået ud til den ønskede målgruppe. Den giver også nyttig viden om specifikke arenaer, såfremt Det Sociale Netværk også i fremtiden vil lave projekter på uddannelser eller beskæftigelsesforløb med mange mænd.

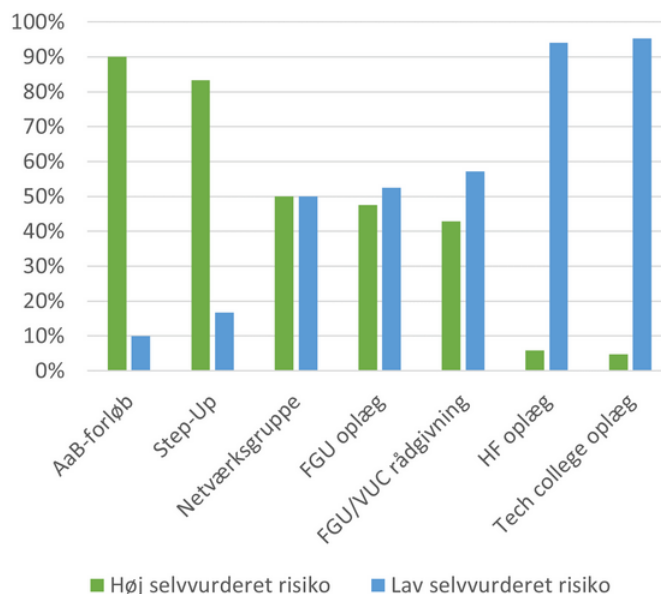
70 % af risikogruppen udgøres af mænd

Ud af de 103 unge, som ser sig selv i risikogruppen, er 73 mænd. Dette svarer til, at 70 % af risikogruppen udgøres af mænd, og det er vigtigt idet det indikerer, at headspace+ har nået sin målgruppe bestående af unge mænd som er frafaldstruede eller som oplever, at personlige problemer er den primære årsag til deres ledighed.

Figur 3 viser andelen af mænd i risikogruppen opdelt på indsatser, og heraf ser vi, at beskæftigelsesforløbene i form af AaB-forløbet og Step-Up er de pilotindsatser, hvor andelen af unge mænd i højrisikogruppen er størst.

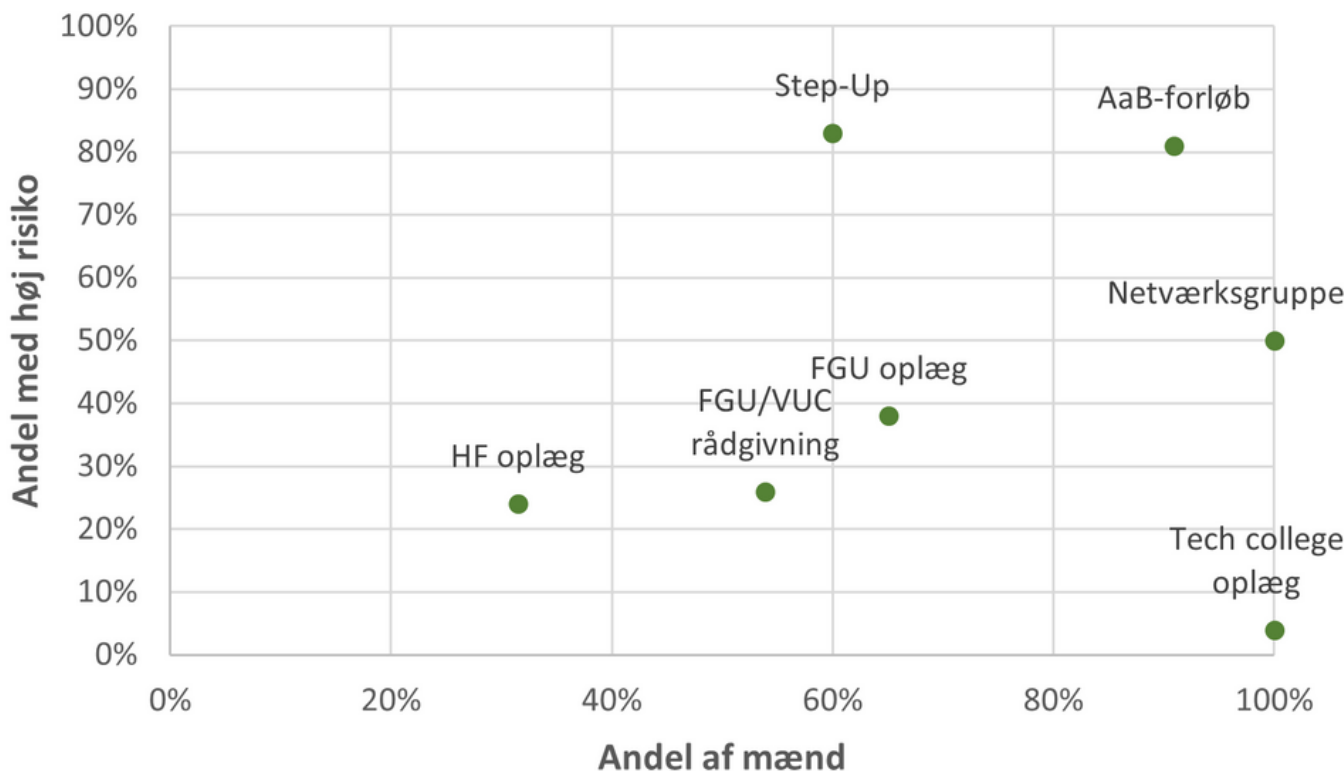
Ser vi på de tre typer af uddannelsesinstitutioner i figur 3, som medvirker i projektet, viser resultaterne, at FGU er den uddannelsesinstitution, som har den største andel af frafaldstruede mænd, mens Tech-college og HF skiller sig ud ved at have en meget lille andel af frafaldstruede mænd. FGU er altså den af de tre uddannelsesinstitutioner med flest unge i målgruppen for headspace+. Ligesom med beskæftigelsesforløbene er der derfor et potentiale i, at Det Sociale Netværk/headspace Danmark også i fremtiden gør en indsats for at hjælpe de unge elever på FGU.

Figur 3: Unge mænd i risikogruppen fordelt på indsats
Kilde: DSN spørgeskema. Baseret på 73 besvarelser



Figur 4 viser hvordan deltagerne på de forskellige pilotindsatser i headspace+ fordeler sig i forhold til målgruppekriterierne i headspace+. Pilotindsatsernes placering i punktdiagrammet angiver hvorvidt der er tale om en indsats med en høj andel af mænd (x-aksen), en høj andel af frafaldstruede unge (y-aksen) eller en høj andel af frafaldstruede unge, der samtidig er mænd (øverste højre hjørne). Ved at aflæse indsatsernes placering i diagrammet, kan man finde inspiration til mulige fremtidige arenaer for indsats som headspace+.

Figur 4: Pilotindsatser placeret i forhold til målgruppekriterierne for headspace+
Kilde: DSN spørgeskema. Baseret på 260 besvarelser



Del 1

Pilotindsatser

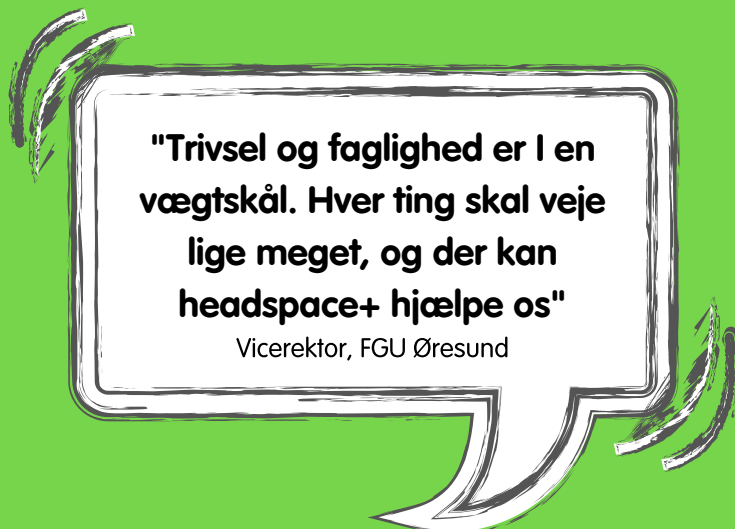
I denne del af rapporten evaluerer vi spor 1 i indsatsen i form af projektets pilotindsatser.

Formålet er - i henhold til forandringsteorimodellen - at afdække hvorvidt den enkelte pilotindsats har forbedret de unges job- og uddannelsessituation udtrykt ved:

- En øget accept af svære tanker og følelser (aftabuivering)
- Et øget kendskab til hjælpeinstanser som headspace (evne til at søge hjælp)
- Flere sociale relationer til andre (socialt netværk)
- En positiv vurdering af den pågældende indsats

Evaluering af oplæg på uddannelser

Psykisk sårbarhed er en af de hyppigste årsager til frafald blandt elever på landets ungdomsuddannelser. Som led i headspace+ har der derfor været afholdt skoleoplæg på hhv. FGU, HF/VUC og Tech College Aalborg. Analysen viser, at oplæggene på uddannelsesinstitutionerne har været meget succesfulde i forhold til at indfri succeskriterierne for headspace+. Dels i forhold til at aftabuisere mental mistrivsel blandt den mandlige andel af eleverne. Dels ved at øge kendskabet til relevante hjælpeinstanser såsom headspace.



Aftabuisering

Et af de vigtigste succeskriterier i headspace+ er jf. side 4 at aftabuisere mental mistrivsel, og baseret på besvarelserne fra eleverne kan man konkludere, at oplæggene på ungdomsuddannelserne har bidraget til at opfylde denne målsætning udtrykt ved en selvoplevet stigning i elevernes accept af, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet (høj aftabuisering)

89% af eleverne oplever en høj aftabuisering

Som vist i tabel 1 svarer 89 % af den samlede elevgruppe, at oplægget fra headspace+ har medført en høj aftabuisering målt ved en øget accept af, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet. Især resultaterne fra FGU skiller sig ud idet hele 93% af eleverne er helt enige eller enige i, at oplægget fra headspace+ har medført en øget forståelse for, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet.

Hvad angår andelen af mænd svarer 91 procent, at de er helt enige eller enige i, at oplægget fra headspace har bidraget til en høj aftabuisering, mens det samme gælder for 85 procent af de unge kvinder. Andelen af mænd, som har oplevet en høj aftabuisering er altså 6 procent større end andelen af kvinder. Dette bekræfter billedet af, at flere mænd end kvinder anser svære tanker og følelser som noget skamfuldt, hvorfor det er forventeligt, at potentialet for aftabuisering er større for mænd end kvinder. Det kan også skyldes, at oplægget er lavet med henblik på, at appellere særligt til mænd.

100 % af de frafaldstruede mænd oplever en høj aftabuisering

Ud af de 59 unge, som er i risiko for frafald, svarer 52 elever svarende til 88%, at de er helt enige eller enige i, at de har fået øget deres accept af, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet (høj aftabuisering). Opdeler vi disse 52 elever på køn ser vi, at andelen af frafaldstruede mænd, der har opnået en høj grad af aftabuisering, er 100 %, mens den er 65% for de frafaldstruede kvinder.

Baseret på resultaterne i tabel 1 kan man derfor konkludere, at andelen af frafaldstruede mænd, der har opnået en høj aftabuisering, er 53 procent større end andelen af kvinder i samme gruppe. headspace+ har derfor haft succes med at skabe åbenhed og accept hos lige netop den gruppe af unge mænd, som vurderes at have mest gavn af hjælpen.

Tabel 1: Resultater for oplæg på uddannelser

Kilde: DSN spørgeskema. Bygger på 189 besvarelser

	Andel med høj aftabuisering	Andel med stort kendskab til headspace	Andel med positiv vurdering af indsatsen
Elever i alt <i>n=189</i> <i>Mænd: 114</i> <i>Kvinder: 75</i>	89%	91%	88%
Uddannelses-institution	FGU: 93% HF: 79% Tech: 90%	FGU: 87% HF: 95% Tech: 100%	FGU: 89% HF: 85% Tech: 85%
Køn	Mænd: 91% Kvinder: 85%	Mænd: 93% Kvinder: 88%	Mænd: 91% Kvinder: 82%
Elever med høj frafaldsrisiko <i>n=59</i> <i>Mænd: 39</i> <i>Kvinder: 20</i>	52 af 59 elever. Heraf: 100 % af 39 mænd 65% af 20 kvinder	49 af 59 elever. Heraf: 79% af 39 mænd 90% af 20 kvinder I alt: 83%	53 af 59 elever. Heraf: 92% af 39 mænd 85% af 20 kvinder

N=189. FGU = 120. HF/VUC = 48. Tech College = 21

*N er antallet af respondenter

- ✓ **89% af den samlede elevgruppe har opnået en høj aftabuisering**
- ✓ **Andelen af frafaldstruede mænd, som har opnået en høj aftabuisering, er større end andelen af frafaldstruede kvinder**
- ✓ **Udviklingen i aftabuiseringen er større på FGU end på HF/VUC og Tech College**
- ✓ **100% af de frafaldstruede mænd har opnået en høj aftabuisering**

Evne til at søge hjælp

Ligesom affabuisering er evnen til at søge hjælp jf. side 4 et vigtigt succeskriterie for headspace+, og baseret på elevernes besvarelser kan man konkludere, at oplæggene på ungdomsuddannelserne har opfyldt dette kriterie ved at øge kendskabet til headspace, så manglende kendskab til hjælpeinstanser ikke afholder de unge mænd fra at søge hjælp.

91% af eleverne er enige i, at deres kendskab til headspace er blevet større

Tabel 1 viser andelen af elever, som har fået et stort kendskab til headspace. Heraf fremgår, at der i gennemsnit er 91% af eleverne på de tre uddannelsesstyper, som er helt enige eller enige i, at de har fået et større kendskab til headspace. På Tech College er det så meget som samtlige elever, der har opnået et stort kendskab til headspace.

Deler vi resultaterne i tabel 1 op på køn kan vi se, at andelen af mænd med et stort kendskab til headspace er 93%, mens den er 88% for kvinder. Andelen af mænd, der har fået et stort kendskab til headspace, er altså større end andelen af kvinder. Dette er positivt fordi headspace+ har et ønske om at øge de unge mænds evne til at søge hjælp udtrykt ved en stigning i deres kendskab til relevante hjælpeinstanser som headspace.

83% af de frafaldstruede elever har fået øget deres kendskab til headspace

Ser vi på elever med høj frafaldsrisiko er der også her en stor andel af unge, som er enige i, at deres kendskab til headspace er blevet større. Ud af de 151 elever, der har fået et stort kendskab til headspace, udgør andelen af frafaldstruede elever 32 procent svarende til 49 elever.

Ud af de i alt 49 frafaldstruede elever svarer 83% at de er helt enige eller enige i, at deres kendskab til headspace er blevet større. Til sammenligning svarer 78% af eleverne med lille risiko for frafald, at deres kendskab til headspace er blevet større.

Andelen med et stort kendskab til headspace er altså større for elever med høj frafaldsrisiko end blandt elever med lav frafaldsrisiko, og det er et positivt resultat, idet det netop er de frafaldstruede elever, der kan have gavn af at få hjælp i headspace.

✓ **91% af eleverne har i høj grad fået øget deres kendskab til headspace**

✓ **Flere mænd end kvinder har fået øget deres kendskab til headspace**

✓ **En større andel af de frafaldstruede unge har fået øget deres kendskab til headspace sammenlignet med unge uden risiko for frafald**

✓ **Andelen af frafaldstruede kvinder, der har fået øget deres kendskab til headspace, er større end andelen af mænd i samme gruppe.**

Vurdering af oplæggene

Et tredje succeskriterie for headspace+ har jf. side 4 været at skabe et indsatsformat, som de unge mænd finder relevant, og for at afdække dette er eleverne blevet bedt om at vurdere formatet for skoleoplæggene.

Ud af den samlede elevgruppe svarer 88 procent, at oplægget i dag var en god eller rigtig god oplevelse. Kun 2 procent giver oplægget en lav samlet vurdering, og det vidner om, at formatet for oplæggene på uddannelsesinstitutionerne med stor succes vil kunne udbredes til andre uddannelser.

Opdeler vi resultaterne fra tabel 1 på køn ser vi, at 91 procent af mændene giver oplægget en meget positiv vurdering sammenlignet med 82 procent af kvinderne. Andelen af mandlige elever, der er helt enige eller enige i, at oplægget fra headspace+ har været relevant, er altså 11 procent større end andelen af kvinder. headspace+ har derved formået at udvikle et indsatsformat, som i særlig grad appellerer til mændene.

Ud af de 166 elever, der finder oplægget relevant, udgør de frafaldstruede elever 32% svarende til 53 elever.

Opdeler vi disse 53 elever på køn ser vi, at andelen af frafaldstruede mænd, der finder oplægget relevant, er 92% mens andelen af kvinder er 85%. Andelen af frafaldstruede mænd, der finder oplægget fra headspace relevant, er altså 7 procent større end andelen af kvinder, og det er positivt fordi det netop er de frafaldstruede mænd, der er målgruppen for headspace+.

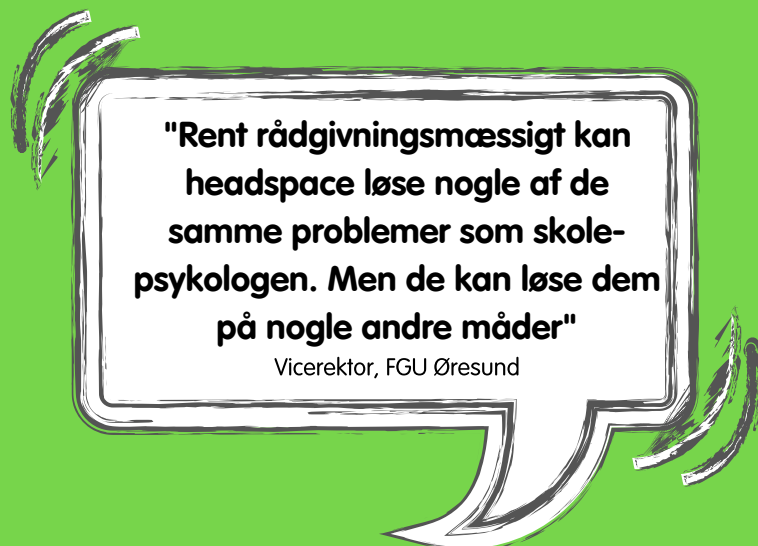
✓ **88% af eleverne fandt i høj grad oplægget relevant**

✓ **En større andel af mændene fandt oplægget relevant sammenlignet med andelen af kvinder**

✓ **En større andel af de frafaldstruede mænd fandt oplægget relevant sammenlignet med andelen af frafaldstruede kvinder**

Evaluering af udgående rådgivning

Som led i headspace+ har headspace bedrevet udgående rådgivning for frafaldstruede elever, og det viser sig, at eleverne har følt sig forstået, respekteret og hjulpet. I alt 15 elever fra FGU Vestegnen og HF/VUC har svaret på spørgsmåle om deres udbytte af samtalerne. Heraf har 40 procent en livstilfredshed under middel målt på en skala fra 0 til 10. 42 % har det ikke godt på uddannelsen og 58 % er aldrig eller kun i nogen grad en del af det sociale på uddannelsen.



Rådgivningens format

Et af de fire succeskriterier for headspace+ har jf. side 4 været at udvikle et format for den udgående rådgivning, som med fordel kan udbredes til andre uddannelsesinstitutioner.

Efter at have modtaget rådgivning på HF/VUC og FGU er eleverne derfor blevet bedt om at give udtryk for deres overordnede vurdering af samtalerne, og for 90 procent af eleverne har det været en meget positiv oplevelse.

Foruden at være tilfredse med samtalen svarede 90 procent af eleverne, at samtaleformen passede dem godt. 80 procent af eleverne følte i høj grad, at de talte om de emner, de ønskede at tale om, og hele 100 procent af eleverne svarede, at de følte sig forstået og respekteret undervejs i samtalen (se tabel 2).

Den store andel af meget tilfredse elever vidner om, at headspace+ har udviklet et vellykket format for samtalerne, og at den udgående rådgivning med fordel vil kunne udbredes til flere uddannelsesinstitutioner i fremtiden.

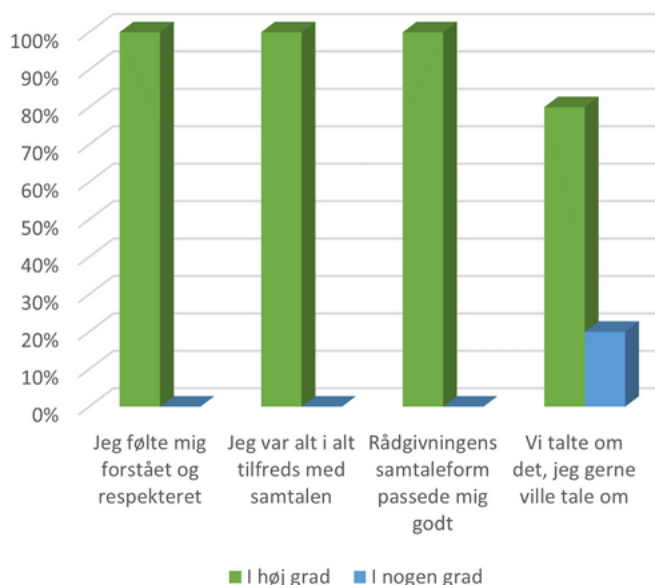
- ✓ **100% af eleverne følte sig forstået og respekteret**
- ✓ **90 % af eleverne var meget tilfredse med rådgivningens format**
- ✓ **80 % af eleverne følte i høj grad, at de talte om de emner, som var vigtige for dem**

Mændene sætter særlig pris på samtalerne

Gennem hele projektet har headspace+ haft et særligt fokus på at lave indsatser, som når ud til gruppen af unge mænd, og det er derfor interessant at andelen af mandlige elever, som i høj grad har fundet samtalerne med headspace relevante, er større end andelen af kvindelige elever.

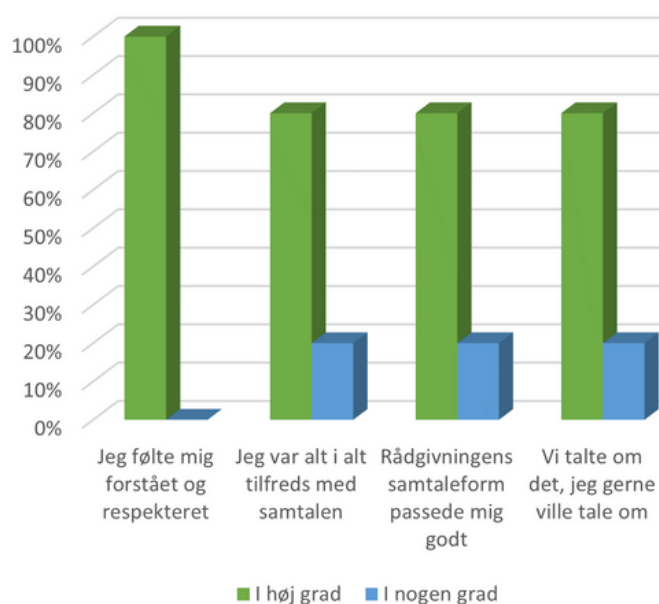
Figur 5: Mændenes vurdering af samtalerne

Kilde: DSN spørgeskema. Bygger på 7 besvarelser (n=7)



Figur 6: Kvindernes vurdering af samtalerne

Kilde: DSN spørgeskema. Bygger på 6 besvarelser (n=6)



Tabel 2: Resultater for udgående rådgivning på uddannelser

Kilde: DSN spørgeskema. Bygger på 15 besvarelser

	Andel, der samlet set fandt rådgivningen relevant	Andel, der føler sig forstået og respekteret	Andel, som finder samtaleformen god	Andel, som føler, at der blev talt om de rigtige emner
Elever i alt	90%	100%	90%	80%
Køn	Mænd: 100%	Mænd: 100%	Mænd: 100%	Mænd: 80%
<i>7 mænd,</i>	Kvinder: 80 %	Kvinder: 100%	Kvinder: 80%	Kvinder: 80%
<i>6 kvinder</i>				
<i>2 ikke angivet</i>				

N=15

Figur 5 og 6 viser elevernes vurdering af rådgivningen opdelt på hhv. mænd og kvinder.

Af figurene fremgår, at 100 % af drengene i høj grad var tilfredse med samtalerne sammenlignet med 80% af pigerne. Dette svarer til, at andelen af mænd, der finder rådgivningen relevant er 25% større end andelen af kvinderne.

Også hvad angår vurderingen af samtaleformen er andelen af positivt stemte mænd højere end andelen af positivt stemte kvinder. Man kan derfor konkludere, at den udgående rådgivning i headspace+ har indfriet målsætningen om at skabe et format, som hjælper frafaldstruede unge, herunder i særlig grad den mandlige andel af denne målgruppe.

- ✓ **Tilfredsheden blandt mændene er større end blandt kvinderne**
- ✓ **Vurderingen af samtaleformen er bedre blandt mændene end blandt kvinderne**

Uddannelsernes vurdering af headspace+:

“Hvis det går hen og bliver lidt livsfilosofisk, så er det ned til headspace”

Som supplement til elevernes vurdering af indsatsen er kontaktpersonerne på FGU og HF/VUC blevet bedt om at vurdere samarbejdet med headspace+. Deres vurdering er, at headspace+ hjælper dem med at sætte fokus på elevtrivsel, og det er vigtigt, fordi trivsel og læring går hånd i hånd.

Med headspace+ har det ifølge uddannelserne været muligt, at tilbyde eleverne et fortroligt, relationsbaseret, magtfrit og lokalt forankret rum, og samarbejdet med headspace har i denne egenskab fungeret som et værdifuldt supplement og alternativ til eksisterende initiativer såsom skolepsykolog, studievejledning og mentorkorps.

Samarbejdet med headspace har desuden fungeret som en aflastning af studievejledere og mentorer, idet de har kunnet henvise elever med udfordringer af mere “personlig eller livsfilosofisk karakter”.

Uddannelsernes vurdering vidner om, at der er potentiale i flere partnerskaber mellem ungdomsuddannelser og headspace. Særligt på FGU Vestegnen og KBH Syd har de haft succes med en model, hvor studievejledere, lærere og mentorer har visiteret frafaldstruede elever til at deltage i rådgivningssamtaler med headspace. Eleverne vælger selv, om de vil gøre brug af samtalerne, men vejledernes og mentorenes løbende visitation har givet samarbejdet en vigtig grad af formalisering.



ELEVTRIVSEL

"Mange af vores unge på FGU kommer med en eller anden udfordring, som gør det svært for dem at komme i uddannelse, og det er meget sjældent, at det er en faglig udfordring. Typisk er det en personlig udfordring, og derfor passer headspace godt med FGU"

Studievejleder, FGU Vestegnen



ET FRISK PUST

"Der er flere grunde til, at eleverne vælger headspace. Eleverne kan have prøvet mange psykologer, og det hænger dem langt ud af halsen. Og der kan headspace være lidt mere inviterende"

Vicerektor, FGU Øresund



KOMPETENCER

"Det er en aflastning af lærerne og mentorerne, at de kan henvise til headspace. For det kan være svært som lærer eller mentor at sidde med en elev, som har det dårligt, men som man ikke har kompetencerne til at hjælpe"

Tidl. medlem af gennemførselsenheden, KBH Syd



FORTROLIGHED

"Eleverne har en anden fortrolighed med headspace. Der foregår nogle ting i de unges liv, som er ret alvorlige. Og der tror jeg, at mange kan være usikre på, om skolen kan honorere den fortrolighed og garantere anonymiteten"

Tidl. medlem af gennemførselsenheden, KBH Syd



DYBDE & RELATION

"Særligt hvis det drejer sig om nogle lidt dybere, mere personlige problemer, så er det bedre, at eleverne taler med headspace. Et mentorforløb skal være løsningsorienteret med henblik på at få nedbragt fraværet. Der går headspace lidt dybere, og der er mere fokus på relationen"

Studievejleder, FGU Vestegnen

**"Det der med at kunne gå ned i
headspace, hvor alt i samtalen
ligger åbent, der er anonymitet,
man kan få lov til at snakke,
man bliver ikke dømt, man bliver
ikke vurderet, der er ikke nogen
"behandling". Der er ikke nogen
krav ud over det, man selv
bringer med ind i samarbejdet.**

**Det tror jeg bare tiltaler rigtig
mange af de unge på Step-Up"**
Leder af Step-Up-forløbet



*Samtlige fotos i rapporten er købefotos. De forestiller ikke deltagerne i projektet

Evaluering af oplæg på beskæftigelsesforløb

Dårlig mental trivsel er en af de hyppigste årsager til ledighed blandt job- og uddannelsesparate unge. Derfor har der som led i headspace+ været etableret samarbejder med to beskæftigelsesforløb kaldet AaB-forløbet og Step-Up. Analysen viser, at oplæggene på beskæftigelsesforløbene har været meget succesfulde i forhold til målsætningerne i headspace+. Dels ved at øge accepten af svære tanker og følelser, dels ved at øge kendskabet- og viljen til at søge hjælp i headspace.

"Mange af de frivillige fra headspace har været der, hvor vores unge er i dag. De er i bund og grund enormt tæt på vores unge, og med deres personlige historier kan de være med til at vise en vej"

Leder af AaB-forløbet

Aftabuisering af svære tanker og følelser

Som tidligere nævnt er aftabuisering af mental mistrivsel jf. side 4 et vigtigt succeskriterie i headspace+, og det udtrykkes i dette kapitel ved en stigning i de ledige unges accept af, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet.

Ser vi på gruppen af ledige i dens helhed, kan man konkludere, at oplæggene fra headspace+ har bidraget til en høj eller middel aftabuisering hos hele 93 % af deltagerne. Dette ses ved at 61% af deltagerne jf. tabel 3 er enige eller helt enige i, at forløbet har øget deres forståelse for, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet, mens 32% er delvist enige i dette udsagn.

Opdeler vi resultaterne på køn kan vi se, at andelen af mænd med høj aftabuisering er den samme som andelen af kvinder. I alt har 61% af mændene og 61% af kvinderne svaret, at de er enige eller helt enige i, at de har fået aftabuiseret svære tanker og følelser, og det viser, at behovet for aftabuisering er stort hos såvel de mandlige som kvindelige deltagere på beskæftigelsesforløbene.

Aftabuisering i risikogruppen

Ud af de 25 deltagere, der har opnået en høj grad af aftabuisering, svarer 18 deltagere svarende til 72%, at personlige problemer gør det vanskeligt for dem, at komme i uddannelse eller job.

Opdeler vi disse 18 elever (kaldet risikogruppen) på køn, ser vi, at andelen af mænd, der har opnået en høj aftabuisering er 54%, mens andelen af kvinder er 50%. Andelen af sårbare mænd, der oplever en aftabuisering, er altså en lille smule større end andelen af kvinder i samme gruppe. Dette er dog ikke nok til, at man med sikkerhed kan konkludere, at mændene i risikogruppen har opnået en højere grad af aftabuisering end kvinderne.

Tabel 3: Resultater for oplæg på beskæftigelsesforløb
Kilde: DSN spørgeskema. Bygger på 41 besvarelser.

	Andel med høj og middel aftabuisering	Andel med stort kendskab til headspace	Andel med positiv vurdering af indsatsen
Elever i alt n=41 unge Mænd: n=28 Kvinder: n=13	61% med høj aftabuisering 32% med middel aftabuisering	78%	97%
Beskæftigelsesforløb	AaB-forløbet: 72% Step-Up: 57%	AaB-forløbet: 81 % Step-Up: 76%.	AaB-forløbet: 100% Step-Up: 96%
Køn	61% af mændene 61 % af kvinderne	82% af mændene 69% af kvinderne	96% af mændene 100% af kvinderne
Høj selv vurderet risiko N=34 Mænd: n=24 Kvinder: n=10	18 af 34 unge Heraf: 54% af 24 mænd 50% af 10 kvinder	25 af 34 unge Heraf: 79% af 24 mænd 60% af 10 kvinder	34 af 34 unge 100% af 24 mænd 100% af 10 kvinder

N= 41 . AaB-forløbet: 11, Step-Up: 30

- ✓ **93% af deltagerne har opnået høj/middel aftabuisering**
- ✓ **Andelen af unge, som har opnået en høj aftabuisering er ens for mænd og kvinder. Dette gælder også for unge i risikogruppen, som oplever at personlige problemer gør det vanskeligt for dem at have en hverdag med uddannelse eller job.**

Step-Up forløbet

Step-Up forløbet er et forløb for uafklarede unge ledige i alderen 18-25 år i Helsingør Kommune. headspace bidrager til forløbet med workshops og inspirationsoplæg. Derudover er der eksempler på, at unge fra Step-Up henvises til headspace, hvor rådgivningssamtalerne kan være med til at afdække de bagvedliggende årsager til ledighed.

AaB-forløbet

AaB-forløbet henvender sig til unge i alderen 18 – 30 år, der ikke er i uddannelse eller job og drives i et samarbejde mellem Aalborg Boldklub og Aalborg Kommune. headspace bidrager til forløbet med workshops og inspirationsoplæg, og de unge deltagere besøger headspace Aalborg for at opnå et bedre kendskab og en større tilknytning til stedet.

Evne og vilje til at søge hjælp

Det andet succeskriterie for headspace+ omhandler jf. side 4 indsatsens betydning for de ledige unges evne og vilje til at søge hjælp udtrykt ved en stigning i deres kendskab til headspace samt i lysten til at søge hjælp i headspace, hvis de får det svært.

Ser vi på den samlede gruppe af unge, viser resultaterne i tabel 3, at i alt 78 % har fået et større kendskab til headspace efter at have deltaget i headspace+. For AaB-forløbet er andelen 81 % mens den på Step-Up er 76%.

Foruden kendskabet til headspace er de 30 deltagere på Step-Up forløbet blevet spurgt om deres vilje til at søge hjælp i headspace. Ud af de i alt 30 deltagere svarer 46% ,at de er helt enige eller enige i, at de vil søge hjælp i headspace, og de udviser derfor en vilje til at række ud efter hjælp.

Frygten for at fremstå svag får mange mænd til helt at afstå fra at søge hjælp. Det er derfor positivt, at headspace+ ikke alene har øget kendskabet til headspace, men også viljen til rent faktisk at gøre brug af tilbuddet.

Mændene har fået et stort kendskab

Opdeler vi resultaterne i tabel 3 på køn, ser vi, at 82 % af de unge mænd har fået et stort kendskab til headspace sammenlignet med 69 % af kvinderne. Andelen af unge mænd med et stort kendskab til headspace er derfor 18 % større end andelen af kvinder i samme gruppe, og det er positivt eftersom færre drenge end piger traditionelt søger hjælp i headspace.

Ser vi på unge i risikogruppen, er der ligeledes en større andel af mænd end kvinder, som har fået øget deres kendskab til headspace.

Ud af de 34 unge, der er enige i, at deres kendskab til headspace er blevet større, udgør unge i risikogruppen 61% svarende til 25 deltagere (se tabel 3). Opdeler vi disse 25 deltagere på køn, ser vi, at andelen af sårbare mænd, der har fået et større kendskab til headspace, er 79% mens andelen af kvinder er 60%.

Andelen af mænd i højriskogruppen, der har fået øget deres kendskab til headspace, er altså jf. resultaterne i tabel 3, 31% større end andelen af kvinder. Dette er positivt grundet antagelsen om, at unge mænd i højriskogruppen traditionelt er meget lidt tilbøjelige til at søge hjælp i et rådgivningstilbud som headspace.

- ✓ **82 % af de unge mænd er helt enige eller enige i, at deres deres kendskab til headspace er blevet større**
- ✓ **Flere mænd end kvinder har fået øget deres kendskab til headspace. Dog giver flere kvinder end mænd udtryk for, at de helt sikkert vil gøre brug af headspace.**

- ✓ **Andelen af mænd i risikogruppen med et øget kendskab til headspace er større end andelen af kvinder i risikogruppen**

Vurdering af indsatsen

Det tredje og sidste spørgsmål afdækker hvorvidt indsatsen på beskæftigelsesforløbene har haft et format, som de unge finder hjælpsomt.

Som det fremgår af tabel 3, er det i alt 97 % de unge på beskæftigelsesforløbene, der finder oplægget fra headspace+ relevant. For kvinderne er det 100 % af de unge, som finder oplægget relevant, mens det for mændene er 96%. Det er derfor lykkedes for headspace+ at lave et oplægsformat, der appellerer til såvel kvinderne som mændene.

Samtlige mænd i risikogruppen finder oplæggene relevant

Ud af de 40 unge, som ifølge tabel 3 finder oplægget relevant, udgør unge i risikogruppen 34 unge svarende til 87%.

Opdeler vi disse 34 unge på køn ser vi, at samtlige 24 unge mænd finder oplægget relevant. Også hos kvinderne er det samtlige 10 kvinder i risikogruppen, der finder oplægget relevant, og man kan derfor konkludere, at headspace+ har udviklet et oplægsformat med stort potentiale hos unge ledige uanset køn.

Mere samarbejde mellem jobcentret og headspace

Indsatsen på AaB-forløbet og Step-Up er resultatet af et tæt samarbejde mellem headspace-centrene og jobcentrene i hhv. Aalborg og Helsingør. For at afdække værdien af samarbejdet er de ledige unge på Step-Up forløbet derfor blevet bedt om at vurdere, hvorvidt de ser en fordel i et yderligere samarbejde mellem jobcentret og headspace. Ud af de i alt 30 deltagere på Step-Up-forløbet svarer hele 80 %, at de ser en fordel i et yderligere samarbejde. Det bør derfor overvejes at intensivere samarbejdet mellem jobcentre og headspace-centre, også andre steder i landet

- ✓ **97 % af de unge på beskæftigelsesforløbene finder i høj grad indsatsen relevant**
- ✓ **80 % af de unge på Step-Up forløbet ønsker mere samarbejde mellem jobcentret og headspace**
- ✓ **Samtlige kvinder og mænd i risikogruppen finder indsatsen relevant.**

“På AaB-forløbet retter vi et helhedsorienteret blik på de unge, og her passer headspace rigtig godt ind”

Som supplement til de unges vurdering af indsatsen er lederne på Step-Up og AaB-forløbet blevet bedt om at vurdere samarbejdet med headspace+.

Ligesom kontaktpersonerne på FGU og HF/VUC lægger de vægt på, at headspace kan fungere som et supplement til deres egen indsats ved at tilbyde et uformelt, upartisk, nysgerrigt, lyttende og omsorgsfuldt rum, som det kan være vanskeligt at genskabe inden for rammerne af en offentlig organisation.

Det særlig rum i headspace giver ifølge kontaktpersonerne gode betingelser for, at de unge åbner op, og samarbejdet med headspace kan derfor hjælpe dem med at afdække de bagvedliggende årsager til ledigheden hos de unge.

Hvor rådgivningssamtaler i headspace kan afdække årsagerne til ledighed, kan de formidlingsfrivillige i headspace inspirere de unge og vise vej med oplæg samt deres egne personlige historier.

Kontaktpersonerne fremhæver bredden i headspace som en styrke. De unge på AaB-forløbet og Step-Up har udfordringer med misbrug, kriminalitet og psykisk sårbarhed, men uanset hvad man kæmper med, er det altid relevant at have nogen at tale med.

”

NYSGERRIGHED

"Tilgangen i headspace er at have større ører end mund. I stedet for at løfte pegefingeren, stiller de nysgerrige spørgsmål, og det er først, når de unge møder nysgerrigheden, at de får lyst til at åbne op og dele"

Ansvarlig, AaB-forløbet

”

INGEN SKJULT AGENDA

"Man kan ikke komme uden om, at jobcentret, psykiatrien og rusmiddelcenteret vil altid have en agenda. Hos os skal der være et mål med, at de er her, hvorimod hos jer er det selve målet, at de er her"

Ansvarlig, Step-Up

”

RELEVANS

"Vi har hele tiden tænkt, at lige netop headspace er relevant for alle, for uanset om man har problemer med psyken eller misbrug er det altid relevant at have nogen at tale med"

Ansvarlig Step-Up

”

LEVET ERFARING

"Alle har haft nogle bump på vejen, så når den frivillige fra headspace kommer og deler sin historie, så begynder de unge at sænke paraderne"

Ansvarlig, AaB-forløbet

”

OMSORG

"Hvis de taler sig varme hos os, så kommer vi jo med alle mulige løsningsforslag og steder, de kan gå hen. Hvor nede hos jer kan de få den omsorg, som mangler lidt i jobcentret, og det er bare en god kobling"

Ansvarlig, Step-Up

Fra AaB-forløbet til headspace-frivillig

"Hver gang jeg har åbnet mig, har jeg fået smækket en dør i hovedet. Hos headspace derimod er der en særlig aura. Jeg kan på en eller anden måde bare se mig selv i det"

Interview med Morten. Formidlingsfrivillig i headspace og tidl. deltager på AaB-forløbet

"JEG KAN, JEG VIL, JEG GØR".

Dette er mottoet for Morten, der på under et år har taget rejsen fra deltager på AaB-forløbet til formidlingsfrivillig i headspace.

Efter fire afbrudte uddannelsesforløb blev Morten i 2019 en del af AaB-forløbet og headspace+. Her mødte han for første gang to frivillige fra headspace+, og deres personlige fortællinger inspirerede ham til selv at ville fortælle sin historie:

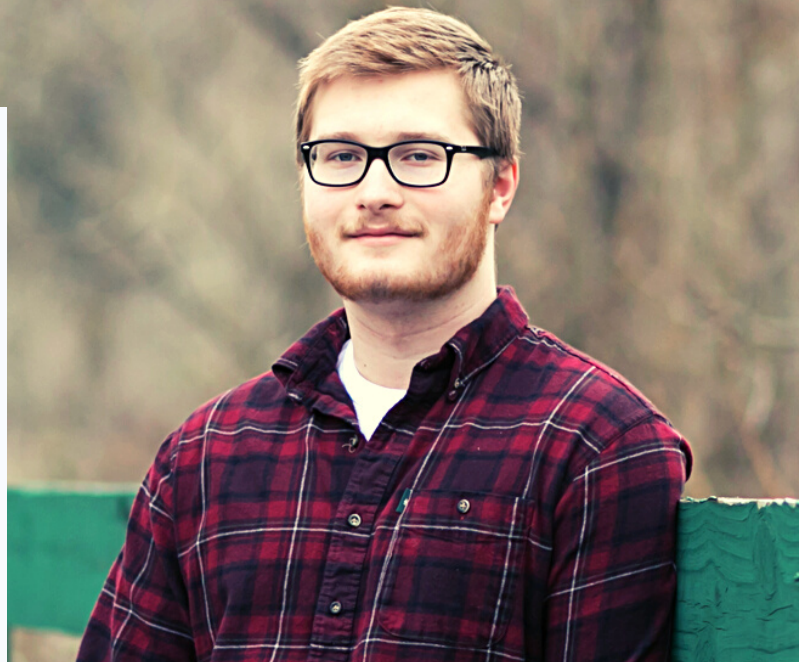
"De unge mænd fra headspace var bare åbne, og man fornemmede slet ikke, at de også havde ting med i bagagen. Jeg synes bare, at sådan burde jeg også være. Så hvorfor være tilbageholdende? Så da jeg kom hjem, slog jeg headspace op på nettet."

Mødet med headspace blev lidt af en øjenåbner for Morten, der fortæller, at han hos headspace fornemmede en særlig imødekommenhed, som var afgørende for, at han turde åbne op:

"Nu har jeg været i psykiatrien i seks år, og jeg føler, at når jeg er i psykiatrien, er det ligesom at snakke til robotter. Hvorimod i headspace, der er det ligesom mennesker..."

"Hver gang jeg har åbnet mig, har jeg fået smækket en dør i hovedet eller fået et afslag. Hos headspace derimod er der en særlig aura. Jeg kan på en eller anden måde bare se mig selv i det".

*Den unge mand på billedet er ikke Morten
Formidlingsfrivillige i headspace er unge, som holder oplæg for andre unge med basis i bl.a. egne erfaringer



Med fire afbrudte uddannelsesforløb i bagagen var Morten begyndt at tvivle på sine egne evner som studerende, men på uddannelsen som formidlingsfrivillig har Morten fundet sit helt rette element:

"Uddannelsen som formidlingsfrivillig var for én gangs skyld noget, der var rigtigt for mig. Jeg havde ild i hjertet, og jeg kastede mig ud i det."

Efter at have færdiggjort uddannelsen som formidlingsfrivillig søgte Morten i januar 2020 ind på pædagoguddannelsen, og han lægger ikke skjul på, at uddannelsen som formidlingsfrivillig har givet ham noget af hans tabte selvtillid tilbage:

"Hvis jeg ser tilbage i bakspejlet, har jeg prøvet to erhvervsuddannelser og to videregående uddannelser uden faktisk at gøre dem færdig. Men så fuldfører formidlingskurset i headspace, og står der med et papir i hånden"

"Det har altid været min store frygt, at jeg ikke er i stand til at færdiggøre noget. Men her står jeg, og jeg møder op, og jeg færdiggør det"

I det nye år skal Morten holde sit oplæg for et nyt hold af unge på AaB-forløbet – præcis et år efter, at han selv var deltager på forløbet, og mødte headspace for første gang.

Hans håb er at inspirere andre unge til at tro på sig selv og ikke lade sig tynge af sin bagage – præcis som han selv blev inspireret af mødet med de frivillige:

"Det kan godt være, at psykisk sårbarhed er et tabu, men man skal ikke dyrke lidelsen, og det bliver mit vigtigste budskab til andre"

"Mange af de unge, som kommer ude fra jer, har været der, hvor vores unge er i dag. De er i bund og grund enormt tæt på vores unge, og med deres personlige historier kan de være med til at vise en vej"

Leder af AaB-forløbet



Evaluering af netværksgruppe

Socialt netværk er en vigtig determinant for unges job- og uddannelsessituation. Som led i headspace+ er der derfor etableret en drengegruppe i headspace Billund med det formål at skabe et netværk for unge mænd. Analysen viser, at netværksgruppen har bidraget til at indfri succeskriterierne i headspace+ udtrykt ved en høj aftabuisering blandt de unge samt en øget oplevelse af at være en del af et fællesskab. Ud af en gruppe på otte er tre mænd hverken i job eller uddannelse. Derudover er 4 ud af 8 drenge i risiko for at udvikle stress eller depression målt på WHO 5.



Aftabuisering

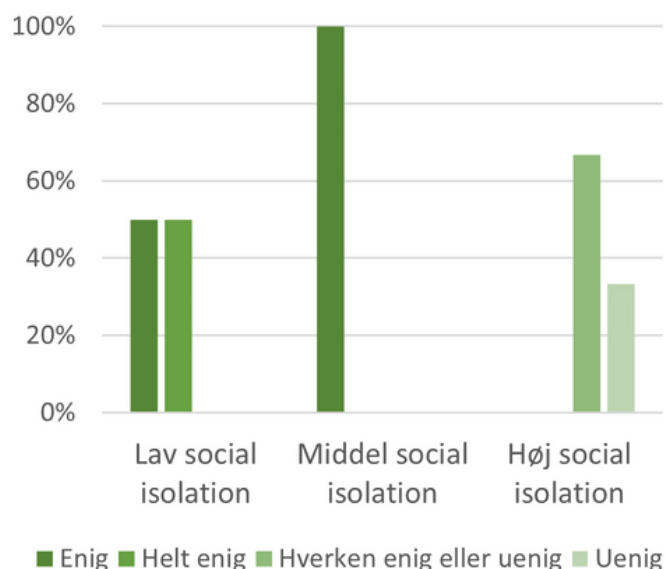
Et af succeskriterierne i headspace+ jf. side 4 har været at aftabuisere mental mistrivsel blandt unge mænd, og i drengegruppen i Billund er det (målt ved et gennemsnit over tre variable) lykkedes at opnå dette for 76 procent af gruppen.

- ✓ **86 % af drengene har fået en større forståelse for, at personlige problemer er en naturlig del af livet**
- ✓ **71 % af drengene har fået nye perspektiver på dilemmaer vedr. mental trivsel**
- ✓ **71 % af drenge har fået mere mod på at sætte ord på svære tanker og følelser**

De to første spørgsmål måler drengenes syn på mental mistrivsel, og her viser besvarelserne, at netværksgruppen har skabt en øget forståelse af, at tanker og følelser er en naturlig del af livet. Dette står i modsætning til synet på mental mistrivsel som noget skamfuldt, og netværksgruppen har derfor bidraget til en aftabuisering af mental mistrivsel hos de unge mænd

Kigger man på det tredje spørgsmål skiller det sig ud fra de to første ved at spørge ind til de unge mænds mod. I spørgsmålet svarer 71% af de unge mænd, at de har fået et større mod på at sætte ord på svære tanker og følelser. I modsætning til de to første spørgsmål, som angår de unge mænds accept af svære tanker og følelser, handler spørgsmål tre om viljen til at ændre adfærd i form af et fornyet mod på at sætte ord på egne tanker og følelser. De unge mænds besvarelser viser, at 71% af mændene i netværksgruppen har fået vilje til at sætte ord på tanker og følelser, og det er positivt idet vi ved, at mænd er mere tilbageholdende med at tale højt om deres problemer end kvinder (Forum for Mænds Sundhed, 2016).

Figur 7: Er du kommet tættere på de andre i gruppen
Kilde: DSN spørgeskema. Bygger på 7 besvarelser.



Socialt netværk

Som beskrevet i introduktionen er socialt netværk en vigtig determinant for unges job- og uddannelsessituation. Det er derfor relevant at vurdere, hvorvidt netværksgruppen har styrket de sociale relationer blandt gruppedeltagerne og dermed bidraget til at opfylde den overordnede målsætning for headspace+.

Adspurgt om fællesskabet i gruppen svarer 56 % af de unge, at de er helt enige eller enige i, at de er kommet tættere på de andre gruppemedlemmer mens 28,5 % hverken er enige eller uenige og 14,2 % endnu ikke føler, at de er kommet ind under huden på de andre.

At ikke alle i gruppen har fået forbedret deres relationer kan skyldes, at mange af drengene går i gruppen, fordi de har svært ved det sociale. Dette bekræftes af figur 7, der viser de unges svar opdelt på graden af social isolation. Figuren viser, at samtlige gruppedeltagere med lille eller middel social isolation er helt enige eller enige i, at de har fået tættere relationer til de andre i gruppen.

For gruppen af unge med en høj grad af social isolation forholder det sig derimod omvendt. Her svarer 33 % at de ikke oplever, at de er kommet tættere på de andre i gruppen mens 67% svarer hverken eller. De unge med en høj grad af social isolation er altså dem, der har haft sværest ved at knytte relationer til de andre i gruppen. Dette bekræfter hypotesen om, at det er sværere at øge det sociale netværk hos de gruppemedlemmer, der i forvejen har svært ved det sociale.

Overordnet vurdering af gruppen

Et tredje og sidste succeskriterie i headspace+ omhandler de unges overordnede vurdering af gruppen, og derfor er det meget positivt, at samtlige drenge ifølge tabel 4 vurderer, at drengegruppen i headspace+ har været relevant for dem.

Tabel 4 viser svarprocenterne fra de unge. Heraf fremgår, at 86 % af de unge svarer, at netværksgruppen i headspace+ har været relevant mens 14,3 % svarer, at den i nogen grad har været relevant. Adspurgt om de ville anbefale gruppen til andre svarer 7 ud af 8 drenge, at de ville anbefale gruppen til andre. Der er derfor et stærkt belæg for at afprøve formatet for drengegruppen i andre headspace-centre rundt om i landet.

Tabel 4: Resultater for netværksgruppe

Andel med høj aftabuisering (gennemsnit af tre variable)	Andel med styrkede sociale relationer	Andel med positiv vurdering af indsatsen	Andel, der anbefaler gruppen til andre*
Større accept: 6/7 Nye perspektiver: 5/7 Mod til at være åben: 5/7 I gennemsnit = 76%	4/7 = 56%	6/7 =86%	= 7(8) =87%

N=7. Mænd: 100%. *n=8

- ✓ **76% af mændene har opnået en høj grad af aftabuisering**
- ✓ **56% har fået styrket deres sociale relationer**
- ✓ **86% finder netværksgruppen relevant**
- ✓ **7 ud af 8 anbefaler gruppen til andre**

Deltagernes vurdering af netværksgruppen:

“Det bedste ved gruppen har været at mødes med andre i samme situation som mig selv”

Som led i evalueringen har de unge mænd fra netværksgruppen også deltaget i et fokusgruppeinterview, hvor de haft mulighed for at sætte deres egne ord på udbyttet af gruppen. De unge mænd peger på to temaer, som har været gennemgående for netværksgruppen: Fællesskab med ligesindede og større åbenhed om svære tanker og følelser.

Åbenhed om tanker og følelser

Samværet med ligesindede har ifølge de unge mænd også været den primære årsag til, at deres vilje til at åbne op om svære tanker og følelser er øget. Ifølge de unge er det lettere at være åben over for andre mænd i samme situation som en selv. Der er derfor basis for at udvikle brugen af netværksgrupper i headspace, såfremt man ønsker at fremme åbenhed og aftabuivering blandt unge mænd i målgruppen for headspace+.

Det er de unges vurdering, at mange mænd ikke tør tale om åbent om følelser, men i drengegruppen har der været basis for at diskutere sine udfordringer med andre under hyggelige og uformelle omstændigheder.

“Før jeg kom i gruppen var jeg alene med mine udfordringer. Nu spejler jeg mig i andre”



“Drengegruppen har helt sikkert gjort mig mere åben. Nu accepterer jeg min situation”



Fællesskab med ligesindede

Ensomhed og social isolation har for mange gruppedeltagere været en del af hverdagen. Ikke overraskende har de unge derfor samstemmende udpeget fællesskabet som den primære frugt af deltagelsen i gruppen.

Ifølge de unge mænd har drengegruppen styrket deres sociale færdigheder, gjort dem mindre ensomme, hjulpet dem væk hjemmefra og givet dem et godt og tæt forhold til unge i samme situation som dem selv.

Inden de kom i gruppen følte mange sig alene med deres udfordringer, men med drengegruppen i headspace+ har de fået nogle, som de kan spejle sig i, og samværet med ligesindede er derfor blandt de vigtigste årsager til de positive resultater af netværksgruppen i Billund.

For en håndfuld af deltagere har netværksgruppen været springbræt for nye venskaber. Bl.a. en ung mand, som udtaler, at netværksgruppen har givet ham et venskab for livet.

**“Netværksgruppen i
headspace har givet
mig et venskab for
livet”**

Deltager i netværksgruppen i
headspace Billund



Delkonklusion

Evalueringen viser, at pilotindsatserne i headspace+ har været succesfulde i forhold til at indfri succeskriterierne i projektet:

- ✓ **Aftabuisering**
Deltagerne i headspace+ har fået en øget accept af, at svære tanker og følelser er en naturlig del af livet.
- ✓ **Evne til at søge hjælp**
Deltagernes kendskab til headspace er øget.
- ✓ **Socialt netværk**
Deltagernes sociale netværk er øget.
- ✓ **Positiv vurdering af indsatsen**
De unge mænd finder indsatserne relevante.

Del 2

Kommunikations- indsatser

I dette kapitel vurderer vi hvorvidt det er lykkedes for kommunikationsindsatsen i headspace+ at fremme åbenhed om mental mistrivsel blandt unge mænd i målgruppen for projektet.

Evaluering af kampagne på The Voice

Aftabuisering af mental mistrivsel er jf. side 4 et vigtigt succeskriterie i headspace+, og derfor har der som led i headspace+ været afholdt en uges afstigmatiserings-kampagne på The Voice. Resultaterne viser, at de mandlige lyttere forbinder mental mistrivsel med skam. Trods risiko for frafald ville de undlade at søge hjælp for deres problemer, og det redaktionelle samarbejde med The Voice har derfor formået at få den nøjagtige målgruppe for headspace+ i tale.

“Har du overvejet at droppe ud af uddannelse eller stoppe på arbejdet, og er du mand? Så er du slet, slet ikke alene”

Nicolas, vært på The Voice

“Har du overvejet at droppe ud af uddannelse eller stoppe på arbejdet, fordi du havde skidt, og er du mand? Med dette spørgsmål indledes en uges kampagne-samarbejde mellem headspace+ og The Voice. Et kampagnesamarbejde, der har haft til formål at aftabuisere psykisk sårbarhed blandt The Voice’s mandlige lyttere, og dermed øge deres åbenhed og vilje til at søge hjælp.

The Voice har været en god arena for aftabuisering

Formålet med kampagnen er at aftabuisere psykisk sårbarhed blandt unge mænd i målgruppen for headspace+, og her viser det sig, at Morgenfladen på The Voice er en rigtig god arena.

I en meningsmåling på instagram foretaget af The Voice svarer 62% af de mandlige af lyttere, at de er bange for at ses som svage, og hele 67% af de mandlige lyttere har overvejet at droppe ud af en uddannelse eller stoppe på deres arbejde på grund af mental mistrivsel.

Af frygt for at fremstå svag svarer 56% af de mandlige lyttere, at de ville afholde sig fra at søge hjælp, hvis de havde udfordringer på uddannelsen eller jobbet. Besvarelsene vidner om, at samarbejdet med The Voice har nået den nøjagtige målgruppe for headspace+, og at mental mistrivsel fortsat er et tabu blandt den mandlige del af befolkningen.

329.000 danskere har lyttet, stemt og delt i forbindelse med kampagnen på The Voice

En ting er, at kampagnen på The Voice har fået målgruppen for headspace+ i tale. Noget andet er, om kampagnen har udvirket den ønskede respons, og her er svaret "ja".

Gennem personlige historier og stories har værten på The Voice brugt sine platform på sociale medier til at sætte gang i en online interaktion om mental trivsel blandt mænd, og det har skabt aktivitet på de sociale medier i form af svar på meningsmålinger og likes.

Aktivitetstallene i boksen til højre vidner om, at de mandlige lyttere på The Voice ikke alene har lyttet til radioindslagene. En større gruppe har også taget aktiv del i debatten, og kampagnen på The Voice har derfor bidraget til at indfri succeskriteriet om at skabe øget aftabuisering af mental mistrivsel blandt mænd.

61% af de mandlige lyttere er bange for at fremstå svage, hvis de taler åbent om deres mentale udfordringer.

67% af de mandlige lyttere har overvejet at droppe ud af en uddannelse eller stoppe på arbejdet grundet mental mistrivsel

56% af de mandlige lyttere vil ikke gå til deres lærer eller arbejdsgiver, hvis de har udfordringer på uddannelsen eller jobbet.

Lyttertal: 326.000

Story-reach

1.715 personer så i gennemsnit hvert story-opslag (fra 1.063 -3.167)

Antal deltagere i meningsmålingerne: 1.176

Antal likes: 134

Mentions:

Headspace er blevet nævnt 15 gange

“Der er ikke nogen nedre grænse for, hvornår det er ok at tale med nogen, hvis man ikke lige er på toppen.

Det er altid okay”

Nicolas, vært på The Voice



**BAUER MEDIA
& headspace**

REDAKTIONELT SAMARBEJDE


The Voice

Uge 41 2020

HELT ÆRLIG MAND

Evaluering af mini-webserie om åbenhed og maskulinitet

Mange mænd tier stille om deres problemer. Som led i headspace+ er der derfor skabt en serie af samtalevideoer mellem Morten Humme og Pede B. I miniserien kommer de to rappere ind på episoder i deres liv, hvor de har haft det svært, og ikke har turde tale højt om deres problemer. Med temaer som misbrug, maskulinitet og facader tager Morten Humme og Pede B hul på nogle af de emner, som er hverdag i rap-miljøet, men som alt for ofte forties. De appellerer til, at man skal være åben om sine problemer, og de mandlige SoMe-brugere kvitterer med positive kommentarer, delinger og likes.



"Der er ingen, der får det bedre af at gå og brænde inde med noget, og der er ingen, der ikke fortjener at ha' det godt "

Morten Humme, tidl. Rapper og poet

Mange af de unge sætter facader op

I videoerne kommer Morten Humme og Pede B ind på deres egne erfaringer med at sætte facader op. De to rappere beretter, at de alt for ofte har holdt deres udfordringer for sig selv, og det er et mønster, som mange af de unge følgere genkender: "Min far drikker. Jeg er 20 år, og bange for at blive som ham. Alligevel taler vi aldrig om det" (kommentar fra følger)

I en meningsmåling foretaget af Det Sociale Netværk i forbindelse med videoerne svarer hele 90% af deltagerne, at de sætter facader op for at fremstå bedre eller stærkere i omverdenens øjne, og det viser hvorfor kommunikationsindsatser er et vigtigt element i forhold til at øge åbenheden om mental trivsel blandt mænd.


Adspurgt om deres vilje til åbenhed svarer 70% af de unge, at de har svært ved at være åbne om, hvordan de har det, og man kan derfor konkludere, at filmserien er nået ud til en gruppe af unge, hvor behovet for aftabuisering er stort.

Rappernes ærlighed høster anerkendelse fra de unge

I miniserien går Morten Humme og Pede B forrest ved at gøre sig sårbare, og det høster anerkendelse, særligt fra de mandlige følgere. De mandlige følgere kvitterer for åbenheden med kommentarer som "Sejhedsmennesker", "KÆMPE RESPEKT", "næsegrus beundring" og "Big up gutter!", og deres reaktioner er et tegn på, at videoerne har formået at røre noget i mændene, som de synes er vigtigt.


I løbet af den første uge er filmene blevet set 26.560 gange. Dertil kommer, at de er blevet liked, delt eller gemt 2.206 gange. Bl.a. af en ung mand, der har delt videoerne med sine venner med den begrundelse, at de "giver stof til eftertanke".

Delingerne og kommentarerne er dokumentation for, at miniserien har igangsat en dialog om åbenhed blandt de mandlige følgere. Ud af 2760 unge, som har set filmene på instagram, var 24% helt nye brugere, og filmene har derfor formået at række ud til unge, der ikke i forvejen følger headspace. Konklusionen er, at miniserien har skabt basis for aftabuisering. Ikke blot hos den snævre målgruppe i headspace+, men også hos unge, som ikke traditionelt udgør en del af Det Sociale Netværks følgerskare.




"Mega fedt! Den video kunne jeg godt have haft brug for at se, da jeg var yngre"

Mandlig følger om videoerne



"Super fede perspektiver og et anderledes greb på nogle emner, som ikke mange rappere snakker om"

Mandlig følger om videoerne



"Fedt at høre jer være så ærlige"

Mandlig følger om videoerne

90% af de
adspurgte sætter
facader op

70% af de
adspurgte har
svært ved at tale
om, hvordan de
har det

Reach og engagement

Film: Misbrug

Reach på Facebook: 3.500. Engagement: 500 (likes, delinger, kommentarer, klik)

Reach på Instagram: 1211. Engagement: 53 likes, 10 gemt, 24% fulgte ikke headspace IG profil

Film: At tale om det

Reach på facebook: 9.100. Engagement: 1050 (likes, delinger, kommentarer, klik)

Reach på Instagram: 749

Engagement: 25 likes, 5 gemt

19% fulgte ikke headspace IG profil

Film: Venner og facade

Reach på Facebook: 11.200. Engagement: 1.600 (likes, delinger, kommentarer, klik)

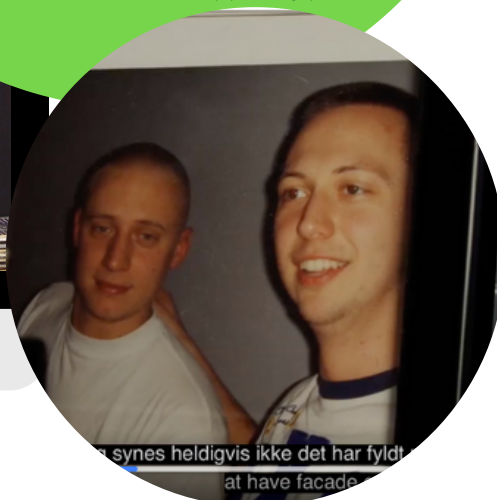
Reach på Instagram: 800. Engagement: 28 likes, 3 gemt, 5 kommentarer

28% fulgte ikke headspace IG profil

”

"En af metoderne til at tage hånd om mit problem var at snakke om det. Og det er sådan set budskabet med serien her: Snak om det, luk op, ik vær bange. Du fortjener at blive hørt, og du fortjener kærlighed"

Morten Humme, tidl. rapper og poet



Fordele



Ulemper

- ved de to kampagnetyper

Fordele ved kampagnen på The Voice:

- Budskabet om åbenhed er nået ud til 326.000 lyttere.
- Budskabet er blevet spredt uden for kredsen af headspaceDanmarks kreds af følgere.

Fordele ved kampagnen m. Morten Humme og Pede B:

- Kommunikationsafdelingen i Det Sociale Netværk har fuld redaktionel frihed.
- Indholdet kan genbruges.
- Budskabet flugter med værdierne i headspace.

Ulemper ved kampagnen på The Voice:

- Det kan være vanskeligt, at kvalitetssikre indholdet, når værten har det sidste ord.
- Der er en risiko for, at budskabet i programmet ikke flugter værdierne i headspace.
- Der er tale om et kommercielt samarbejde.

Ulemper ved kampagnen m. Morten Humme og Pede B:

- Størstedelen af modtagerne følger i forvejen headspace.
- Behovet for aftabuivering kan potentielt være større hos unge, der ikke i forvejen kender til og følger headspace.

Delkonklusion

Evalueringen viser, at kommunikationsindsatserne i headspace+ har været succesfulde i forhold til kriteriet om at fremme åbenhed om mental mistrivsel blandt unge mænd i målgruppen for headspace+.

- ✓ **329.000 danskere har lyttet, stemt og delt i forbindelse med kampagnen på The Voice**
- ✓ **28.766 brugere på de sociale medier har set, kommenteret og delt mini-webserien med Morten Humme og Pede B.**
- ✓ **Mini-webserien med Morten Humme og Pede B tiltrak 24% nye brugere**
- ✓ **67 % af de mandlige lyttere på The Voice har overvejet at droppe ud af en uddannelse eller stoppe på arbejdet på grundet mental mistrivsel**
- ✓ **90 % af de adspurgte på headspace Danmarks instagramprofil har prøvet at sætte en facade op frem for at være tale åbent om deres problemer**

Konklusion

headspace+ er Det Sociale Netværks pilotindsats for unge mænd, og med evalueringen af projektet er der kommet vigtig viden om, hvordan et mentalt sundhedsfremmende initiativ som headspace, kan gøre en forskel for unge, særligt mænd, der har vanskeligt ved at gennemføre en uddannelse eller passe et job.

Spørgeskemabesvarelser fra de unge viser, at headspace+ har øget affabuiseringen af svære tanker og følelser samt kendskabet til headspace, således at flere unge mænd nu tør åbne sig og søge hjælp. Samtidig viser interviews med projektets samarbejdspartnere, at headspace+ har formået at skabe en tillidsvækkende, relationsbaseret, magtfri og lokalt forankrede indsats, som har været et værdifuldt supplement til eksisterende initiativer såsom skolepsykolog, studievejledning, beskæftigelsesforløb o.lign.

Gennem et særskilt fokus på unge mænd har headspace+ formået at skabe en indsats, hvor majoriteten af deltagere var mænd, og projektet er dermed et eksempel på, at det er muligt at opnå en anden kønsfordeling end i headspace, hvor to ud af tre unge traditionelt er kvinder.

Spørgeskemabesvarelserne viser, at udbyttet af headspace+ har været større blandt mændene end blandt kvinderne. Dette gælder især for de unge mænd, som enten er frafaldstruede eller oplever, at personlige problemer står i vejen for deres evne til at tage en uddannelse eller passe et job. headspace+ har dermed indfriet sin målsætning ved at gøre en forskel for den gruppe af unge, særligt mænd, som forventes at have mest gavn af indsatsen.

Med rejsen fra AaB-forløbet til formidlingsfrivillig i headspace er Morten et godt eksempel på, hvordan mødet med headspace kan sparke liv i drømmen om uddannelse, selvværd og job.

Næste skridt bør være at forankre erfaringerne fra headspace+.

Første skridt i forankringen bør være at kaste et permanent skærpet blik på målgruppen i headspace+, herunder tænke over hvordan vi med det mentalt sundhedsfremmende rådgivningstilbud headspace bedst bidrager til målsætningen om, at alle 25-årige skal være i uddannelse eller job i år 2030. Et skærpet blik på målgruppen kan f.eks. ske ved at flere headspace-centre arbejder målrettet sammen med lokale beskæftigelses- og afklaringsforløb, eller at flere centre spiller en aktiv rolle i arbejdet med elevtrivsel på FGU.

Andet skridt i forankringen af headspace+ er at bruge erfaringerne fra projektet til at skabe en bedre forståelse for værdien af partnerskaber med headspace. Den viden, som er blevet skabt i forbindelse med projektet, vil i 2021 indgå i en større spørgeskemaundersøgelse med henblik på at undersøge værdien af frivillighed. En sådan undersøgelse vil være relevant for Det Sociale Netværk og for de beskæftigelsesforløb, uddannelsesinstitutioner, kommuner, regioner og lignende, der overvejer at indgå i et partnerskab med headspace, eller som allerede gør det.

Referencer

CABI: CABI's ungeanbefalinger, 2019

CEFU: Hvem er de unge ledige, 2011

EN AF OS: Mænd og psykisk sygdom, 2013

Forum for Mænds Sundhed: Mænd og psykiske problemer, 2016

Københavns Kommune: Selvrapporterede årsager til ledighed, 2016

Statens Institut for Folkesundhed, 2019/2020

Psykiastrifonden: Støtte til sårbare elever, 2012

Regionstrivsel.dk, 2020

Rockwool Fonden: Drengene trives dårligere i skolen end piger- også i Høje-Taastrup, 2016

VIVE: Litteratur-review om progression for ikke-arbejdsmarkeds-parate ledige, 2017