

Evaluering af headspace - BILAG

Slutevaluering udarbejdet for headspace Danmark

August 2015



Bilag 1

Følgende bilag indeholder den kvantitative databehandling af hhv. registreringsdata, herunder kendskab og første kontakt til headspace, antal af henvendelser, brugernes karakteristika og problematikker samt data fra spørgeskemaundersøgelsen blandt brugerne, herunder progressionen i forhold til deres trivsel.

1.	Kendskab og den første kontakt.....	3
1.1	Hvor har du hørt om headspace?	3
1.2	Henvendelsesform første gang.....	3
2.	Antal af brugere og henvendelser.....	4
2.1	Antal brugere.....	4
2.2	Antal henvendelser.....	5
2.3	Antal henvendelser pr bruger.....	5
2.4	Antal henvendelser pr. bruger, fordelt på center	6
3.	Brugernes karakteristika	7
3.1	Brugernes alder.....	7
3.2	Udvikling af brugernes alder.....	8
3.3	Brugernes alder fordelt på center.....	9
3.4	Brugernes køn.....	9
4.	Brugernes problematikker.....	10
4.1	Motivation for at henvende sig til headspace	10
4.2	Brugere med svære personlige problematikker	11
4.3	Har eller er den unge i kontakt med det offentlige system?	12
5.	Virkning (Outcome Session Scale).....	13

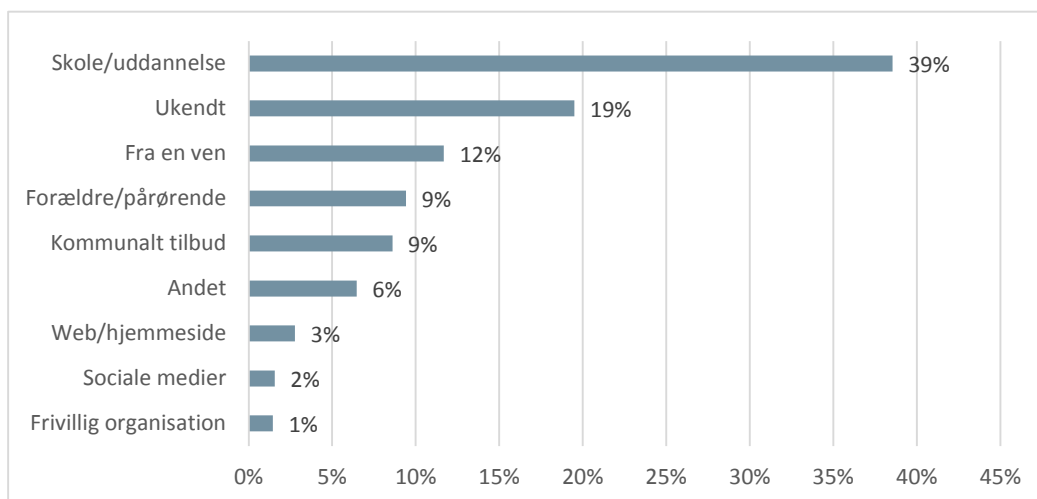
1. KENDESKAB OG DEN FØRSTE KONTAKT

1.1 Hvor har du hørt om headspace?

Brugerne har primært fået kendskab til headspace via deres skole/uddannelse (39 pct.). Ved midtvejsevalueringen gjorde dette sig gældende for 22 pct. af brugerne. Året efter, i perioden juni 2014-maj 2015, er det tilfældet for næsten halvdelen (44 pct.).

Derudover, har brugerne typisk fået kendskab til headspace via pårørende, ven eller familie (22 pct.). Kommunale tilbud har bidraget til kendskabet hos ca. 9 pct. af brugerne. De sociale medier, web/hjemmeside og andre frivillige organisationer fylder ganske lidt. Kun 6 pct. har fået kendskab herigennem.

Figur 1.1 - Hvor har du hørt om headspace? 2014/2015 (procent)

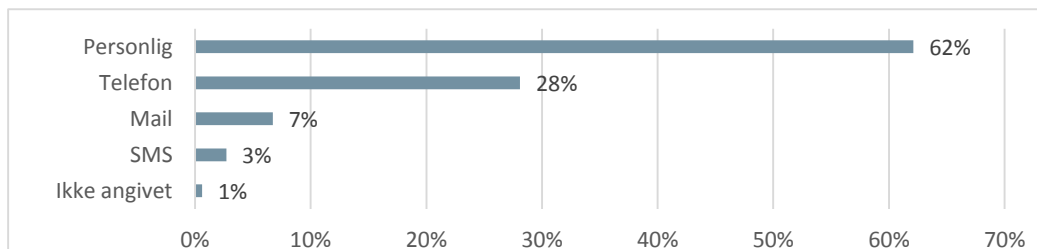


Kilde: Registreringsskema 2014/2015, Oxford research (n=3693, missing=12)

1.2 Henvendelsesform første gang

Registreringerne viser, at 62 pct. af brugerne henvendte sig personligt første gang. 28 pct. startede ud med telefonisk kontakt. 7 pct. henvendte sig via mail og 3 pct. via sms.

Figur 1.2 - Henvendelsesform første gang, 2014-2015



Kilde: Registreringsskema 2014 og 2015, Oxford Research (n=3.714)

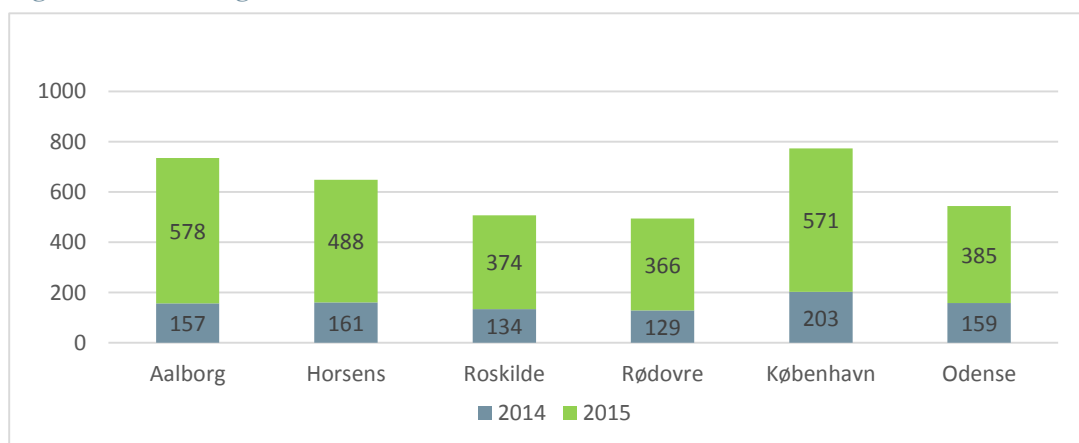
2. ANTAL AF BRUGERE OG HENVENDELSER

2.1 Antal brugere

Antallet af brugere af headspace centrene er steget markant i projektperioden. Ved midtvejsevalueringen blev der i alt registreret 943 brugere. Året efter er der registreret yderligere 2.762 brugere. På tværs af de seks centre er der i alt 3.705 unge¹, som har henvendt sig i headspace i hele projektperioden.

Som det fremgår af figuren herunder har alle centrene oplevet en fordobling af nye brugere i andet projekt år sammenlignet med året før. Den mest markante stigning ses i headspace Aalborg. I perioden 2013-14 registrerede de 157 brugere. Året efter registrerede de 578 nye brugere. Dette svarer til tre gange så mange nye brugere som året før.

Figur 2.1 - Antal brugere 2014/2015



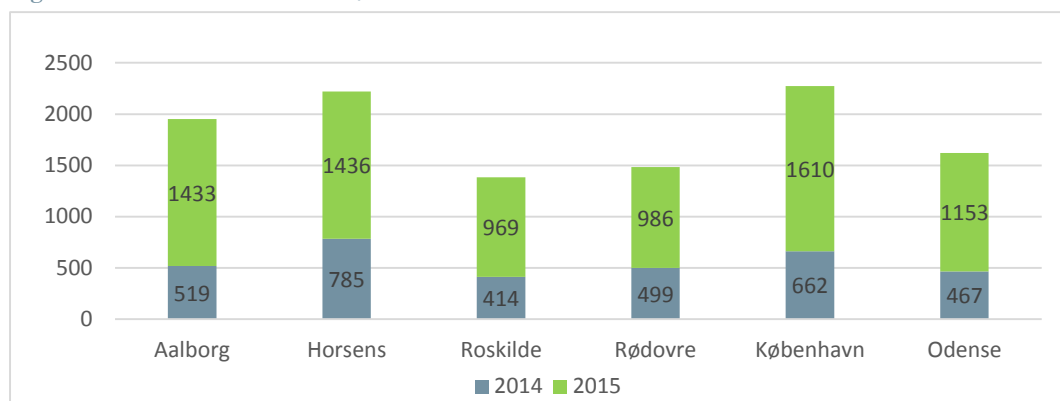
Kilde: Registreringsskema 2014/2015, Oxford Research (n=943/2.762)

¹ Henvendelser via chat og i forbindelse med udgående rådgivning er ikke inkluderet.

2.2 Antal henvendelser

I takt med at antallet af brugere i headspace centrene er steget, kan man også se, at antallet af henvendelser er øget. Det ses dog, at andelen af brugere, som kun henvender sig én gang, er steget.

Figur 2.2- Antal henvendelser 2014/2015



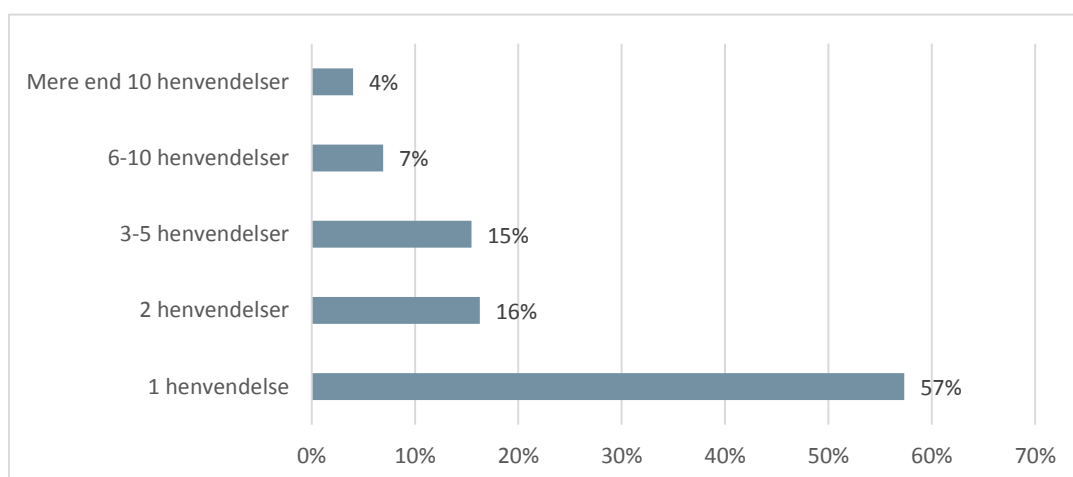
Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2014/2015 (n=3.346/7.587)

2.3 Antal henvendelser pr bruger

Størstedelen af brugerne har kun henvendt sig én gang i headspace centrene (57 pct.). I første projektår henvendte 40 pct. af brugerne sig kun én gang. Året efter gjorde dette sig gældende for 60 pct. af brugerne.

Gennemsnittet for antallet af henvendelser pr. bruger er faldet fra 3,5 i 2014 til 2,3 i 2015. Medianen² er lig med 1 begge år. Det højest antal registrerede henvendelser, pr. person, er 44 stykker.

Figur 2.3 – Antal henvendelser i headspace, pr bruger (Procent)



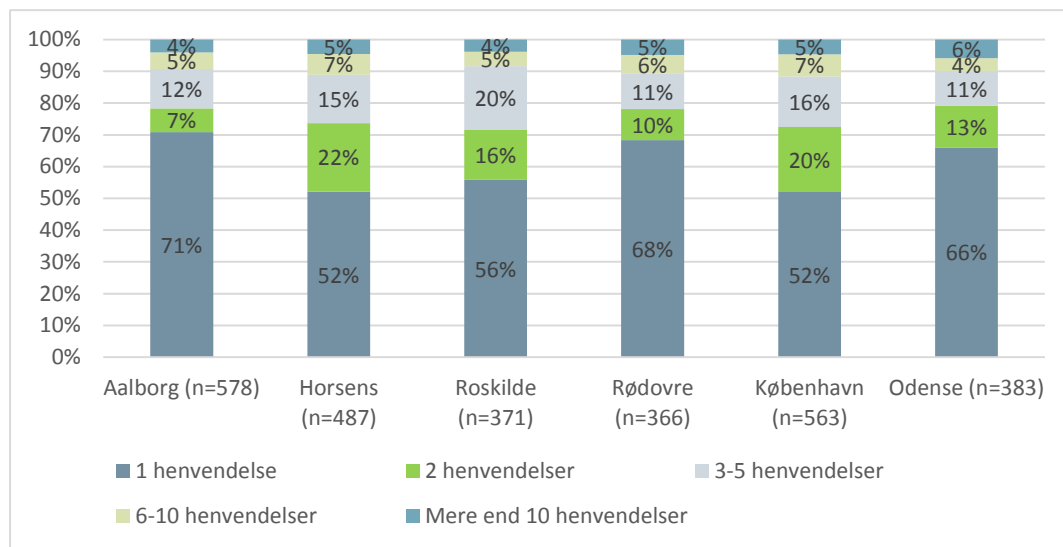
Kilde: Registreringsskema, Oxford Research, (n=3694, missing=14)

² Modsat middelværdien (gennemsnittet), er medianen ikke påvirket af ekstremerne i et datasæt. Den er derfor relevant at anvende i denne analyse, da der er en lille gruppe brugere, som har henvendt sig rigtig mange gange og dermed medvirker til at skævvride gennemsnittet.

2.4 Antal henvendelser pr. bruger, fordelt på center

Som det fremgår af figur 2.4, er Aalborg, Rødovre og Odense, de centre, som har den største andel brugere, der kun henvender sig i centeret én gang i perioden 2014-15 (68-71 pct.). For de tre øvrige centre er denne andel en del mindre, men udgør stadig lidt over halvdelen af deres brugere (52-56 pct.)

Figur 2.4 - Antal henvendelser pr. bruger 2015, fordelt på center (Procent)



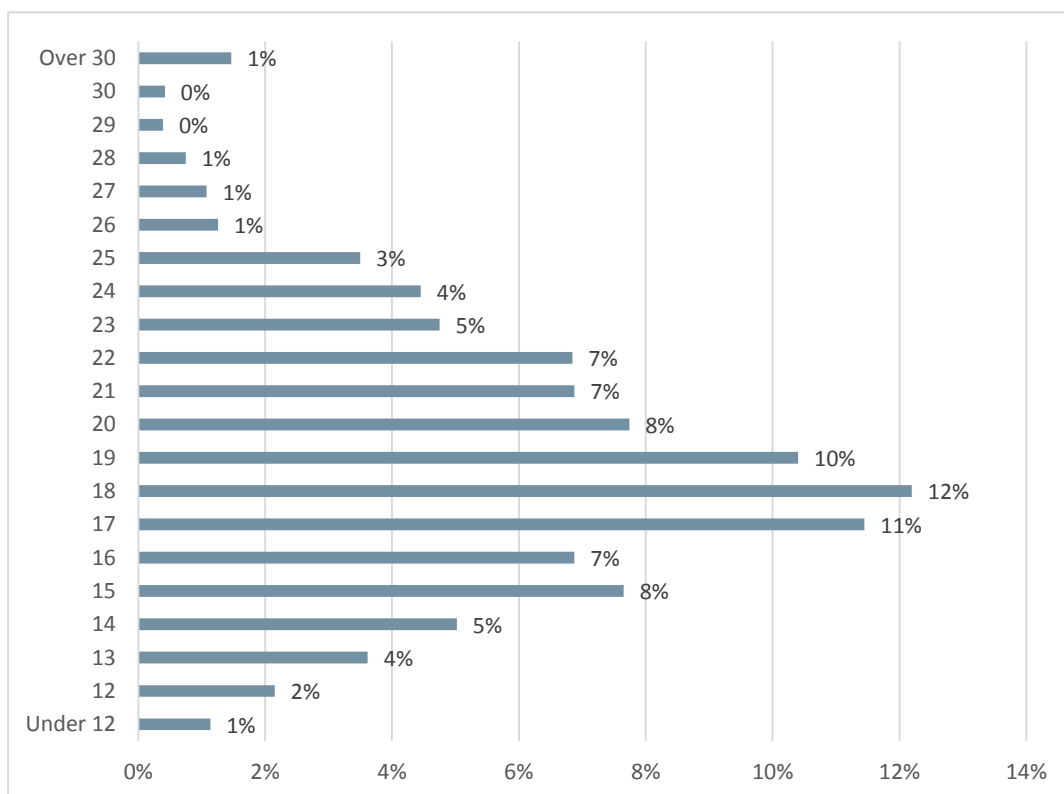
Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2015 (n=2.848, missing=14)

3. BRUGERNES KARAKTERISTIKA

3.1 Brugernes alder

Aldersmæssigt placerer brugerne sig primært inden for den definerede målgruppe fra 12-25 år. I hele projektperioden har 5 pct. af brugerne haft en alder, der gik ud over denne aldersgrænse. Disse 5 pct. består i særdeleshed af personer over 25 år. (se figur 3.1)

Figur 3.1 - Brugernes alder for alle seks centre (Procent)

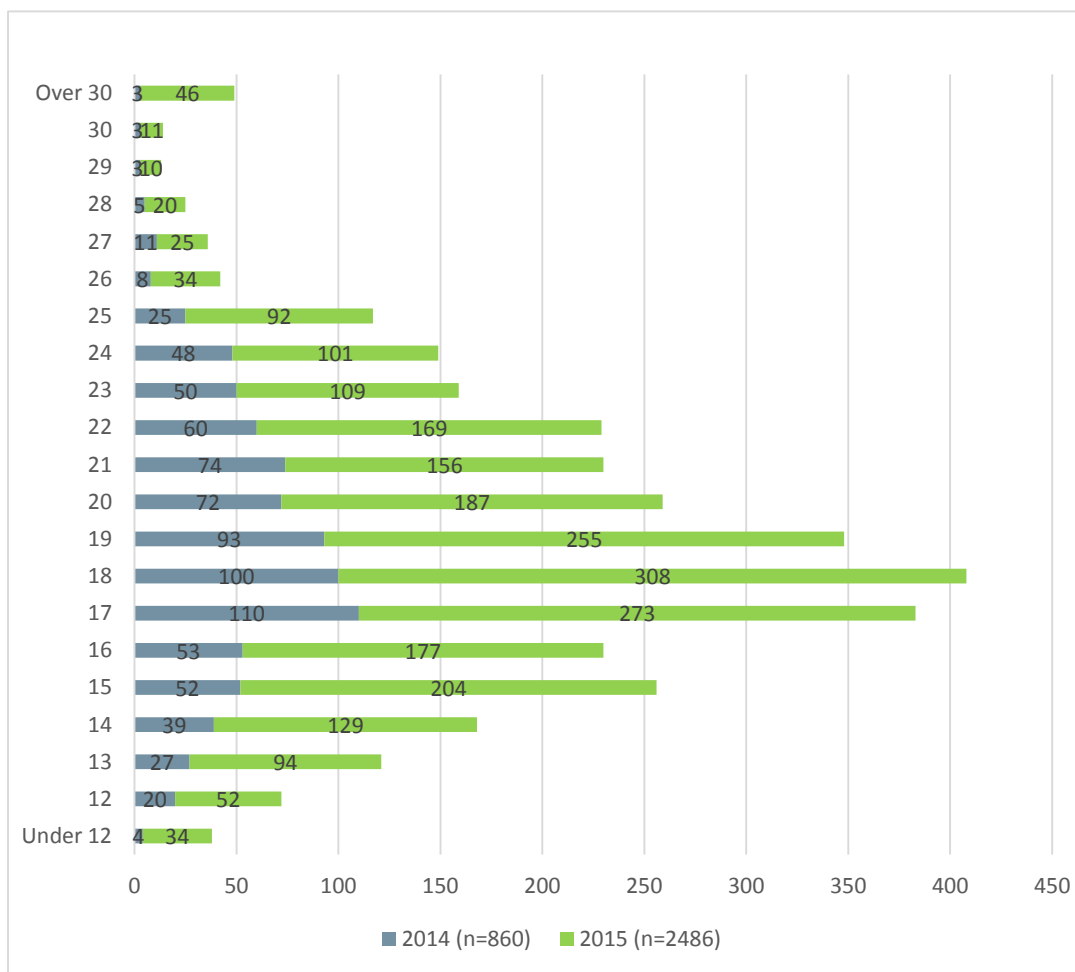


Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2014 og 2015 (n=3.346, missing=369)

3.2 Udvikling af brugernes alder

Der er sket en lille stigning i antallet af centrenes brugere, som aldersmæssigt ligger uden for målgruppen. I første projektår, blev der registreret 37 personer, som var enten under 12 år eller over 25 år. Dette svarer til ca. 4 pct. af den samlede brugergruppe. I det andet projektår, blev der registreret 180 personer i denne kategori, hvilket udgør 7 pct. af brugerne det år.³

Figur 3.2 Udvikling af headspace brugernes alder, 2014/2015 (Antal)



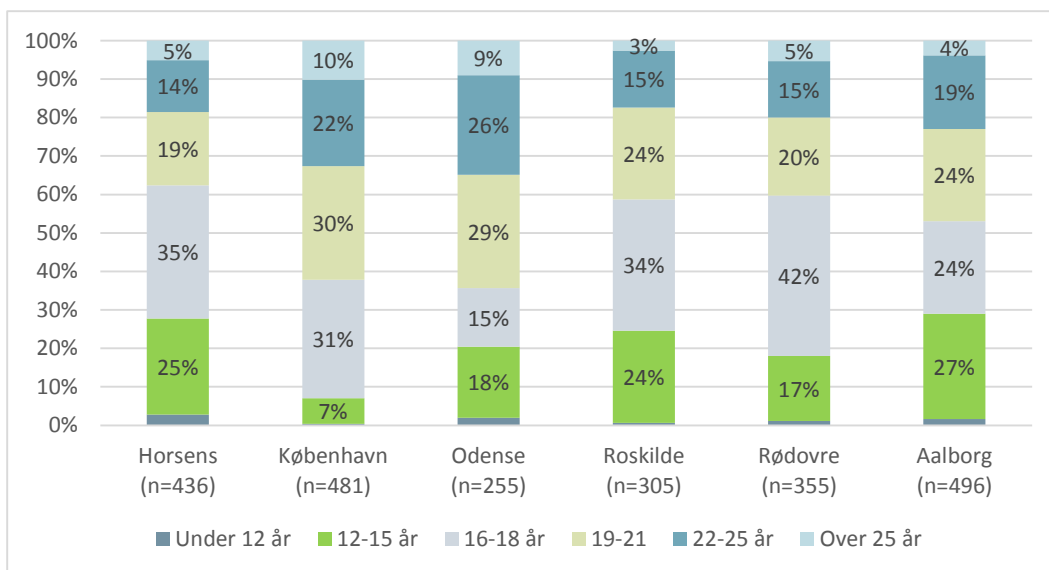
Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2014 og 2015 (n=860/2.468, Missing=83/304).

³ Registreringerne dækker kun brugere, som er registreret i forbindelse med henvendelse i et headspace center.

3.3 Brugernes alder fordelt på center

Aalborg har det laveste aldersgennemsnit med 17,8 år, hvorimod København toppet med en gennemsnitsalder på 20,3 år. De øvrige centre har alle et gennemsnit omkring 18-19 år. København er det center, som har færrest unge brugere i alderen 12-16 år (7 pct.). I dette center, findes der ligeledes den største andel unge over 18 år (ca. 52 pct.).

Figur 3.3 - Aldersfordelingen i de enkelte centre, 2015 (Procent)

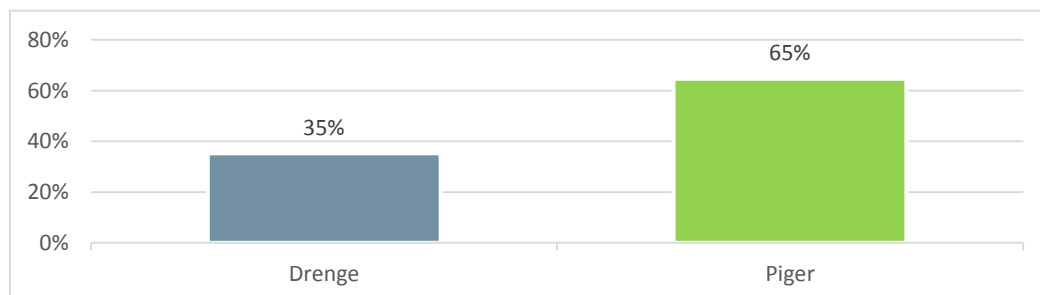


Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2015 (n=2.328, missing=444)

3.4 Brugernes køn

Der er en overvægt af kvindelige brugere, som henvender sig i headspace centrene. Som figuren herunder viser, var der i hele projektperioden ca. 65 pct. piger og 35 pct. drenge. Dette mønster er gennemgående for alle seks centre. Dette mønster går igen i de seks centre med små afvigelser. Odense er det center, som har den største andel drenge (40 pct.), hvor København er det center, som har den mindste andel (31 pct.).

Figur 3.4 - Brugernes køn (Procent)



Figur 1 Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2014/2015 (n=3.705)

4. BRUGERNES PROBLEMATIKKER

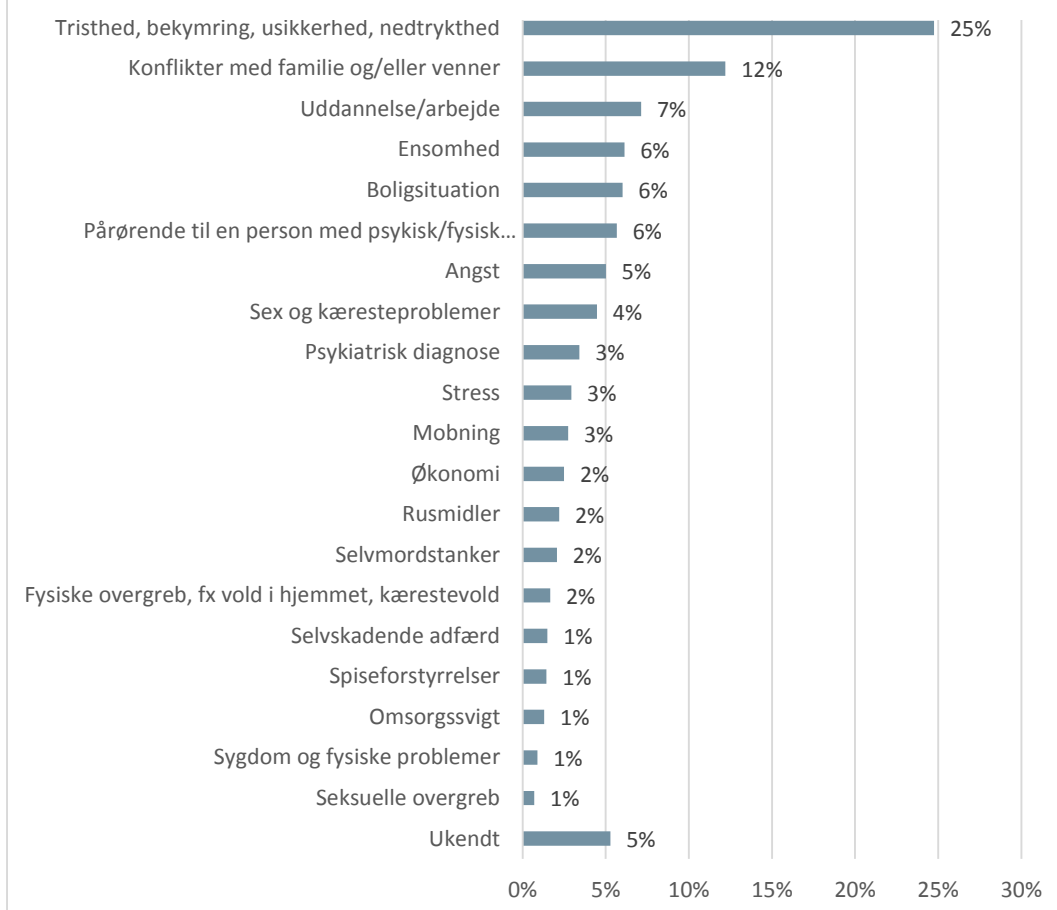
4.1 Motivation for at henvende sig til headspace

”Tristhed, bekymring, usikkerhed og nedtrykthed” er den problematik, som størstedelen af brugerne henvender sig med (25 pct.) Dernæst, henvender brugerne sig til headspace på grund af ”konflikter med familie og/eller venner” (12pct.) og ”uddannelse og arbejde” (7pct.). (Se figur 11). Der er ikke sket nogen nævneværdig udvikling siden midtvejsevalueringen, hvor det var de samme problematikker, der gjorde sig gældende.

I 2015 havde 48 pct. af brugerne mere end én problematik, hvilket er et par procent højere end året før.

Overordnet set, er der også kun små forskelle imellem de seks centre. I Roskilde er der mange brugere, som henvender sig på grund af problematikker omkring Uddannelse/arbejde (19pct.). I København henvendte 7 pct. sig på grund af spørgsmål vedrørende bolig.

Figur 11 - Motivation for at henvende sig til headspace (Procent)



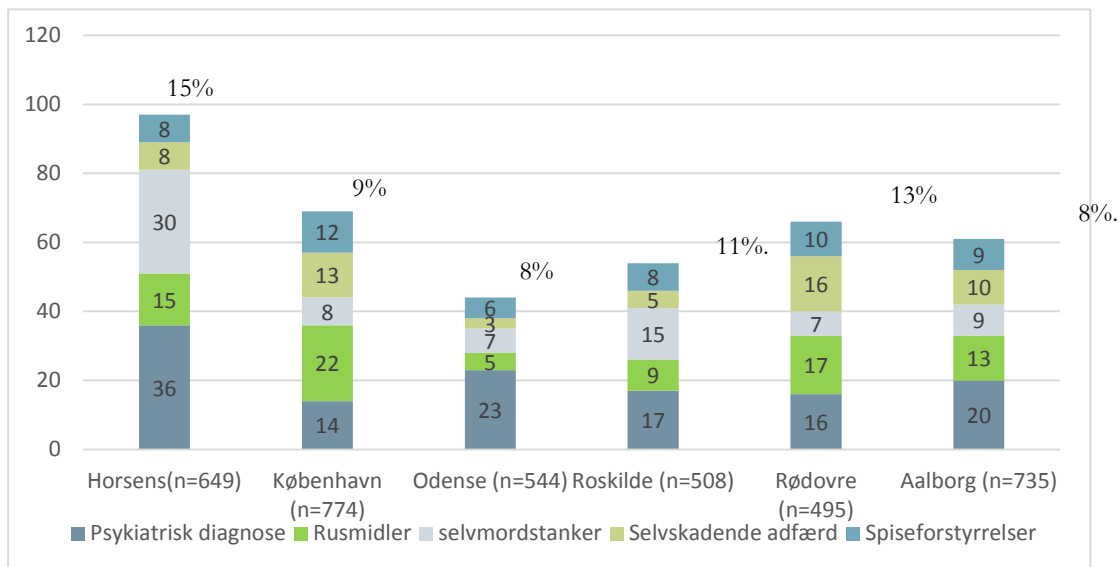
Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2014-2015 (n=3.688)

4.2 Brugere med svære personlige problematikker

Figur 4.2 viser antallet af brugere, som har henvendt sig til de enkelte centre med en svær personlig problematik (selvmordstanker, selvskadende adfærd, psykiatrisk diagnose, rusmidler eller spiseforstyrrelser).

headspace Horsens er det center, som har modtaget flest unge med svære personlige problematikker (15 pct. af brugerne i dette center). De oplever i særdeleshed unge med psykiatriske diagnoser eller selvmordstanker. Dernæst kommer Rødovre, som har oplevet, at 13 pct., af deres brugere, har haft en svær personlig problematik. I Roskilde gør dette sig gældende for ca. 11 pct. af brugerne.

Figur 4.2 - Brugere med svære personlige problematikker (Antal, og samlet andel af brugerne i centeret med disse problematikker)



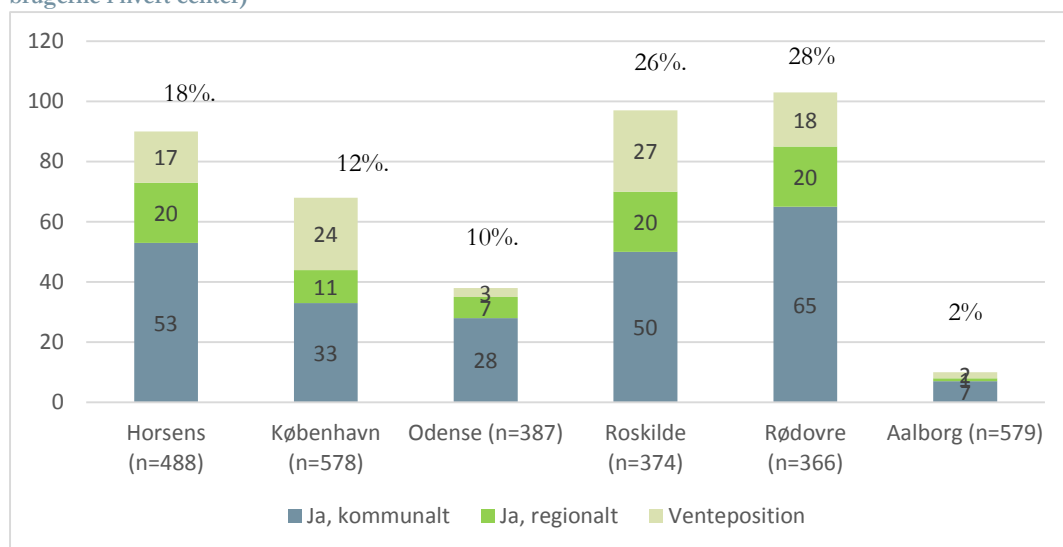
Kilde: Registreringsskema, Oxford Research 2014 og 2015 (n=3.705)

4.3 Har eller er den unge i kontakt med det offentlige system?

I perioden 2014-15⁴ havde headspace Rødovre, Horsens og Roskilde en relativt stor gruppe brugere, som er/har været tilknyttet til det offentlige system, eller står i venteposition til et offentligt tilbud. Rødovre har den største andel brugere med en sådan tilknytning (ca. 28 pct.). Dernæst kommer Rødovre (26 pct.) og Horsens (18 pct.). Aalborg er det center, som har registreret færrest brugere, som er en del af det offentlige system i denne periode (2 pct.).

Samlet set, har 15 pct. af brugerne i headspace, i perioden 2014-2015, været tilknyttet det offentlige system eller været i venteposition.

Figur 4.3 - Har eller er den unge i kontakt med det offentlige system? 2015 (Antal, og samlet andel af brugerne i hvert center)



Kilde: Registreringsskema 2015, Oxford Research (n=2.772)

⁴ Grundet ændringer i registreringsskemaet, fremgår dette spørgsmål ikke i registreringsskemaet i perioden 2013-14. Det er derfor ikke muligt at inkludere tal fra denne periode. Registreringerne dækker desuden kun brugere, der har henvendt sig direkte i et headspace center. Unge fra chat og udgående funktion er ikke inkluderet.

5. VIRKNING (OUTCOME SESSION SCALE)

Tabel 1-4 viser udviklingen i den gennemsnitlige trivsel blandt brugerne, fordelt på de seks headspace centre.

På baggrund af brugernes besvarelser, ses der en vækst i den selvvaluerede trivsel i alle seks centre. Denne vækst ses på alle fire aspekter; *Dig selv og dine tanker*, *Nære relationer*, *Socialt* og *Generelt*, men er mest markant ved aspekterne *Dig selv og dine tanker* og *generelt*.

Ved ”tre eller flere gange”, kan der måles en signifikant sammenhæng mellem center og trivsel. Særligt brugerne i headspace Aalborg scorer gennemgående lidt højere end i de øvrige centre.

Tabel 5.1 - Dig selv og dine tanker (Gennemsnit på en skala fra 1-8)					
Center/Antal headspace	gange	i	Første gang	Anden gang	Tre gange eller mere
Horsens			3,7	4,3	4,5
København			3,3	4,5	4,7
Odense			3,5	4,4	4,6
Roskilde			3,2	4,5	4,7
Rødovre			3,2	4,4	4,5
Aalborg			3,2	4,8	5,1

Signifikant på ”tre gange eller mere” $p=0,000$

Tabel 5.2 - Nære relationer (Gennemsnit på en skala fra 1-8)					
Center/Antal headspace	gange	i	Første gang	Anden gang	Tre gange eller mere
Horsens			4,6	4,8	5,0
København			4,5	4,8	5,1
Odense			4,4	4,8	4,9
Roskilde			4,6	5,0	4,9
Rødovre			4,4	5,2	4,9
Aalborg			4,8	5,1	5,4

Signifikant på ”tre gange eller mere” $p=0,000$

Tabel 5.3- Socialt (Gennemsnit på en skala fra 1-8)					
Center/Antal headspace	gange	i	Første gang	Anden gang	Tre gange eller mere
Horsens			4,0	4,2	4,5
København			4,1	4,6	4,6
Odense			3,9	4,2	4,5
Roskilde			4,3	4,9	4,9
Rødovre			3,7	4,7	4,7
Aalborg			4,3	4,5	5,1

Signifikant på ”tre gange eller mere” $p=0,000$

Tabel 5.4 - Generelt (Gennemsnit på en skala fra 1-8)

Center/Antal gange i headspace	Første gang	Anden gang	Tre gange eller mere
Horsens	3,8	4,2	4,6
København	3,7	4,5	4,8
Odense	3,7	4,4	4,7
Roskilde	3,6	4,5	4,8
Rødovre	3,5	4,5	4,7
Aalborg	3,8	4,7	5,1

Signifikant på ”tre gange eller mere” $p=0,000$