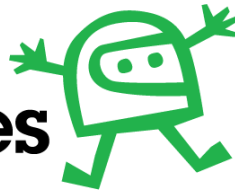


# BABYSIKKER

## SLUTRAPPORT

Marts 2018

**Børneulykkes  
fonden**



Fagligt Selskab for  
Sundhedsplejersker



## Indhold

Indledning til BabySikker .....	3
Formål og målgruppe .....	3
BabySikker kampagneboks .....	3
BabySikker app .....	4
Partnerskabet .....	4
Partnerskabets rollefordeling .....	5
Partnerskabet – beskrivelse og vurdering .....	5
Partnerskabets samarbejdsmodel og rollefordeling .....	6
Sammensætning af partnerkredsen .....	6
Partnerskabets ledelse og organisering .....	6
Planlægning og beslutningstagning .....	6
Relationer og samarbejde i partnerskabet .....	6
BabySikker – beskrivelse og vurdering .....	6
Forventninger til BabySikker .....	7
Resultater af brugerundersøgelsen .....	7
Målgruppen: .....	7
Kampagnens værdi: .....	8
Kampagneboksen: .....	8
Øvrige inputs og kommentarer til kampagnen .....	9
Konklusion .....	9

## Indledning til BabySikker

Nedenstående afsnit beskriver kampagnens formål, indhold og udformning.

### Formål og målgruppe

Kampagnen BabySikker er en hjælp til at skabe trygge og sikre rammer fra barnets første tid, og bryde den socialt betingede ulighed der er i forekomsten af børneulykker. Den primære målgruppe for kampagnen BabySikker er derfor unge mødre. Børn er naturligt nysgerrige, med en iver for at udforske omverdenen og sig selv heri, hvilket er forældrenes fornemmeste opgave at støtte op omkring. Med kampagnen ønskes at inspirere unge, nybagte forældre/mødre til at skabe en sikker og tryk hverdag med et spædbarn.

BabySikker er udarbejdet i et partnerskab mellem Børneulykkesfonden, Fagligt Selskab for Sundhedsplejersker og Dansk Sygeplejeråd. Materialet skal anvendes som en hjælp til at skabe sikre rammer omkring barnet ved at forebygge børneulykker og skabe trivsel i barnets første leveår. Allerede fra spædbørnsstadiet er målet altså at skabe sikre rammer for udsatte børn, gennem lettilgængelig oplysning og konkrete praktiske redskaber.

Formålet med partnerskabet for BabySikker er baseret på fakta omkring den socialt betingede ulighed i forekomsten af børneulykker. Børn fra familier med lav indkomst har 50 % flere skadestuebesøg og 60 % flere indlæggelser end børn fra familier med høj indkomst. Ved ulykker, hvor medicin ved en fejl er blevet indtaget, er tallet 90 % højere, og ved skoldninger og forbrændinger er tallet helt oppe på 140 % (SIF, 2009 <http://www.si-folkesundhed.dk/Udgivelser/B%C3%B8ger%20og%20rapporter/2006/B%C3%B8rneulykker%20i%20Danmark.aspx>).

Af andre parametre, der har betydning for antallet af ulykker, kan nævnes mødrenes uddannelsesniveau samt mødrenes alder (Lauersen B, Nielsen JW, 2008). Ved at fokusere på målgruppen unge mødre i alderen 15-21 år, hvor både indkomst- og uddannelsesniveau oftest er lavere end landsgennemsnit, adresserer partnerskabet en højst relevant målgruppe inden for forebyggelse på sundhedsområdet.

Til partnerskabet for BabySikker er bevilget midler fra ministeriet for Sundhed og Forebyggelse i perioden år 2014-2017.

### BabySikker kampagneboks

Kampagneboksen, BabySikker, er et fysisk materiale, der distribueres gennem sundhedsplejens hjemmebesøg og er dermed lettilgængeligt for målgruppen. Det informative og vejledende materiale i boksen er udviklet ud fra devisen om, at det skal være nemt, overskueligt og motiverende at komme i gang med at praktisere en sikker og ansvarlig adfærd. For at sikre dette er materialeboksen udviklet i samarbejde med sundhedsplejersker, en fysioterapeut og en pædagogisk konsulent.

I udarbejdelsen har det været vigtigt at gøre budskaberne tilgængelige for alle, uanset uddannelsesniveau eller indkomst. Dette kommer til udtryk i den sproglige formidling såvel som

det faktum, at boksen leveres uden brugerbetaling, ligesom formidlingen i høj grad er baseret på visuel formidling i form af konkrete redskaber som motorikkort med inspiration og ulykkeskort.

Materialeboksens indhold:

- Adgang til en BabySikker-app med forslag til forebyggelse i og omkring hjemmet, lege og motoriske bevægelser kombineret med små film, der viser de enkelte øvelser, notifikationer i forhold til barnets udvikling, mulighed for at uploade egne billeder, favoritfunktion m.m.
- Ulykkeskort med illustrationer af situationer i og omkring hjemmet med markeringer på de områder, der kræver særlig opmærksomhed og med tilhørende vejledning til forebyggelse.
- Illustrative kort med motoriske lege og aktiviteter med udgangspunkt i forskellige udviklingsmønstre.
- Legetøjstester
- Refleks til barnevogn
- Hjørnebeskytter
- Skuffesikring
- MyKit førstehjælpskasse med plastre, forbindinger, sårservietter m.m.
- Oversigt over og vejledning omkring mest relevant forbrugermærkning.
- "Sikkerhedstjekliste".



### BabySikker app

Tilhørende det fysiske materiale er også udviklet en app. Appen supplerer det fysiske materiale ved, at brugeren hele tiden har informationerne lige ved hånden.

Funktioner:

- Gode råd, idéer og inspiration til ulykkesforebyggelse i og omkring hjemmet.
- Instruktionsvideoer til de motoriske øvelser.
- Oversigt over de mest almindelige forbrugermærkninger og faresymboler.
- Notifikationer med gode idéer til motoriske lege og bevægelser samt konkrete råd til ulykkesforebyggelse.

### Partnerskabet

BabySikker er udviklet i et partnerskab mellem Børneulykkesfonden, Fagligt Selskab for sundhedsplejersker og Dansk Sygeplejeråd med ét fælles formål: At reducere den sociale betingede ulighed i forekomsten af børneulykker.

Overordnet har partnerskabet tre forebyggende indsatser:

1. At vejlede omkring og støtte op om at skabe sikre fysiske rammer og omgivelser omkring barnet.
2. At vejlede omkring og støtte op om sikker adfærd hos barnets omsorgspersoner.
3. At vejlede omkring og støtte op om, at barnet hjælpes til en sund og alderssvarende motorisk udvikling, idet ulykker ligeledes forebygges gennem fysisk og motorisk kunnen.

### Partnerskabets rollefordeling

#### *Børneulykkesfonden*

Kampagnesekretariatet har fysisk været placeret i Børneulykkesfondens kontor i København.

Børneulykkesfonden har haft følgende ansvarsområder:

- Produktion af kampagnemateriale (BabySikker kampagneboks).
- Pædagogisk konsulentbistand ved udvikling af materialeboksens indhold.
- Bidrage med viden om forebyggelse af ulykker, herunder viden om forebyggelse gennem øgede motoriske kompetencer.
- Evaluering, herunder dialog med testpersoner samt udarbejdelse af evalueringsdesign.
- Lageropbevaring, pakning og udsendelse til sundhedsplejersker.
- Markedsføringsplan og markedsføring af BabySikker.
- Servicering af kommuner ift. udbredelse af kampagnematerialet.
- Udarbejdelse af skriftligt informationsmateriale vedr. kampagnen.
- Udsendelse af pressemeddelelser og øvrig håndtering af pressen.
- Opsætning og opdatering af kampagnesitet [www.babysikker.dk](http://www.babysikker.dk)

#### *Dansk Sygeplejeråd / Fagligt Selskab for Sundhedsplejersker*

Dansk Sygeplejeråd og Fagligt Selskab for Sundhedsplejersker har haft følgende ansvarsområder:

- Sundhedsfaglig konsulentbidrag ved udvikling af kampagnemateriale.
- Faglig sparring ift. målgruppens særkende og behov.
- Uddelingen af kampagnemateriale ved hjemmebesøg og anden kontakt med målgruppen.
- Udbredelse af kendskab til materialet indenfor sundhedsplejen.

#### *Kommunernes Landsforening*

Kommunernes Landsforening har bidraget med følgende til partnerskabet:

- Udbredelse af kendskab til partnerskabets initiativer til kommuner og relevante samarbejdspartnere, som et led i at gøre partnerskabets initiativer til en national og fælles forebyggelsesstrategi inden for sundhedsområdet.

### Partnerskabet – beskrivelse og vurdering

Følgende afsnit indeholder vurderinger af partnerskabets gennemførelse, resultater og erfaringer. Vurderinger er alle foretaget iht. de fra start indgående aftaler jf. "Partnerskabets rollefordeling" og de opfølgende spørgeskemaer "Evaluering af partnerskabspuljen".

## Partnerskabets samarbejdsmodel og rollefordeling

Partnerskabets arbejdsmodel og rollefordeling er fulgt og overholdt af alle partnere jf. "Partnerskabets rollefordeling".

## Sammensætning af partnerkredsen

Partnerskabet tog afsæt i tidligere erfaringer skabt mellem Børneulykkesfonden og sundhedsplejen, hvor udvalgte sundhedsplejersker landet over har uddelt Børneulykkesfondens "Sikkerhedsboksen". Med BabySikker har tidligere erfaringer ledt til et partnerskab, der i endnu højere grad rammer målgruppen. Partnerskabet har haft stor værdi i dets udformningen og oplevet uundværligt for udfoldelsen af BabySikker. De implicerede partnere har bistået med nødvendig viden og ekspertise fra hvert sit fagområde, målrettet BabySikker. Dette har været af stor betydning for kampagneboksens indhold, udbredelse og gennemførelse på landsplan.

## Partnerskabets ledelse og organisering

Fra projektets start har Børneulykkesfonden i høj grad været initiativtager og drevet projektet jf. "Partnerskabets rollefordeling". Det er oplevet, at alle i partnerskabet i meget høj grad har bakket op omkring samarbejdsprocesser og har investeret tid, penge, personer, materialer, faciliteter og andre ressourcer i projektet.

Et flydende og velfungerende partnerskab kan yderligere tilskrives værdien af, at alle nøglepersoner i partnerskabet har været med gennem hele processen.

## Planlægning og beslutningstagning

Partnerskabets beslutninger er i høj grad taget i fællesskab, og kommunikationen mellem partnerne har primært fungeret via mail- og telefonkorrespondancer. Alt materiale udviklet til kampagnen er godkendt af alle parter. Ligeledes har partnerne koordineret omkring lancering, status, udsendelse af nyhedsbreve til Sundhedsplejersker, info på partnernes hjemmesider m.m. Samarbejdet omkring beslutninger har i høj grad fungeret.

## Relationer og samarbejde i partnerskabet

Der er oplevet et respektfuldt og ligeværdigt partnerskab med høj grad af fælles ejerskab for projektet. Parterne imellem har alle haft klart definerede roller og været engagerede i projektet. Videndeling i partnerskabet har været af uformel karakter og fungeret efter følgende form. Der har været et minimum af udfordringer undervejs, der har kun været få udfordringer i udviklingsfasen af BabySikker. Der opstod et tidspres grundet en godkendelse af materialet, som krævede godkendelse af alle parter. Dette blev håndteret på en fin måde ved at sende en høflig rykker på en gennemgang af det fremsendte materiale, og opgaverne er blevet løst på den måde.

## BabySikker – beskrivelse og vurdering

Dette afsnit har til formål at vurdere partnerskabets forventede resultater for BabySikker ud fra en opfølgende brugerundersøgelse.

## Forventninger til BabySikker

Det overordnede formål med BabySikker har fra projektets start været at forbygge børneulykker ved en målrettet og håndgribelig kampagne for unge mødre. Kampagnens fokus på unge mødre blev skabt ud fra det faktum, at der findes en stor socialt betinget ulighed i forekomsten af børneulykker (Lauersen B, Nielsen JW, 2008).

Med BabySikker har formålet tilmed været at bidrage til følgende nationale mål: Nr. 1 "Den sociale ulighed i sundhed skal mindskes", mål nr. 2 "Flere børn skal trives og have mental sundhed" og mål nr. 7 "flere skal røre sig mere".

For at imødekomme denne målsætning blev kampagneboksen udviklet ud fra følgende principper:

- Boksen skal være en konkret og målrettet hjælp til, at unge mødre kan skabe sikre rammer for deres børn og udvise sikker og ansvarlig adfærd, for derigennem at være med til at forebygge børneulykker og skabe trivsel allerede fra barnets første leveår.
- Boksen skal være lettilgængelig for målgruppen. Dette sikres ved, at den distribueres gennem sundhedsplejen i forbindelse med sundhedsplejerskernes hjemmebesøg.
- Boksen skal være nem at håndtere for sundhedsplejerskerne, der skal have den med rundt.
- Det informative og vejledende materiale i boksen skal være lettilgængeligt for målgruppen, ligesom hele materialeboksen udvikles efter devisen om, at det skal være så nemt som muligt at praktisere en sikker og ansvarlig adfærd. Dette sikres ved, at det faglige sundhedspersonale og en pædagogisk konsulent i samarbejde har udviklet kampagneboksens indhold samt dets informative og støttende initiativer. Ydermere tages bl.a. hensyn til, at målgruppen har et generelt lavere uddannelsesmæssigt niveau og en lavere indtægt end landsgennemsnittet. Konkret betyder det, at boksen er leveret uden omkostninger for modtageren, og formidlingen i høj grad er visuel i form af billeder og piktogrammer.
- Boksen skal støtte op om en udvikling af børnenes motoriske kompetencer. Dette sikres ved, at der medfølger råd og vejledning om, hvordan barnets tidligste motoriske udvikling kan understøttes.

## Resultater af brugerundersøgelsen

BabySikker vurderes på baggrund af en brugerundersøgelse, baseret på svar fra deltagende sundhedsplejersker, der har arbejdet med og videreformidlet BabySikker materialet til mødre landet over.

### Målgruppen:

Målgruppen for BabySikker har været de 15-21 årige mødre. Af brugerundersøgelsen ses det, at BabySikker primært er distribueret til mødre 15-25 år. Set i forhold til landsgennemsnittet for førstegangsfødende, der i årene 2014-2017 har ligget på 29,1-29,2 år (Dansk Statistik, 2018), kan det siges, at BabySikker er videreformidlet til landets unge mødre.

Af de adspurgte sundhedsplejersker peger 33 % på, at de 19-21 årige mødre har haft bedst effekt af BabySikker, mens andre 33 % mener, at pakken har haft god effekt hos alle forældre, de har formidlet BabySikker til.

67 % af sundhedsplejerskerne mener, at BabySikker overordnet set har haft en klar effekt for mødrene.

Af brugerundersøgelsen kan det konkluderes, at BabySikker har ramt en vigtig målgruppe. Ydermere har sundhedsplejerskerne, der har distribueret materialet, en klar opfattelse af, at BabySikker har haft en god effekt på de unge mødres forhold til sikkerhed.

#### Kampagnens værdi:

Det har været formålet med kampagnen at oplyse unge mødre om sikkerhed i hverdagen og give dem praktiske redskaber til at skabe sikre rammer for deres barn.

I brugerundersøgelsen er adspurgt; "Mener du, at BabySikker kan være med til at klæde mødre bedre på til livet som mor og ansvarlig for et lille barn?". Til dette har 92 % svaret "Ja, lidt" eller "Ja, helt bestemt". BabySikker er, ifølge sundhedsplejerskerne, et materiale med rigtig god værdi ift. at klæde mødre på til et sikkert og trygt liv for deres barn.

Kampagnen kan angives at have haft en stor brugervenlighed, da 66,7 % har erfaret, at BabySikker bliver brugt med jævne mellemrum, og yderligere 25 % oplever, at kampagneindholdet bruges hver dag.

I distribueringen af kampagneboksen har 3 ud af 4 sundhedsplejersker valgt at gennemgå pakkens indhold med mødrene/forældrene. Dette har sikret en grundig indføring i kampagnens indhold.

#### Kampagneboksen:

Formålet med kampagneboksens indhold har været at lave et let tilgængeligt og brugbart materiale ift. at give mødre gode råd og vejledning omkring sikkerhed og trivsel for børn. Foruden et skriftligt materiale har der været fysiske prøveeksemplarer på særligt relevant sikkerhedsudstyr.

I perioden 2014-2017 er der årligt blevet bestilt 2350 kampagnebokse, og i skrivende stund er der udleveret 6700 bokse. De første ca. 6 måneder blev brugt til at udvikle BabySikker, hvorved der er lidt forskydning ift. brugen af de tildelte midler og distributionen af de fysiske bokse. Første BabySikker kampagneboks blev udsendt i april 2015 og sidste parti er på vej til lageret på nuværende tidspunkt.

I brugerundersøgelsen er der spurgt ind til kampagneboksens indhold, hvortil 75 % har angivet, at den er let at forstå og arbejde med for de unge mødre. De øvrige besvarelser fordeler sig på "i nogen grad" og "i høj grad". Tilmed angiver 50 % af sundhedsplejerskerne, at materialet "i høj grad er motiverende" for mødrene, mens 33 % anser det motiverende "i nogenlunde grad". Motivationsgraden er vigtig for mødrenes tilbagevendende fokus på kampagnen og sikkerhed generelt.

I brugerundersøgelsen har det været muligt at liste de fysiske materialer efter relevans og brugbarhed. Overordnet set har alle materialer scoret højt med en rangeringsværdi på >4 på en skala 1-5, hvor den bedst anvendelige ting i boksen er legetøjstesteren med en score på 4,6.



33 % mener, at pakken burde indeholde mere, f.eks. en dørstopper så børnene ikke får fingrene i klemme, en reolsikring så reoler ikke kan vælte, gode råd ifm. uheld (forbrændinger, skoldninger, mm.) samt redskaber til at styrke børnenes motorik.

#### Øvrige inputs og kommentarer til kampagnen

Kommentarer fra sundhedsplejerskerne:

*"Bruger pakken i grupper med unge mødre under 25 år. Der er stor interesse, og vi drøfter sikkerhed i hvert rum ud fra kortene. Kortene med motoriske lege er mindre relevante, særligt plastikophæng er mit indtryk, at mødre ikke bruger".*

*"Jeg kunne godt ønske mig, at der var mere materiale, man kunne udlevere til de unge mødre, der kunne styrke børnenes motorik – måske særligt med hensyn til at børnene skal lægges meget på maven for at styrke nakke og ryg, og derigennem starte med en tidlig indsats i forhold til deres motoriske udvikling".*

*"Jeg er godt tilfreds, og det er forældrene også. Det giver anledning til en god dialog om sikkerhed, og det er godt at have noget konkret og visuelt at tage udgangspunkt i".*

*"Udbreder kendskabet til "BabySikker" til flere sundhedsplejersker. Tilføjer selv pjecen "Børns sikkerhed" fra Sikkerhedsstyrelsen til kassen. Jeg tænker, at det mere er modenhed frem for alder, der skal afgøre, hvem der skal have kassen tilbudt".*

*"Det er en super god kasse, der giver anledning til en god snak med forældrene omkring sikkerhed, men også omkring hvordan de kan være sammen med deres barn".*

Ovenstående kvalitative kommentarer fra sundhedsplejerskerne må siges at have høj supplerende værdi for vurderingen af BabySikker, da sundhedsplejerskerne, som beskrevet, har den direkte kontakt til mødre og oplever brugbarheden af BabySikker i praksis. Kommentarerne bekræfter de kvantitative tal: BabySikker foranlediger en relevant og oplysende snak om sikkerhed ud fra et inspirerende kampagne materiale. Materialet i kampagneboksen er hovedsageligt meget brugbart, kun enkelte elementer opleves ikke at have den store værdi. Udover dette er det særligt relevant for os at dvæle ved målgruppen, hvor modenhed frem for alder nævnes at skulle afgøre, hvem der fik tilbuddet om BabySikker. Dette er en aktuell overvejelse til fremtidige kampagner, da modenhed og alder ikke nødvendigvis er gensidigt afhængige.

## Konklusion

Af rapporten kan det konkluderes, at BabySikker har været til stor gavn for unge mødre og deres fokus på sikkerhed med et lille barn i hverdagen. Materialet i kampagneboksen har fået sikkerhed på dagsordenen og har foranlediget en god dialog omkring sikkerhed under sundhedsplejerskernes hjemmebesøg.

Partnerskabet kan konkluderes at have haft en positiv og unik betydning for hele processen. Der har været et godt og struktureret samarbejde alle partnere imellem og differentieret

sundhedsfaglighed har bidraget til udviklingen af et højaktuelt og inspirerende materiale med stor brugervenlighed. Partnerskabet forventes at kunne fortsætte i forbindelser med andre projekter, der har til hensigt at oplyse om børnesikkerhed.