

INSPIRATIONSKATALOG OM
INFORMATION TIL BORGERE OM
**FRIT LEVERANDØRVALG
AF HJEMMEPLEJE**

December 2019



3

INDLEDNING

6

**NÅR MAN ORGANISERER
INFORMATIONEN OM FRIT VALG**

10

**NÅR MAN KOMMUNIKERER
TIL ÆLDRE BORGERE OM FRIT VALG**

12

**NÅR MAN AFKLARER
MÅLGRUPPENS KENDETEGN**

15

**NÅR MAN VÆLGER
KANALEN AT INFORMERE IGENNEM**

20

**NÅR MAN TILPASSER
BUDSKABET TIL DEN ENKELTE**

Kolofon

Publikationen er udarbejdet af Rambøll Management Consulting for Sundhedsstyrelsen.
Grafisk tilrettelæggelse: Campfire & co. December 2019.

INDLEDNING

Alle kommuner skal informere ældre borgere om deres ret til frit valg af leverandør af hjemmepleje, herunder personlig pleje, praktisk hjælp og støtte samt madservice. Kendskabet til denne ret har været faldende gennem de seneste år. Dette katalog giver inspiration til at styrke den borgerrettede information om retten.

Ældre borgere, der modtager hjemmepleje, har ret til selv at vælge leverandør af plejen. Sådan har det været, siden reglerne om det frie leverandørvalg af hjemmepleje efter servicelovens § 83 blev indført i 2003. Kommunerne har i dag ligeledes mulighed for at anvende private leverandører på rehabiliteringsforløb efter servicelovens § 83 a. Kommunerne er dog ikke forpligtede til at tilbyde frit valg af rehabiliteringsydelse.

Dette inspirationskatalog bygger på en analyse gennemført af Rambøll Management Consulting (herefter Rambøll) for Sundhedsstyrelsen. Analysen har fokus på, hvordan kommuner med fordel kan informere ældre borgere om frit valg inden for servicelovens § 83 og § 83 a. Derudover er der sideløbende udarbejdet en kortlægning af frit valg inden for rehabiliteringsforløb efter servicelovens § 83 a samt en kortlægning af leverandørmarkedet for servicelovens § 83. Den del er afrapporteret i en særskilt rapport.

Som en del af analysen er der gennemført en spørgeskemaundersøgelse med besvarelser fra alle 98 kommuner om praksis på området. Undersøgelsen viser, at næsten alle kommuner arbejder med fastlagte procedurer for at informere ældre borgere om det frie leverandørvalg. Derudover viste en undersøgelse i 2017, at hele 92 til 99 pct. af kommunerne informerede om det frie valg i forbindelse med visitation og revisitation¹. Alligevel er kendskabet til retten til frit valg af leverandør af hjemmepleje faldet blandt borgerne med 10 procentpoint i perioden 2015-2017².

I dette inspirationskatalog kan du få inspiration til, hvordan man kan organisere og informere om retten til frit valg. Kataloget er skrevet til kommunale myndighedschefer og rummer desuden indhold til fagprofessionelle.

Rambølls analyse og dette katalog er udarbejdet med afsæt i disse kilder:

- En landsdækkende spørgeskemaundersøgelse
- Interviews med borgere, medarbejdere og ledere i 10 kommuner
- Gennemgang af alle kommuners hjemmesider
- Gennemgang af litteratur om kommunikation til ældre
- Interviews med fem eksperter i ældrekommunikation.

Du kan læse mere om kilderne i Rambølls kortlægning af samarbejde med private leverandører om rehabilitering efter servicelovens § 83 a. Kortlægningen kan findes på sst.dk



1) BDO: *Undersøgelse af konkurser på hjemmehjælpsområdet, 2017*

2) Epinion: *Brugertilfredshedsundersøgelse af ældreplejen, 2017*

LÆSEVEJLEDNING

Inspirationskataloget består af fem afsnit:

1. Det første afsnit beskriver mulig organisering af roller og arbejdsgange i forbindelse med information om frit leverandørvalg til ældre borgere.
2. Det andet afsnit sætter fokus på kendetegn ved information til ældre borgere.
3. Det tredje afsnit beskriver viden om målgruppen og giver forslag til at opdatere denne viden lokalt.
4. Det fjerde afsnit handler om de forskellige kommunikationskanaler, der står til rådighed for kommunernes information om det frie leverandørvalg.
5. Det femte afsnit drejer sig om forhold, som det som kommune kan være en god idé at overveje, når budskaberne skal målrettes til den enkelte borger.

Det første afsnit henvender sig til myndighedschefer. De resterende afsnit egner sig til, at myndighedschefer deler og drøfter dem med fagprofessionelle.

Igennem kataloget går faste typer af indhold igen: Information, udvalgte tal, redskaber, citater og praksiserfaringer. Typerne har hvert sit ikon, så de er lette at genkende – se ikonerne herunder.

OPBYGGET SOM OPSLAGSVÆRK

Du kan dykke ned i inspirationsmaterialet lige der, hvor du finder det, du er ude efter – inspirationsmaterialet minder dermed om et opslagsværk og skal ikke partout læses fra ende til anden.

Hensigten er at gøre vejen til at løfte kvaliteten af informationen til ældre borgere så kort, enkel og gennemskuelig som muligt.



Udvalgte
tal



Info



Redskaber



Praktiske
erfaringer



Lovgivning



FORMÅL OG RAMMER FOR FRIT VALG AF LEVERANDØR AF HJEMMEPLEJE



Frit valg af leverandør af hjemmepleje giver borgeren frihed til selv at vælge en privat eller offentlig leverandør af de ydelser, borgeren er visiteret til efter, egne ønsker og behov.

Efter servicelovens § 91 skal kommunalbestyrelsen skabe grundlag for, at modtagere af personlig og praktisk hjælp og madservice efter § 83 kan vælge mellem to eller flere leverandører af denne hjælp, hvoraf den ene leverandør kan være kommunal.

Kommunalbestyrelsen skal som led i sin generelle pligt til at oplyse om mulighederne for frit at vælge leverandør oplyse modtagere af hjemmehjælp om, hvilke godkendte leverandører af hjælpen borgerne kan vælge imellem. Det kan fx ske på kommunens hjemmeside, mundtligt eller ved udlevering af en folder.

Kommunalbestyrelsen skal sikre, at informationen tilpasses den enkelte borgers forudsætninger. Det kan derfor være nødvendigt at anvende forskellige kanaler, fx oplysning både via hjemmeside, mundtligt eller ved udlevering af en folder. Der gælder ikke et lovkrav om, at kommunen skal formidle leverandørers eventuelle markedsføringsmaterialer til borgere, der er visiteret til hjemmehjælp, men kommunalbestyrelsen kan aftale dette med leverandørerne, så længe det er ens for alle leverandører.

Kilder: Retsinformation: 'Bekendtgørelse af lov om social service' og 'Vejledning om hjælp og støtte efter serviceloven - vejledning nr. 2 til serviceloven, 2015'.

NÅR MAN ORGANISERER INFORMATIONEN OM FRIT VALG

Næsten alle kommuner har faste arbejds gange for at informere borgerne om deres ret til frit leverandørvalg. Men arbejds gangene er forskellige fra kommune til kommune.

Hvordan organiserer man bedst information til borgere om deres ret til frit leverandørvalg af hjemmepleje? Det spørgsmål har forskellige svar, alt efter hvilken kommune man ser på.

Nogle kommuner giver informationen per telefon. Andre giver den ansigt til ansigt. Nogle har tilrettelagt informationen med mulighed for uddybende vejledning, mens andre nøjes med at præsentere de leverandører, der er at vælge imellem.

Selv om variationen er stor, fremgår det af Rambølls praksisafdækning i 10 kommuner, at de fleste forholder sig til disse fire spørgsmål, når de organiserer informationen:

1. Hvem skal give informationen og hvordan?
2. Hvad skal informationen indeholde?
3. Hvilke former for kommunikation skal vi anvende?
4. Hvornår skal vi informere?

Svarene på spørgsmålene udmønter sig typisk i:

- Faste arbejds gange for, hvordan informationen gives
- Ensartet indhold i informationen til alle borgere i alle kommunikationsformer

- Anvendelse af flere typer af kommunikation
- Timing i forhold til borgernes behov.

FASTE ARBEJDSGANGE GIVER KLARHED

87 pct. af alle kommuner angiver i Rambølls landsdækkende spørgeskemaundersøgelse, at de har faste arbejds gange for, hvordan borgerne skal informeres om deres ret til frit leverandørvalg. I de 10 kommuner, hvis praksis Rambøll har afdækket, anvendes de faste arbejds gange til at skabe klarhed om roller og ansvar og til at angive, hvilke former for kommunikation medarbejderne skal benytte.

Den primære kommunikationsform, som anvendes i 86 pct. af landets kommuner, er mundtlig information ved et fysisk møde med borgeren eller per telefon.



TO TILGANGE TIL AT INFORMERE BORGERNE MUNDTLIGT

Det er en fast del af arbejdsgangen i de 10 kommuner, som Rambøll har gennemført praksisafdækning af, at borgerne får overleveret information om deres frie valg mundtligt. Kommunerne anvender en af to tilgange:

1. I nogle af kommunerne får borgerne information om det frie valg af **visitatoren** i forbindelse med **visitationsbesøg i borgerens eget hjem**.
2. I andre af kommunerne får borgerne typisk information om det frie valg af **visitatoren ved første dialog per telefon med kommunen**. Samtalen er ofte understøttet af en henvisning til kommunens hjemmeside.

ENSARTET INDHOLD GØR VALGET ENKLERE

Indholdet i den mundtlige information rummer som regel to elementer:

1. Information om retten til frit leverandørvalg, herunder hvad retten indebærer
2. Information om de leverandører, borgerne kan vælge imellem i kommunen.

I de 10 kommuner i praksisafdækningen fremgår det, at kommunerne vægter det højt at give ensartet information på tværs af borgere og kommunikationsformer. Ensartetheden har til formål at gøre valget enklere for borgerne.



TO TILGANGE TIL AT PRÆSENTERE LEVERANDØRERNE

De 10 kommuner i praksisafdækningen vælger typisk en af to veje i forhold til indholdet i informationen til borgerne:

1. I de fleste af kommunerne informerer visitatorerne som udgangspunkt om, hvilke leverandører borgerne kan vælge. Derudover henviser de typisk til kommunens hjemmeside eller udleverer skriftligt materiale fra leverandørerne. Borgerne undersøger selv, hvad de forskellige leverandører kan tilbyde.
2. I enkelte af kommunerne giver visitatorerne information og taler derudover med borgerne om faktuelle forskelle mellem leverandørerne ud fra borgernes ønsker og behov. Hvis en borger fx giver udtryk for, at rengøring er det vigtigste, vil visitatoren måske informere om, at de private leverandører kan tilbyde tilkøbsydelse såsom ekstra rengøring eller vinduesvask. Eller hvis en borger behøver hjælp hele døgnet, vil visitatoren måske informere om, at den kommunale hjemmepleje dækker nattebesøgene, uanset om borgeren vælger den kommunale hjemmepleje eller den private leverandør.

SKRIFTLIGE MATERIALER UNDERSTØTTER MUNDTLIG INFORMATION

Rambølls afdækning af praksis i de 10 kommuner viser, at de fleste kommuner supplerer den mundtlige information med skriftlige materialer, fx ved at henvise til kommunens hjemmeside eller udlevere tryksager om leverandørerne såsom foldere eller en printet oversigt.

Flere visitationsmedarbejdere- og ledere i de 10 kommuner fortæller, at skriftlige materialer er nødvendige for at understøtte den mundtlige information af tre årsager:

1. Det skriftlige materiale hjælper borgerne med at huske den mundtlige information.
2. Materialet hjælper derudover visitatorerne til at være neutrale, da materialet som regel er udarbejdet af leverandørerne selv.
3. Det skriftlige materiale, fx på kommunens hjemmeside, gør det muligt for pårørende at sætte sig ind i valget og støtte deres ældre familiemedlem.

TIMING ER VIGTIG FOR INFORMATIONEN

Visitationsmedarbejdere og private leverandører fra de 10 kommuner i praksisafdækningen anbefaler, at borgerne informeres om retten til frit leverandørvalg så tidligt som muligt. Dels fordi borgerne typisk har akut behov for pleje, og dels fordi borgere, som ikke træffer et valg hurtigt, typisk vil fortsætte med den leverandør, som de nu engang har fået og lært at kende.

Det giver også god mening at informere om retten til frit leverandørvalg ved revisitation. Det sikrer, at borgerne får anledning til at revurdere deres valg.

Borgere og visitatorer fra flere af de 10 kommuner fremhæver, at borgernes tilstand kan være så dårlig, at de har svært ved at træffe en hurtig beslutning.

Flere af borgerne fortæller, at der under og lige efter en hospitalsindlæggelse er meget andet end leverandørvalget, som fylder hos dem. Derfor kan det være svært at vælge.

55 pct. af kommunerne svarer i den landsdækkende spørgeskemaundersøgelse, at de har en fast procedure for information om frit valg ved udskrivelse fra hospitalet. Erfaringer fra de 10 kommuner i praksisafdækningen viser dog, at kun få af de pågældende kommuner har procedurer for at give information i forbindelse med udskrivelse fra hospitalet. Det er vanskeligt at lave realiserbare procedurer, lyder det, da borgerne er indlagt i kort tid, og da det i følge visitatorer og private leverandører er udfordrende at få informeret borgerne inden udskrivelse.





INFORMATION OM FRIT LEVERANDØRVALG VED UDSKRIVELSE FRA HOSPITAL



I en kommune bestræber man sig på at informere borgerne telefonisk om deres ret til frit leverandørvalg, allerede mens de er indlagt. Det forudsætter dog, at kommunen i god tid hører fra hospitalet om indlæggelsen.

I en anden kommune modtager personalet på hospitalerne information om borgernes ret til frit valg fra leverandørerne, og personalet kan derfor informere borgerne.

INFORMATION OM FRIT VALG EFTER § 83 A-FORLØB



Siden 2015 har kommunerne jf. servicelovens § 83 a været forpligtet til at tilbyde et tidsafgrænset, korterevarende og målorienteret § 83 a-forløb til borgere, der vurderes at kunne forbedre deres funktionsevne og nedsætte behovet for hjemmepleje. Men kommunerne er i modsætning til ved § 83-ydelser ikke forpligtet til at tilbyde frit valg på § 83 a-ydelser.

Rambølls landsdækkende spørgeskemaundersøgelse viser, at 57 pct. af landets kommuner ikke desto mindre har et samarbejde med private leverandører om § 83 a-forløb. I nogle af disse kommuner er det ikke nødvendigvis visitatorer, der informerer borgerne om deres frie valg. Det kan i stedet fx være kommunale rehabiliteringsterapeuter med ansvar for at afslutte rehabiliteringsforløbet og for at vurdere borgernes fortsatte behov for praktisk eller personlig hjælp eller pleje, jf. servicelovens § 83. Visitator godkender eller sparrer i så fald med rehabiliteringsterapeuten om det videre forløb.

Kilde: Retsinformation: 'Bekendtgørelse af lov om social service'.

NÅR MAN KOMMUNIKERER TIL ÆLDRE BORGERE OM FRIT VALG

Ældre borgere, som er visiteret til hjemmepleje og ønsker at benytte deres frie valg af leverandør, har ofte meget andet i tankerne. Derfor er det vigtigt at informere dem klart og enkelt om det frie valg.

Hvilken leverandør skal jeg vælge? Dette spørgsmål stiller en ældre borger sig selv, når hun eller han skal benytte sin ret til frit valg af leverandør af hjemmepleje. Det er både et vigtigt og et svært spørgsmål.

VALGET KAN PÅVIRKE HVERDAGEN

Spørgsmålet er vigtigt, fordi svaret kan have betydning for den ældre borgers hverdag og trivsel. Leverandører af hjemmepleje har et langt stykke hen ad vejen de samme tilbud. Men der er forskelle – og forskellene kan påvirke de ældre borgeres oplevelse væsentligt af den hjælp, de modtager.

Er det den samme person, som kommer hver gang? Får jeg at vide, hvilket tidspunkt hjemmeplejen kommer, så jeg ikke skal sidde hjemme og vente? Den slags spørgsmål kan have forskellige svar fra leverandør til leverandør. Og de kan være meget vigtige for borgeren.

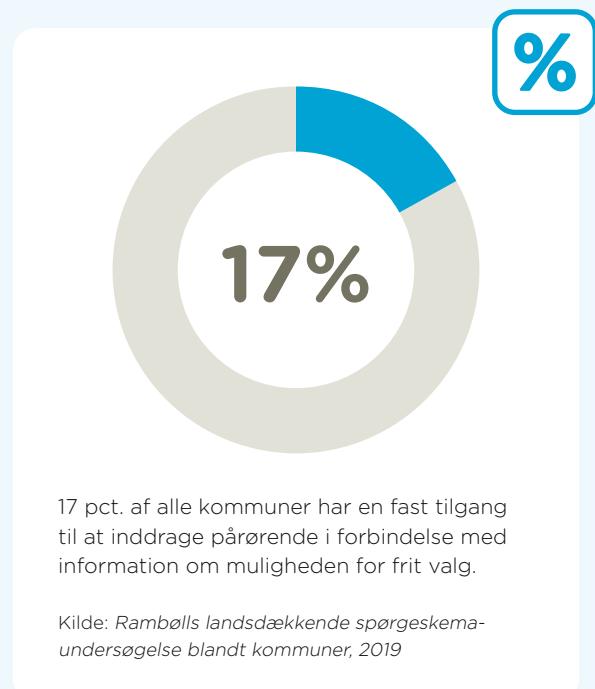
Rambølls praksisafdækning i 10 kommuner viser, at nogle ældre borgere er optaget af, om det koster penge at vælge en anden leverandør end kommunen. Nogle tænker også over, om det kan have konsekvenser for de ydelser, som kommunen visiterer til, hvis man vælger kommunen fra. Det er vigtigt at gøre klart for den ældre borger, at det ikke koster ekstra, og at den private leverandør skal kunne levere de ydelser, som borgere er visiteret til, og på samme serviceniveau som kommunen.

FYLDT OP AF MEGET ANDET

Spørgsmålet vil typisk også være svært. Den ældre borger, som måske netop er blevet udskrevet fra hospitalet, har meget andet at tage stilling til: Kommer jeg til at kunne det samme som før? Bliver jeg afhængig af andre menneskers hjælp? Samtidig kan de ældre borgere være afhængige af hjælp nu og her, hvilket presser på i forhold til at få truffet et valg hurtigt.

Visitatorer i de 10 kommuner, hvor Rambøll har afdækket praksis, fortæller, at borgerne ofte spørger visitatorerne til råds. Det kan sætte visitatorerne i et dilemma: På den ene side skal de være objektive i forhold til de respektive leverandører, på den anden side ønsker de at støtte borgerne i valget.

Nogle kommuner håndterer dilemmaet med en fast rækkefølge i deres information til borgerne: Borgerne præsenteres først for, hvad de er visiteret til, hvorefter de informeres om det frie valg. Det skal gøre det tydeligt for borgerne, at ydelsen ikke afhænger af deres valg af leverandør. En anden mulighed er, at visitatorerne foreslår at inddrage pårørende eller andre, som borgerne har tillid til. De pårørende kan så være en støtte for borgerne i forhold til at drøfte, hvilken leverandør der vil være den bedste i netop deres tilfælde.



“ Hvis man kan få pårørende med, så er det virkelig en gevinst. De kan hjælpe med at huske og oversætte for den ældre borger, og de har måske også indblik i den ældre borgers dybere ønsker og begrænsninger.”

Lektor Søren Beck Nielsen, Institut for Nordiske Studier og Sprogvidenskab, Københavns Universitet



PUNKTER I PLANLÆGNINGEN AF GOD INFORMATION

Effektiv information til borgere, der skal vælge leverandør af hjemmepleje, trækker på de samme grundlæggende principper som al anden kommunikation. Rambøll har på baggrund af mange års erfaring med praksisrettet formidling til ledere og medarbejdere i den offentlige sektor formuleret disse principper, som man kan overveje, når man planlægger information:

MÅLGRUPPE

Hvilke kendetegn er der ved de ældre, som skal modtage informationen? Og hvad betyder det for, hvordan informationen bedst udføres?

KANALER

Hvilke muligheder er der for at overlevere informationen? Er det muligt at gøre mere end en ting? Og hvem kan hjælpe med at forklare og overbringe informationen, fx pårørende?

INDHOLD

Hvilke spørgsmål har de ældre mest af alt brug for at få svar på? Og hvilke budskaber skal kommunen nødvendigvis kommunikere? Det gode indhold favner begge dele.

Disse tre punkter er emnerne for de følgende tre kapitler.



FIND JERES FREMGANGSMÅDE

Der er ikke en, men flere måder at gribe kommunikation til ældre an på. Tag afsæt i disse spørgsmål, når I skal finde frem til, hvilken vej I skal gå. Drøft evt. spørgsmålene kolleger og ledelse i fællesskab.

- Hvilke erfaringer har I med at kommunikere til ældre borgere om frit valg af hjemmepleje? Hvad virker godt eller mindre godt?
- Hvad giver de ældre borgere selv udtryk for, når I kommunikerer med dem – både af ønsker og frustrationer? Hvis ikke I har viden om det, kunne det måske være en idé at spørge borgerne.
- Hvilke muligheder for at kommunikere kunne I overveje at udvide jeres fremgangsmåde med? Er der oplagte kanaler, som I ikke anvender? Hvilke kanaler peger borgerne selv på?
- Hvor gode er I til at involvere ældre borgers pårørende eller andre, som de ældre har tillid til? Hvordan kan I gøre mere af det?

Brug spørgsmålene og svarene til at danne overblik over jeres nuværende tilgang til at informere. Når overblikket er på plads, kan I beskrive, hvor I ønsker at forstærke informationen, samt formulere konkrete tiltag.

NÅR MAN AFKLARER MÅLGRUPPENS KENDETEGN

Det er afgørende at få viden om kendetegn ved modtagerne af information om frit leverandørvalg. Det er nemlig en forudsætning for, at kommunikationen kan blive præcis og tilpasset målgruppens behov.

Der findes ikke en enkel beskrivelse af ældre borgere som modtagere af information generelt. Ældre borgere har forskellige behov og forudsætninger. Men der er grundlæggende fokuspunkter, som man kan beskrive med henblik på at forstå ethvert enkelt medlem af målgruppen. Det drejer sig om motivation og forudsætninger samt om de vaner, de ældre borgere har med hensyn til at søge og modtage information.

FORSTÅ MOTIVATION OG FORUDSÆTNINGER

Nogle ældre borgere har nedsat kognitivt funktionsniveau – fx dårligere korttidshukommelse. Det kan gøre det vanskeligt for dem at forholde sig til nye informationer. Flere gentagelser og mere enkel information kan være en mulighed for at imødekomme denne gruppes forudsætninger.

Andre ældre borgere kan have mindre erfaring med it og finder derfor måske ikke viden på hjemmesider.

Disse og andre typer af forudsætninger er det en god idé at tage højde for, når man planlægger information. Man kan dog ikke skære alle ældre over en kam, og man er nødt til at være nysgerrig i forhold til de specifikke borgere i kommunen.

De ældres forudsætninger er i høj grad også forbundet med den situation, de står i, når de skal informeres om det frie leverandørvalg. Situationer, som ofte vil bære præg af, at grundlæggende livsvilkår har ændret sig som følge af sygdom, uheld eller andet. Det har også betydning for den ældre borgeres motivation: Motivationen går måske på at få en hverdag til at fungere, og i den henseende er hjemmepleje kun et element blandt flere – for nogle måske endda langt fra den vigtigste del.

ÆLDRES MEDIEVANER I 2018

Ældre over 65 år ser mere tv end andre grupper og hører også meget radio. De benytter gerne både smartphones og tablets, og ikke alle er fremmede for digitale og sociale medier.



YouTube

18 pct. af danskere over 65 år bruger YouTube ugentligt.



Facebook

39 pct. af danskere over 65 år får dagligt eller næsten dagligt nyheder via sociale medier, fx Facebook.



Digital radio

43 pct. af radioforbruget for danskere over 65 år er digital radio.

Kilde: DR Medieforskning: *Medieudviklingen 2018*



“ Vi forstår virkeligheden igennem vores erfaringer. Alder og situationen efter fx en indlæggelse er væsentlige dele af det.”

Lektor Morten Pilegaard, Institut for Kommunikation og Kultur, Aarhus Universitet

“ Korttidshukommelse og evnen til at bearbejde meget information nedsættes i forbindelse med aldring. Det betyder bl.a., at jo mindre fyld borgeren skal forholde sig til, jo lettere er det at træffe beslutninger. Derfor er det vigtigt, at det er meget klart, hvem der har ret til hvad. Hvad indebærer det, og hvad skal de gøre.”

Lektor Margrethe Møller, Institut for Design og Kommunikation, Syddansk Universitet

KEND VANERNE FOR INFORMATIONSSØGNING

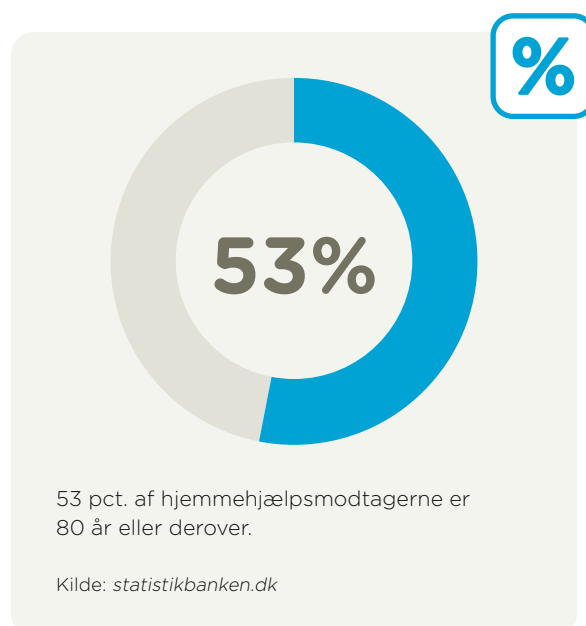
Nysgerrighed i forhold til motivation og forudsætninger kan give et solidt afsæt for at beslutte, hvad kommunen kan kommunikere hvornår og hvordan. Et andet væsentligt element er, hvilke vaner de ældre borgere har for at søge og modtage information.

Klikker de ældre borgere sig fx hyppigt ind på kommunens Facebook-side, kan det give mening at beskrive fritvalgsleverandørerne her. Søger de på YouTube, kunne man producere en informationsvideo og give den målrettede søgeord. En YouTube-video kan også indlejres på kommunens hjemmeside.

Mere end halvdelen af de borgere, som modtager hjemmehjælp, er i dag over 80 år. Man forventer måske ikke som udgangspunkt at møde den del af ældregruppen på sociale og digitale medier. Men det er ved at ændre sig. Næsten fire ud af 10 ældre over 65 år henter fx allerede i dag dagligt eller næsten dagligt nyheder fra sociale medier som Facebook.

Det kommer an på de ældre borgere, som bor i netop jeres kommune, om sociale og digitale medier er et oplagt valg. Eller om fx lokalavisen eller -radioen vil egne sig bedre. Typisk vil nogle af disse kanaler være

et godt supplement til den mundtlige information om det frie leverandørvalg, som de fleste kommuner foretrækker i dag.





NÅR MAN VÆLGER KANALEN AT INFORMERE IGENNEM

Forskellige typer af kommunikationskanaler har forskellige fordele og ulemper. Og den kanal, der passer til én ældre borger, passer ikke nødvendigvis til en anden. Typisk er det en god idé at anvende mere end en kanal.

Det er en udfordring at kommunikere kompliceret information til personer, som ikke er motiveret for at modtage informationen. I sådanne situationer er det en god idé at kommunikere gennem flere forskellige kanaler. Det giver modtagerne flere chancer for at opfatte informationen.

SKRIFTLIG INFORMATION ER DELEVENLIG

Blandt mulighederne for at informere er en række skriftlige kanaler, fx hjemmesider, foldere, breve, nyhedsbreve, plakater, postkort osv.

En fordel ved skriftlig information er, at informationen er tilgængelig over tid. Hvis man er i tvivl om budskabet, kan man læse teksten igen. Derudover er skriftlig information let at dele. Det er væsentligt, hvis man skal involvere nogen, fx pårørende, som kan støtte den ældre borgers forståelse af informationen.

De 10 kommuner i Rambølls praksisafdækning fremhæver, at kommunens hjemmeside især bruges af pårørende, som læser om de forskellige leverandører. På den baggrund kan de hjælpe ældre familiemedlemmer med at træffe en beslutning.

MUNDTLIG INFORMATION SKABER NÆRVÆR

Der er også en række mundtlige muligheder for at informere, fx samtaler ansigt til ansigt, telefonsamtaler, foredrag og møder.

Videoformidling (der foruden mundtlige også anvender visuelle virkemidler) er en yderligere mulighed. Videoformidling har den fordel, at videoer på en gang kan give information og sætte konkrete billeder på, som fx kan tale til de ældre borgers værdier og ønsker eller skabe genkendelse.

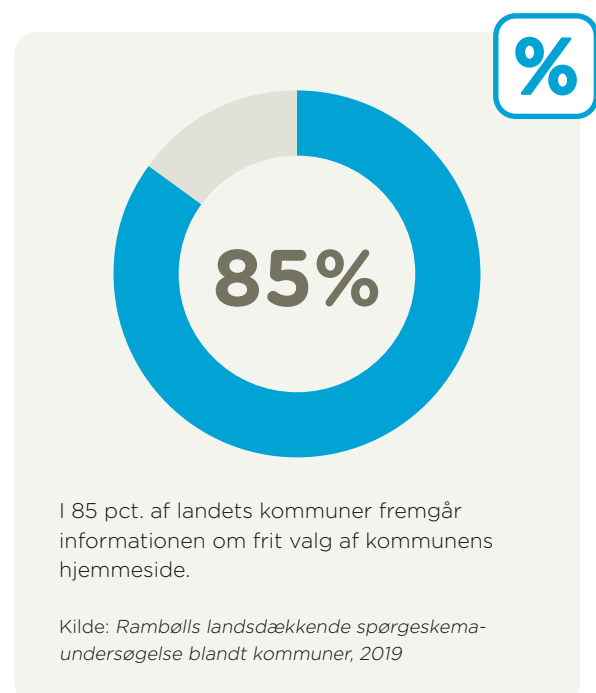
Det er generelt en fordel ved mundtlig information, at den typisk skaber nærvær ved at rumme mere end ord. Det kan gøre situationen mere tryk. I en samtale kan man fx fornemme tonefald, og foregår samtalen ansigt til ansigt, kan man desuden se kropssproget. Ved mundtlig information kan modtagerne i de fleste

tilfælde også stille spørgsmål, gøre indvendinger eller på anden måde tage aktivt del i kommunikationen.

Det er en ulempe ved meget mundtlig information, at "man ikke kan spole tilbage". Det gør mundtlig information svær at fastholde og dele.

KOMBINÉR KANALERNE

Kombinerer man kommunikationskanalerne, kan man få det bedste ud af begge verdener. Kort skriftlig information, evt. på en printet side som en one-pager, kan fx præsentere fakta om det frie valg af leverandør af hjemmepleje og gøre det muligt for den ældre borger at dele informationen med pårørende. En one-pager kan få nogle forklarende ord med på vejen i en mundtlig samtale – eller man kan følge op på læsningen af den ved en samtale, hvor den ældre borger kan stille spørgsmål eller træffe sit valg af leverandør.





KOMMUNIKATIONSKANAL

En kommunikationskanal er et medie, man bruger til at kommunikere med. Fx:

- En folder, som visitatorerne kan tage med på besøg
- Kommunens hjemmeside eller Facebook-side
- Et telefonopkald eller en samtale ansigt til ansigt mellem borger og visitator.

Generelt er det altid en god idé at kommunikere vigtig information ad flere kanaler. Det gør, at kanalerne kan arbejde sammen og give den ældre borger flere muligheder for at få informationen.

Hvis man fx udarbejder en informationsvideo og deler den på kommunens Facebook-side, er der mulighed for, at den ældre borgers børn og børnebørn opdager den og taler med den ældre om den. Hvis der sendes et informationsbrev til borgeren, kan han eller hun læse og forberede sig i ro og mag. Følges dette op med en mundtlig samtale, kan det afklare evt. spørgsmål, og sammen med borgeren kan man nå frem til en beslutning.

FORSKELLIGE TYPER AF KANALER

	Mundtlige	Skriftlige
Online	<p>Telefonsamtaler</p> <p>Videoer</p>	<p>Hjemmesider</p> <p>E-mails</p>
Offline	<p>Visitationssamtaler ansigt til ansigt</p> <p>Møder med pårørende</p>	<p>Folder/postkort</p> <p>One-pager</p>



GENNEMFØR EN GOD HJEMMESIDEFORMIDLING

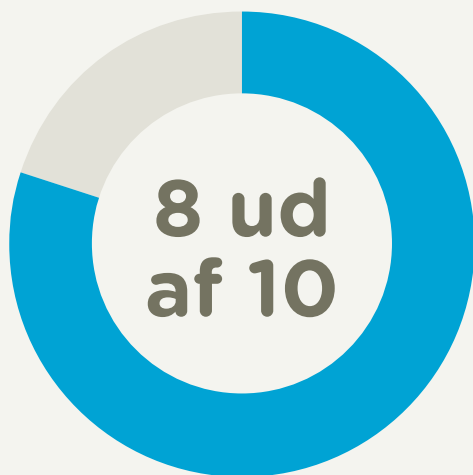


Ifølge en spørgeskemaundersøgelse blandt medlemmer af Danmarks 98 ældreråd har 89 pct. let eller meget let ved at finde oplysninger på kommunens hjemmeside om, hvad man kan få hjemmepleje til. Karakteristisk for de succesfulde hjemmesider er:

- At de vigtigste hv-spørgsmål besvares hurtigt. Fx: Hvilken hjemmehjælp man kan få, hos hvilke leverandører, og hvem man kan kontakte?
- At teksten på hjemmesiden er så kort som muligt og er skrevet enkelt.
- At de vigtigste oplysninger er fremhævet, gerne med fed.
- At der er en god søgefunktion, hvor man fx både kan anvende 'hjemmepleje' og 'hjemmehjælp' som søgeord.
- At navigationen på hjemmesiden er mindst mulig kompleks, gerne helt uden dropdown-menuer.
- At der er mulighed for at få mere viden via angivelse af telefonnummer på en visitator.

Det er en god idé, at sproget på kommunens hjemmeside som i andet skriftligt materiale afspejler målgruppens udgangspunkt og behov og fx ikke indeholder klichéer. Det samme gælder fotos og anden visuel kommunikation. Da nedsat syn og kognitive funktionsnedsættelser er mere udbredt blandt ældre borgere end blandt andre, er det en god idé, at kommunens hjemmeside er tilgængelig og optimeret til talesyntese. Det kræver, at alt indhold, som ikke er tekst, er tagget, og at indholdet er arrangeret i logisk rækkefølge (TAB-rækkefølge).

Kilder: Dansk Ældreråd og ÆldreForum: 'Det offentlige digitale kommunikation med ældre borgere', 2014 og International Council on Active Aging: 'Guidelines for effective communication with older adults', 2011



De fleste af landets kommuner giver både mundtlig og skriftlig information til ældre borgere om deres ret til frit valg af hjemmepleje: 86 pct. giver borgerne en mundtlig præsentation af mulighederne for frit valg. 85 pct. præsenterer mulighederne på kommunens hjemmeside. 73 pct. har udarbejdet skriftligt, trykt materiale til at udlevere om mulighederne.

Kilde: Rambølls landsdækkende spørgeskemaundersøgelse blandt kommuner, 2019

“Jeg kan ikke sige, hvilken kommunikationskanal der er den rigtige. Det vigtige er, at der er mange muligheder, så man får flere chancer for at ramme den konkrete person rigtigt.”

Kommunikationschef Maria Luisa Højbjerg, Ældre Sagen.

“Anvend en flerhed af kanaler og formuleringer af det samme budskab. Det kunne være en video, hvor en ældre taler med et familiemedlem og en visitor om valget. Eller en folder til den ældre og til pårørende, så de kan tage snakken på forkant.”

Lektor Morten Pilegaard, Institut for Kommunikation og Kultur, Aarhus Universitet

LAV EN ONE-PAGER



Kort information rummer klare fordele: Den er hurtigt læst, lettere at huske og giver overblik. Kort information er let at dele og drøfte med andre, fx pårørende. Den korte skriftlige information er oplagt at anvende i kombination med andre kommunikationskanaler, fx som supplement til en samtale eller som link til videre læsning fra kommunens hjemmeside.

Her er forslag til overskrifter i en one-pager. Brug evt. overskrifterne som tjekliste, hvis I vil lave jeres egen one-pager i kommunen:

1. Hvad er frit valg?

Stikord: Alle, der er bevilliget hjemmehjælp, har ret til frit valg blandt kommunens godkendte leverandører.

2. Hvorfor er der frit valg?

Stikord: Borgere får indflydelse, og valget giver konkurrence blandt leverandørerne. Dette skal øge effektivitet og kvalitet.

3. Hvem kan man vælge?

Stikord: Find de godkendte leverandører i din kommune på [hjemmeside, materiale eller andet]. Kommunen kan hjælpe med at skabe overblik over leverandørerne og deres tilbud. Uanset hvem den ældre borger vælger, skal leverandøren levere den ydelse, borgeren har fået tilkendt.

4. Hvilke fordele og ulemper er der?

Stikord: Alle leverandørerne skal leve op til kommunens serviceniveau – den ældre borger får altså den lovede service, uanset hvem de vælger som leverandør.

5. Hvordan vælger man?

Stikord: Borgerne kan tale valget igennem med kommunen, inden valget træffes. Inddrag evt. også pårørende eller en bisidder.

6. Hvad hvis man vil vælge om?

Stikord: Valget er ikke bindende, og man kan altid vælge om. Valget har samtidig ikke betydning for, hvilke ydelser man har ret til.

7. Hvad koster det?

Stikord: Alle leverandørerne er gratis for borgere, der er visiteret til hjemmehjælp.

NÅR MAN TILPASSER BUDSKABET TIL DEN ENKELTE

Nogle budskaber om frit valg er generelle og kan kommunikeres ens til alle. Andre er lokalt bestemte eller personafhængige. Uanset hvad, er det en god ide at tilpasse informationen til den enkelte borger.

Der er overordnet tre typer af budskaber, som med fordel kan kommunikeres til borgere om frit leverandørvalg:

1. For det første er der den lovbestemte ret til frit valg af leverandør af hjemmepleje. Alle borgere, der er visiteret til hjemmepleje, har frit leverandørvalg, uanset hvor i landet de bor. Derfor kan dette budskab også kommunikeres ens.
2. For det andet er der de forskellige services, som tilbydes af de private leverandører og den kommunale hjemmepleje. De skal leve op til kvalitetsstandarder, som hver kommune definerer selv.
3. For det tredje er der tilpassede budskaber, som skal tage højde for den enkelte borgers individuelle ønsker, behov, motivation, vaner og forudsætninger.

Ideelt set kommunikerer man om alle tre typer af budskaber. Men ikke nødvendigvis på en gang. Den lovbestemte ret til frit leverandørvalg kan fx præsenteres på kommunens hjemmeside eller i en folder. De enkelte leverandørers services egner sig godt til kort skriftlig information. En information, som leverandørerne ofte selv udarbejder. Budskaber målrettet den enkelte borger er det mest oplagt at kommunikere mundtligt ved en samtale.

PRÆCIS INFORMATION GIVER ET GODT BESLUTNINGSGRUNDLAG

Ekspertter og erfaringer fra de 10 kommuner i Rambølls praksisafdækning peger på, at den kommunale repræsentant, fx visitatoren, skal være neutral og ikke må anbefale borgeren at vælge hverken kommunens tilbud eller et privat alternativ. De fleste af kommunerne forstår det sådan, at man udelukkende må præ-

sentere leverandørerne, mens det er op til borgerne at finde ud af forskellene. Enkelte af de 10 kommuner vejleder borgerne, i forhold til hvilken leverandør der bedst matcher deres behov.

De eksperter i ældrekommunikation, som Rambøll har interviewet, påpeger, at de ældre behøver konkret, detaljeret og handlingsorienteret vejledning – helst ud fra individuelle behov, hvis det er muligt. Og gerne med afsæt i en konkret sammenligning af leverandørernes services, så borgerne kan holde deres behov op mod de respektive services.

RELATIONER OG TRYGHED BANER VEJ

Det er en pointe blandt eksperterne i ældrekommunikation, at information bliver hjulpet på vej af gode relationer mellem en ældre borger og den kommunale repræsentant, som leverer informationen. En måde at etablere gode relationer er at møde borgeren med anerkendelse. Fx kan man hjælpe borgeren til at træffe et oplyst og uafhængigt valg ved at lytte sig frem og stille åbne og undersøgende spørgsmål.

Gode relationer medfører tryghed. Det er centralt for ældre borgere, når de skal træffe valg af leverandør. En tryghed, man kan styrke ved at inddrage pårørende eller andre, den ældre borger stoler på, hvis den ældre borger er indforstået med det.

Man kan også styrke trygheden ved at gå mulige misforståelser i møde. Ifølge flere visitatorer, som er interviewet i Rambølls praksisafdækning, kan det fx handle om at forklare, at det ikke medfører egenbetaling at vælge en privat leverandør frem for en kommunal.



HJÆLP BORGEREN TIL AT TRÆFFE ET GODT VALG

En god måde at hjælpe borgeren til at træffe et godt valg af leverandør er at anvende UGU-modellen. UGU står for undersøg, giv, undersøg:

- 1. Undersøg** borgerens behov, før informationen gives
Sig fx: Jeg vil gerne fortælle dig om dine valgmuligheder. Kan du ikke lige først fortælle mig, hvad du selv ved om mulighederne?
- 2. Giv** information klart og neutralt
Sig fx: Du har ret til selv at vælge leverandør. I vores kommune kan du vælge mellem [antal] leverandører. Du kan enten vælge leverandør A, som har disse services, leverandør B, som har disse services, eller...
- 3. Undersøg** effekten af informationen
Sig fx: Hvad tænker du om de muligheder, jeg har præsenteret for dig?

Med UGU-modellen kan den ældre borger informeres på en undersøgende og inddragende måde. Det hjælper dig til at forblive neutral og lytte til borgerens egne ønsker og behov.

Kilde: Gregers Rosdahl: 'Den motiverende samtale - praktisk håndbog til samtaler om rehabilitering', 2016.



DA ÆLDRE SAGEN JUSTEREDE TILTALEFORM

Da Ældre Sagen i 2017 undersøgte, hvordan ældre borgere oplever tonen i Ældre Sagens information vedrørende demens, dukkede der noget uventet op: Mange oplevede tiltaleformen 'du' som for nærgående og ubehagelig.

Undersøgelsen førte til, at Ældre Sagen justerede sin retoriske linje: Ved information om svære emner, som borgeren ikke umiddelbart selv kan gøre noget ved, anvendes 'De' i stedet for 'du'. Ved information om lettere emner, som borgeren kan påvirke, fungerer det udmærket at tale eller skrive til et 'du'.

Information om frit leverandørvalg af hjemmepleje er både det ene og det andet: På den ene side er det frie valg en positiv mulighed, som borgeren har indflydelse på. På den anden side er det frie valg typisk udløst af noget negativt uden for borgerens indflydelse, fx sygdom.

Det må derfor bero på en vurdering af den enkelte borger, om man skal tale til 'du' eller 'De'.

Kilde: Ældre Sagen

“ Sprog fungerer jo i vid udstrækning ved, at vi har en fælles forståelse af, hvad der tales om. Det kan man ikke tage for givet. Der skal sættes tid af til at starte fra bunden og fx understøtte forklaring med illustrationer.”

Lektor Søren Beck Nielsen, Institut for Nordiske Studier og Sprogvidenskab, Københavns Universitet

“ Formidlingen skal være meget klar, så den ældre forstår, hvad man får ud af at vælge den ene eller den anden leverandør. Det kan handle om meget konkrete ting: Kan man fx få garanti for, at det er den samme person, som kommer på besøg hver gang? Det er vigtigt, at det står helt klart.”

Kommunikationschef Maria Luisa Højbjerg, Ældre Sagen

LEDELSESOPBAKNING



Erfaringerne fra de 10 kommuner i Rambølls praksisafdækning peger på, at det er centralt for borgernes mulighed for at træffe et frit valg, at kommunens repræsentanter loyalt fremstiller leverandørernes services.

Kommunale ledere fra kommunerne i praksisafdækningen fortæller, at loyaliteten kan understøttes ved, at lederne sætter ord på værdien af det frie valg over for medarbejderne. Fx ved:

- At fremhæve de bagvedliggende intentioner om, at det frie valg løfter kvaliteten af ydelserne som følge af konkurrence og dermed skaber klare incitamenter for både den kommunale hjemmepleje og de private leverandører til at yde deres bedste.
- At italesætte borgernes ret til det frie valg som en selvfølge og et gode for borgerne.

Flere ledere i de 10 kommuner peger endvidere på, at loyaliteten styrkes af gode samarbejdsrelationer med de private leverandører.

INSPIRATION TIL PRAKSIS

Ældre borgere, som har fået tilkendt hjemmepleje, har ret til frit leverandørvalg på ydelser under servicelovens § 83. Det er kommunens repræsentanter, som jf. servicelovens fritvalgsregler § 91 skal informere borgerne om retten. Men hvordan gør man det på en måde, så valget fremstår enkelt, attraktivt og uafhængigt for borgeren? Det er emnet for dette inspirationskatalog, hvor du kan læse om:

1. NÅR MAN ORGANISERER INFORMATIONEN OM FRIT VALG
2. NÅR MAN KOMMUNIKERER TIL ÆLDRE BORGERE OM FRIT VALG
3. NÅR MAN AFKLARER MÅLGRUPPENS KENDETEGN
4. NÅR MAN VÆLGER KANALEN AT INFORMERE IGENNEM
5. NÅR MAN TILPASSER BUDSKABET TIL DEN ENKELTE.

Inspirationskataloget bygger på viden fra en dataindsamling med flere kilder, som Rambøll Management Consulting har gennemført for Sundhedsstyrelsen i 2019: En landsdækkende spørgeskemaundersøgelse, en praksisafdækning med interviews med borgere, ledere og medarbejdere i 10 kommuner, gennemgang af kommunale hjemmesider, gennemgang af litteratur om kommunikation til ældre samt fem interviews med eksperter i ældrekommunikation.

Inspirationskataloget er til kommuner, som ønsker at forbedre deres information til borgere om retten til frit leverandørvalg af hjemmepleje efter servicelovens § 83. Derudover kan kataloget benyttes af kommuner, der tilbyder frit leverandørvalg i forbindelse med rehabiliteringsforløb efter servicelovens § 83 a.