EVALUERING AF PILOTPROJEKT

HPV-vaccination til drenge, der er til drenge

HOVEDRAPPORT

FEBRUAR 2019

SUNDHEDSSTYRELSEN

MEGAFON

PROJEKTKONSULENTER • LINE STEEN, JULIE PERCH, CASPER O. JENSEN

OM MEGAFON

MEGAFON har gennem mere end 25 år været en af Danmarks mest velrenommerede og toneangivende analyse- og rådgivningsvirksomheder. Vi stiler efter at lave klare og præcise analyser, der kan omsættes til handling. Vi leverer både kvantitative og kvalitative analyser, hvilket tillader os at angribe problemstillinger fra flere vinkler. Analyserne bliver altid tilpasset den enkelte kundes behov, med udgangspunkt i de nyeste metodiske tilgange.

Fokus på kvalitet
MEGAFON er ISO-certificeret*, og det giver kunden garanti for, at vores undersøgelser lever op til branchens højeste standarder. Kunden kan være tryg ved, at alle analyser gennemføres efter kvalitetssikrede procedurer fra start til slut.

Fokus på metode
Vi udvikler og anvender løbende nye metoder inden for både kvalitativ og kvantitativ analyse. Vi er derudover specialister i at kombinere og integrere Big og Small Data i vores undersøgelser.

Fokus på kunden
Vores kunder er både private og offentlige organisationer/virksomheder, der ønsker høj kvalitet og dokumentation af pålideligheden af den indsamlede information. Selvom vi er et af landets mest kendte og velrenommerede analyseinstitutter, så er ingen opgave for lille for os, og vi leverer altid individuelle løsninger, der er skræddersyet vores kunders behov.

Fokus på resultater
Vi ser det som vores vigtigste opgave, at den viden vi leverer, nemt kan omsættes til handling. Vi leverer altså ikke blot analyser og rapporter, men tilbyder også rådgivning og strategiske anbefalinger, der kan implementeres både internt og eksternt.

MEGAFONs ekspertiseområder er:

- Præcise kvantitative analyser
- Dybdegående kvalitative analyser
- Meningsmålinger og holdningsundersøgelser
- Kundetilfredshedsanalyser
- Tracking-undersøgelser
- Rådgivning og anbefalinger
- Evalueringer af offentlige og private projekter

Læs mere på www.megafon.dk

*Alle undersøgelser bliver udført efter MEGAFONs interne kvalitetstandard. MEGAFON er ISO-20252:2012 certificeret. ISO 20252:2012 er de internationale branche-specifikke standarder for markeds-, opinions- og samfundsundersøgelser. Derudover er MEGAFON naturligvis medlem af den internationale brancheorganisation ESOMAR.

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

INDHOLD:

DEL 1 INTRODUKTION **S.4**
//BAGGRUND & FORMÅL S.5
//EVALUERINGS METODE OG SET UP S.6
//BAG OM MÅLGRUPPEN S.10
//RAPPORTENS OPBYGNING & LÆSEVEJLEDNING S.12

DEL 2 HOVEDKONKLUSIONER & OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER **S.13**

DEL 3 KAMPAGNE & INFORMATIONSFOLDER **S.25**
//KENDSKAB TIL VACCINATIONSTILBUDDET S.26
//KENDSKAB TIL KAMPAGNENS MATERIALE S.27
//HOLDNINGER TIL INFORMATIONSFOLDER, HJEMMESIDE OG ANNONCER S.28

DEL 4 VIDEN OG FORESTILLINGER OM HPV OG VACCINEN **S.33**
//VIDEN OG FORESTILLINGER S.34
//VIDEN OM BIVIRKNINGER S.35
//FAKTORER SOM HAR BETYDNING S.37
//ÅBENHED OG FORSTÅELSE FOR EGEN SEKSUALITET S.38

DEL 5 VACCINATIONSFORLØBET **S.39**
//DEN FØRSTE KONTAKT S.40
//AT BLIVE VACCINERET VED AIDS-FONDET S.42
//MULIGHED FOR VACCINATION HOS EGEN LÆGE S.44
//INFORMATION UNDER FORLØBET S.45

DEL 6 FORBEDRINGSFORSLAG FRA DRENGENE **S.47**

DEL 7 AIDS-FONDETS MEDARBEJDERE **S.52**
//OPLEVELSER MED PILOTPROJEKTET S.53
//FORLØBENE I DE FORSKELLIGE BYER S.54
//MÅLGRUPPEN SET FRA MEDARBEJDERNES PERSPEKTIV S.55
//FORBEDRINGSFORSLAG FRA MEDARBEJDERNE S.56

DEL 9 BILAG **S.59**

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

1. Introduktion

//baggrund & formål med undersøgelsen
//Evaluerings metode & set up
//bag om målgruppen
//Rapportens opbygning & læsevejledning

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

BAGGRUND & FORMÅL

Sundhedsstyrelsen (SST) har gennemført et pilotprojekt med et midlertidigt tilbud om gratis HPV-vaccination til unge mænd, der har sex med mænd (MSM). Af SST er målgruppen for pilotprojektet defineret som drenge i alderen 15-19 år, der er til drenge. Målgruppen er valgt, da risikoen for at udvikle analkræft som følge af en HPV-infektion er højere for denne gruppe, end den er for drenge, der er til piger.

AIDS-Fondet har stået for at give vaccinationerne via deres Checkpoints i København, Odense og Aarhus, hvor det har været muligt at få vaccinationen, i begrænsede åbningstider, fra februar 2018 til december 2018. Derudover har det også været muligt at få vaccinationerne på Aalborg Universitetshospital*. SST har i løbet af 2018 haft en kampagne om vaccinationstilbuddet. Kampagnen har bestået af information om tilbuddet på en underside til SSTs egen hjemmeside, annoncer på de to sociale online platforme Boyfriend.dk og Grindr samt en informationsfolder om HPV-vaccinen til både drengene og drengenes forældre. Informationsfolderen lå på hjemmesiden, på relevante opholdssteder fx venteværelser, klinikker og hos LGBT-fællesskaber.

Evalueringens formål er at undersøge, hvorvidt vaccinationstilbuddet er nået ud til målgruppen, og hvordan den er blevet modtaget af målgruppen. Evalueringen fokuserer således på:

- hvordan selve kampagnen har fungeret og er blevet modtaget af målgruppen – dvs. hjemmesiden drengederelskerdrenge.dk, informationsfolderen og annoncerne.
- hvordan vaccinationstilbuddet har fungeret i praksis på de forskellige Checkpoints, hvor vaccinationerne er blevet givet, hvilke rationaler drengene har for henholdsvis at få vaccinen og ikke få vaccinen, samt hvilke barrierer der måtte være for at tage beslutningen.

Evalueringen bidrager derfor med målgruppens holdning til, oplevelser af og forbedringsforslag til pilotprojektet. Hermed er resultaterne fra evalueringen både opsamlende for pilotprojektet og vil samtidig være brugbart i eventuelle fremadrettede indsatser vedrørende samme målgruppe.

* Aalborg Universitetshospital indgår ikke i evalueringen.

EVALUERINGS METODE OG SET UP

- En kvalitativ analyse af pilotprojektet baseret på 4 fokusgrupper med den primære målgruppe, heraf både drenge som har fået vaccinationerne og drenge som ikke har fået vaccinationerne i København og Aarhus samt 3 dybdeinterviews med drenge der er blevet vaccineret.

- Telefoniske dybdeinterview med 6 fagpersoner fra AIDS-Fondets Checkpoints i København, Odense og Aarhus.

- En kvantitativ analyse af SSTs hjemmeside med information om vaccinationstilbuddet inklusiv annoncekampagnen på Boyfriend.dk. *

* Efter aftale med SST er annonceringerne fra Grindr ikke inkluderet i analysen, da det ikke har været muligt at få dataudtræk fra leverandøren.

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

EVALUERINGS METODE OG SET UP: DYBDEINTERVIEW

Dybdeinterview med den primære målgruppe

- MEGAFON har gennemført 3 dybdeinterviews med drenge i målgruppen, som har taget imod tilbuddet om gratis HPV-vaccination. Interviewene er kommet i stand, fordi drengene har haft personlige forbehold for at deltage i en fokusgruppe.
- Dybdeinterviewene gav tid og ro til at gennemgå vaccinationsforløbet nøje og gå i detaljer med den enkeltes vaccinationsoplevelse, hvilket ikke var muligt i lige så høj grad ved fokusgrupperne. Kombinationen af dybdeinterviews og fokusgrupper har gjort det muligt både at få et detaljeret billede af den enkeltes oplevelse med vaccinationstilbuddet samt at få en bred dialogbaseret forståelse af tilbuddet.

- Dybdeinterviewene har taget udgangspunkt i den samme semistrukturerede interviewguide, som fokusgrupperne.

Telefoniske dybdeinterview med AIDS-Fondets medarbejdere

- MEGAFON har gennemført 6 telefoniske dybdeinterviews med medarbejdere, der har arbejdet på et af de tre Checkpoints, hvor AIDS-Fondet har tilbudt vaccinationerne.
- Formålet med interviewene var at undersøge, hvordan pilotprojektet har fungeret i praksis. Medarbejderne har haft direkte kontakt med drengene, og de har derfor kunnet bidrage med relevant information om hvilke barrierer, problematikker eller bekymringer, drengene har givet udtryk for i forbindelse med vaccinationstilbuddet. Derudover har interviewene bidraget med indsigter i medarbejdernes egne oplevelser og erfaringer med pilotprojektets udførelse i praksis, herunder hvad der har fungeret godt og hvor der eventuelt er plads til forbedringer.
- MEGAFON har blandt andet fokuseret på at interviewe både den vaccinationsansvarlige og receptionister fra samme Checkpoint, for at opnå dybdegående og sammenhængende indsigter i samtlige kontaktflader, som møder drengene på samme lokation. Det har givet en sammenhængende og detaljeret forståelse af, hvordan projektet har fungeret i praksis.

- De telefoniske dybdeinterview har taget udgangspunkt i en semistruktureret interviewguide, som er udviklet i samarbejde med SST.

EVALUERINGS METODE OG SET UP: FOKUSGRUPPER

Hovedformålet med fokusgrupperne er at belyse målgruppens kendskab og holdning til tilbuddet og den kampagne, der har været herom. Fokusgrupperne kan belyse hvilken information, drengene har haft om tilbuddet, hvad de synes om formidlingen samt hvordan de vaccinerede drenge har oplevet tilbuddet i praksis. Herved afdækkes, om der er uforudsete barrierer for at få vaccinen, mangler bestemt information om tilbuddet, samt hvor informationen optimalt set skulle findes.

MEGAFON har gennemført fire fokusgrupper, af halvanden times varighed, med fire-otte deltagere i hver gruppe.
For at opnå en geografisk spredning, er der afholdt:

- 1 fokusgruppe i Aarhus: Med drenge som har taget imod tilbuddet om gratis vaccination.

- 3 fokusgrupper i Københavnsområdet: Én med drenge som har taget imod tilbuddet, én med drenge der har hørt om tilbuddet men ikke fået vaccinationerne samt én mixet gruppe, hvor halvdelen har fået vaccinationerne og den anden halvdel ikke har.

I en samtale, hvor alle deltagerne har truffet samme valg – i dette tilfælde enten har taget imod tilbuddet om at få HPV-vaccinationerne eller ikke har taget imod tilbuddet – behøver deltagerne ikke indtage en forsvarsposition, men kan uddybe og udforske deres holdning i et dynamisk samspil med andre ligesindede.

Formålet med den mixede fokusgruppe er at undersøge målgruppens forskelligartede holdninger til pilotprojektet. Her havde vi fokus på, om de drenge, der ikke har fået vaccinen, undervejs beskrev tiltag som kunne få dem til at ændre holdning. For at skabe tryghed på trods af modsatrettede holdninger bestod fokusgruppen af drenge, som kendte hinanden på forhånd og som derfor var trygge ved at udtale og diskutere forskellige holdninger til samme emne.

Fokusgrupperne har taget udgangspunkt i den semistrukturerede interviewguide, som er udviklet i samarbejde med SST.

EVALUERINGS METODE OG SET UP: HJEMMESIDEN OG ANNONCER

Formålet med analysen af hjemmesiden og annoncerne er at dokumentere indsatsen og pilotprojektets effekt i bredden. Hjemmeside- og annonceanalysen giver information om, hvor mange, der har besøgt hjemmesiden og hvor mange, som har klikket på annoncerne på Boyfriend.dk. Det kan bruges fremadrettet ved nye tiltag og lignende informationsindsatser til denne målgruppe.

Den kvantitative analyse af både hjemmesiden og annoncerne på Boyfriend.dk er udarbejdet på baggrund af det samlede datamateriale fra pilotprojektet. Det indsamlet i perioden fra *januar 2018 til december 2018*. Datamaterialet er blevet udleveret af Sundhedsstyrelsen.

Følgende parametre bliver undersøgt:

- Unikke sidevisninger, der indikerer antal besøg.
- Besøgstid
- Afvisningsprocenter
- Peak-perioder
- Henvisninger
- Brugte enheder

Hjemmesideanalysens resultater kommenteres i hovedkonklusionerne og er en del af kapitlet om *kampagne & informationsfolder*. Derudover er den særskilte delrapport vedhæftet som bilag.

BAG OM MÅLGRUPPEN – DRENGE, DER ER TIL DRENGE

I rekrutteringen af målgruppen er der lagt vægt på en spredning af respondenter som har fået vaccinen og som ikke har fået HPV-vaccinen.

- For at kunne evaluere vaccinationsforløbet har vi lagt vægt på at rekruttere tiltrækkeligt mange drenge, som har fået vaccinen. De drenge, der endnu ikke har fået vaccinen, er inddraget for at undersøge, hvordan vaccinationsforløbet kan udbredes til flere.

- Herudover er der lagt vægt på en aldersmæssig spredning og at repræsentere mere end én landsdel. Da langt de fleste drenge er blevet vaccineret i København, hvor LGBT+ miljøet er mere etableret end i henholdsvis Odense og Aarhus, har der været størst tilslutning til evalueringen i København.

MEGAFON har rekrutteret målgruppen gennem forskellige kanaler:

- I samarbejde med AIDS-Fondet har drengene fået en invitation til at deltage i evalueringen, når de har besøgt Checkpoints for at blive vaccineret.
- MEGAFON har derudover rekrutteret ved at dele invitationen med forskellige LGBT+ ungdomsgrupper i Danmark, på forskellige uddannelsesinstitutioner og på Facebook.
- Drengene har frivilligt tilmeldt sig enten via AIDS-Fondet eller ved at tage direkte kontakt til MEGAFON.

Respondentgruppen består af:

- Drenge i alderen 15-20 år
- 17 drenge som har fået vaccinationerne
- 7 drenge som ikke har fået vaccinationerne
- 24 respondenter i alt

BAG OM MÅLGRUPPEN – DRENGE DER ER TIL DRENGE

Der er taget særligt hensyn til, at det er en potentiel sårbar målgruppe og at temaet for evalueringen berører seksualitet, som for nogle kan være ømtåleligt og tabubelagt.

- I den sammenhæng kan det relativt unge aldersspektrum yderligere danne barriere for at målgruppen ønsker at deltage i evalueringen. MEGAFON derfor taget ekstra hensyn, når der er blevet etableret kontakt til respondenterne. Under interviewene har der været fokus på at skabe trygge rammer for respondenterne.

- MEGAFON har således rekrutteret på målgruppens egne præmisser. Det indebærer blandt andet, at drengene er blevet tilbudt at deltage i fokusgrupper med venner, som også er i målgruppen. Dette muliggjorde afholdelsen af en blandet fokusgruppe, hvor respondenterne ikke nødvendigvis var enige, men hvor de alligevel var trygge ved at diskutere modsatrettede holdninger.

- I hverken rekruttering, interviews eller fokusgrupper er der blevet spurgt direkte til drengenes seksualitet, med mindre drengene selv har italesat det, ligesom dette ikke er blevet gjort ved AIDS-Fondets Checkpoints.

Respondenterne vil gennem rapporten blive omtalt som henholdsvis vaccinerede drenge og ikke-vaccinerede drenge.

RAPPORTENS OPBYGNING OG LÆSEVEJLEDNING

Oversigt over rapporten opbygning, samt hvilke respondenter der indgår i de forskellige kapitler. Kap.2 kan læses særskilt, hvis der er behov for et hurtigt overblik af evalueringens resultater.

Kap. 1

- Introducerer evalueringens baggrund og formål, måden hvorpå analysen er opbygget og beskriver målgruppen for evalueringen.

Kap. 2

- Præsenterer hovedkonklusioner & opmærksomhedspunkter. Der redegøres for de vigtigste pointer fra evalueringen, og de væsentlige opmærksomhedspunkter fremhæves. Samtlige pointer fra dette afsnit udfoldes og eksemplificeres gennem resten af rapporten.

Kap. 3

- Omhandler drengenes holdninger til pilotprojektets kampagne, herunder informationsfolderen, hjemmesiden og annoncerne.
- Inddrager resultaterne fra hjemmeside- og annonceanalysen med dertilhørende relevante, uddybende pointer.
- **Respondenter**: Vaccinerede og ikke-vaccinerede drenge.

Kap. 4

- Omhandler drengenes viden og forestillinger om HPV og vaccinen.
- **Respondenter**: Vaccinerede og ikke-vaccinerede drenge.

Kap. 5

- Er en analyse af selve vaccinationsforløbet som det tager sig ud i praksis samt drengenes oplevelser af at blive vaccineret hos AIDS-Fondet.
- **Respondenter**: Vaccinerede drenge.

Kap.6

- Består af forbedringsforslag fra drengene.
- **Respondenter**: Vaccinerede og ikke-vaccinerede drenge.

Kap. 7

- Tager udgangspunkt i AIDS-Fondets medarbejderes erfaringer med pilotprojektet og munder ligeledes ud i forbedringsforslag.
- **Respondenter**: AIDS-Fondets medarbejdere

Drenge som elsker drenge ...

2. Hovedkonklusioner & opmærksomhedspunkter

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

HOVEDKONKLUSIONER – MÅLGRUPPEN

En gratis HPV-vaccination betyder, at flere drenge vælger at blive vaccineret

- Mange af drengene i aldersgruppen 15-19 år er studerende eller står i lære, og de er derfor ofte økonomisk pressede. Derfor har det afgørende betydning for drengene, at vaccinen tilbydes gratis. Størstedelen af drengene fortæller, at de ikke ville blive vaccineret, hvis de selv skulle betale for vaccinationerne.

De fleste vaccinerede drenge har fået kendskab til vaccinationstilbuddet gennem familie og venner

- Mange af respondenterne har hørt om vaccinationstilbuddet via deres netværk. For mange af de vaccinerede drenge er familie og venner afgørende for, at de er blevet vaccineret. Derudover har drengene hørt om tilbuddet hos deres egen læge eller gennem LGBT+ miljøets organisationer, såsom AURA og LGBT-Ungdom.

Den primære grund til, at de ikke-vaccinerede drenge ikke har fået vaccinen, er manglende kendskab til- og information om tilbuddet

- De ikke-vaccinerede drenge fortæller således, at HPV-vaccinen ikke har været et aktivt fravalg. Grunden til, at de ikke er blevet vaccineret, er derimod, at de først og fremmest ikke har kendt til tilbuddet om at få vaccinen og dernæst ikke har haft information og viden om sammenhængen mellem HPV-infektion og kræftformer blandt MSM-målgruppen. Langt de fleste er derfor umiddelbart åbne for at få vaccinen efter at have stiftet bekendtskab med tilbuddet.

For nogle respondenter er det en barriere offentligt at skulle identificere sig som dreng, der er til drenge, for at få vaccinen

- Mange drenge fortæller, at de på nuværende tidpunkt i livet ikke er sikre på deres seksualitet. Ligeledes oplever mange af dem, at de skal passe ind i en snæver kasse, som kræver at de er afklarede med deres seksualitet, for at kunne få tilbudt HPV-vaccinen gratis.
- Drengenes tilvalg af vaccinen afhænger af, om de er afklarede med deres seksualitet. Tvivl om seksuel orientering kan således afholde nogle fra at tilvælge vaccinen, selv om de tilhører SSTs definition af målgruppen.

HOVEDKONKLUSIONER – MÅLGRUPPEN

Kun få drenge har set informationsfolderen

- De fleste respondenter har ikke stiftet bekendtskab med informationsfolderen før. Nogle af de vaccinerede drengene har dog set dele af det, hvor det især er forsiden, som refereres til og som de har bidt mærke i. Drengene har set informationsfolderen i forbindelsen med Copenhagen Pride, på Facebook og i Facebookgrupper eller hos egen læge.

Informationsfolderen får ros på indhold og layout

- På trods af at mange af respondenterne ikke har kendt til informationsfolderen før evalueringen, får den generelt meget ros. Drengene finder materialet interessant, opmærksomhedsskabende og særligt layoutet får ros for at være pænt og fængende. Billedet får ligeledes ros, da det opfattes som pænt og neutralt. Kampagnen roses også for ikke at være en skræmmekampagne på trods af dets alvorlige emne.
- De fleste respondenter er positive over for overskriften "Drenge som elsker drenge", fordi den opfattes som forholdsvis neutral. Nogle respondenter finder den dog ekskluderende, fordi de mener, at den udelukker andre seksuelle orienteringer end homoseksualitet. Disse kunne eksempelvis være biseksuelle eller unge med en anden kønsidentitet.

Hjemmesiden opleves som relevant og troværdig

- Nogle af respondenterne har anvendt SSTs hjemmeside drengesomelskerdrenge.dk, hvor de har søgt informationer vedrørende vaccinationstilbuddet. De roser generelt hjemmesiden for en relevant og tilfredsstillende indholdsmængde samt neutral layout, hvilket opleves som passende for en statslig autoritet.

Vaccinationsstedets geografiske placering og tilgængelighed er en vigtigt faktor for drengene

- Respondenterne understreger, at det skal være nemt at komme hen til stedet, hvor vaccinationerne foregår. Nogle af drengene fravælger at blive vaccineret, hvis vaccinationsstedet er placeret langt fra deres bopæl, og hvis vaccinationerne kræver lang transporttid.
- Dertil hører, at mange af drengene går i skole eller er under uddannelse. Derfor har det været vigtigt for dem at kunne blive vaccineret om eftermiddagen eller om aftenen. Det har derfor været en udfordring for flere af drengene, at vaccinationstilbuddet kun har været tilknyttet 4 vaccinationssteder i landet.

HOVEDKONKLUSIONER – MÅLGRUPPEN

Drengene har haft positive oplevelser på AIDS-Fondets Checkpoints

- Der er delte meninger blandt respondenterne om, hvorvidt de helst vil vaccineres hos egen læge eller ved Checkpoints. Nogle finder det grænseoverskridende at skulle italesætte sin seksualitet over for egen læge, mens andre føler sig eksponerede ved at møde op på AIDS-Fondet, som i høj grad associeres med homoseksualitet.
- Det er dog fælles for alle de vaccinerede respondenter, at de har haft positive oplevelser med at blive vaccineret på Checkpoints, og at de både roser de fysiske omgivelser og personalets engagement og fremtoning.

Flere af de vaccinerede drenge har fået målrettet information og tilbud om seksuel sundhed gennem besøget hos AIDS-Fondet

- Mange af drengene beskriver, at de i forbindelse med deres besøg hos AIDS-Fondets fik en snak med AIDS-Fondets personale om seksuel sundhed. Det resulterede i, at nogle drenge eksempelvis fik lavet HIV-test eller fik hepatitis-vaccinationer. Samtidig fik de mulighed for at stille mere generelle spørgsmål og få vejledning om problematikker ved at tilhøre en seksuel minoritet, hvilket drengene oplevede positivt.

Drengene har et ønske om selv at vælge mellem at blive vaccineret ved AIDS-Fondet eller ved egen læge

- Selvom de vaccinerede drenge roser vaccinationsforløbene på Checkpoints, er der udbredt enighed om, at vaccinen også bør tilbydes hos den praktiserende læge. Respondenterne argumenterer for, at dette både tager hensyn til den enkeltes forhold til egen læge eller AIDS-Fondet og overkommer den geografiske udfordring, som Checkpoints afstedkommer.

HOVEDKONKLUSIONER – MÅLGRUPPEN

Drengene har hørt om bivirkninger relateret til HPV-vaccinen, især i relation til piger, men det har ikke haft en afskrækkende effekt på dem

- Overordnet set er drengene ikke synderligt bekymrede for risici for bivirkninger ved HPV-vaccinen. Nogle drenge har udtrykt betænkelighed ved at være *"prøvekaniner"* for HPV-vaccinen til drenge, fordi tilbuddet om gratis vaccine til drenge stadig er forholdsvis nyt.
- Mange respondenter har haft tanker om eventuelle bivirkninger og har hørt dem omtalt i medierne i forbindelse med HPV-vaccination til piger. Mange har derfor undersøgt emnet nærmere, særligt på internettet. Frygten for eventuelle bivirkninger og debatten herom, har dog ikke gjort, at respondenterne har fravalgt vaccinen.

Respondenterne har kun begrænset viden om HPV-infektion og vaccinens formål

- Flere af drengene har ikke kendskab til HPV-infektions risici og HPV-vaccinen og flere tror, at vaccinen kun er relevant for piger, da kun piger kan få livmoderhalskræft. For de vaccinerede-drenge har de fleste først viden herom, når de skal til at have vaccinationerne.

Drengene ønsker mere information om HPV-vaccinen *inden* de vaccineres

- Der efterspørges generelt mere information om vaccinen inden drengene bliver vaccineret. Flere beretter, at det er for sent at modtage informationen under selve vaccinationen, da beslutningen om at blive vaccineret på dette tidspunkt allerede er truffet. Derfor efterspørger flere af drengene at få tilsendt informationsfolderen, når de har bestilt tid til deres første vaccination.

HOVEDKONKLUSIONER – AIDS-FONDETS MEDARBEJDERE

AIDS-Fondets medarbejdere udtrykker en generel tilfredshed med pilotprojektet

- Medarbejderne på Checkpoints har haft positive oplevelser med at være en del af pilotprojektet og er overordnet set tilfredse med forløbet. Særligt roses initiativet om at tilbyde HPV-vaccinen gratis til en udsat målgruppe.
- Medarbejderne har ligeledes oplevet tilfredshed blandt drengene, som også har udvist taknemmelighed over at få tilbudt og modtage vaccinationerne gratis.

Bookingsystemet var besværligt og uoverskueligt

- Alle registreringer og tidsbestillinger på Checkpoints har været på papir, hvilket opfattes gammeldags og rodet. Det papirbårne arbejde har gjort arbejdsbyrden på Checkpoint større, fordi medarbejderne måtte bladre uger og måneder frem i papirarkene, når drengene skulle bestille tid og fordi der løbende har skullet scannes og udskrives mange dokumenter.

Der var afgørende forskel på aktivitetsniveauet ved Checkpoints i de fire byer

- Der har været stor forskel på, hvor mange drenge der er blevet vaccineret ved de forskellige Checkpoints. Hvor der i København generelt har været travlt, har der i Odense og Aalborg været relativt få vaccinationer.
- Medarbejderne efterspørger derfor et øget fokus på at udbrede tilbuddet til flere personer i provinsen.

Medarbejderne mener, at drenge uden for målgruppen kan være blevet vaccineret

- Da medarbejderne på Checkpoints ikke spørger drengene om deres seksuelle orientering, kan de ikke afgøre, om kun drenge inden for målgruppen har modtaget vaccinationerne. Derfor mener medarbejderne, at også andre end målgruppens drenge kan have gjort brug af tilbuddet om gratis HPV-vaccination.

HOVEDKONKLUSIONER – HJEMMESIDE- OG ANNONCEANALYSE

Nyhedsværdien og presseindsatsen i starten af pilotprojektet skabte stort bevågenhed på hjemmesiden

- Hjemmesideanalysen viser, at der inden for perioden 20. januar til 16. december 2018 har været **27.697** unikke visninger/besøg. Det svarer til et månedligt gennemsnit på ca. **2.518.**

- Afvisningsprocenten, også kaldet bounce rate, er på **80,45%.** Den **høje afvisningsprocent** er forventelig, da websiden er en enkel side, hvor det meste information kan findes. Såfremt der ikke klikkes videre fra forsiden, bliver det registreret, som en afvisning/bounce. Dermed er det MEGAFONS vurdering at en så forholdsvis høj afvisningsprocent ikke skal ses som problematisk.

- Den gennemsnitlige varighed af et besøg er på **2,24** minutter. Denne informationen omkring et besøgs varighed skal tages med et gran salt, da besøg der registreres som afvist (80,45%) automatisk sættes til en varighed på 0 sekunder.

- Over en fjerdedel af de unikke visninger er har fundet sted i januar (**26**%). Dette falder sammen med, at en stor gruppe af danske medier bragte nyheden om vaccinationstilbuddet. Dette vidner om at trafikken i meget høj grad, er forbundet til nyhedsværdien, samt til hvorvidt tiltaget omtales i medierne.

- Trafikken i januar, er centreret omkring den **24. og 25. januar 2018.** Derudover er der to udsving, den 07. marts 2018 med **628** unikke visninger og den 06. november 2018 **573** unikke visninger.

Flest har læst om vaccinationstilbuddet på hjemmesiden via deres mobiltelefon eller tablet

- **66%** har set hjemmesiden på mobil eller tablet, og **34%** har set hjemmesiden på desktop. Ser man på gennemsnitlig tid på hjemmesiden, kan man se, at når hjemmesiden besøges via desktop, er det i gennemsnit **26%** længere (**2:55** minutter), sammenlignet med besøg på tablet eller mobil (**2:18** minutter).

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

HOVEDKONKLUSIONER – HJEMMESIDE- OG ANNONCEANALYSE

De besøgende kommer ind på hjemmesiden via Googlesøgninger, direkte links, Facebook og Boyfriend.dk

- De besøgende har primært gjort brug af organiske søgninger via Google (**41**%). Herefter er der **26**% direct og **15**% via Facebook på mobilen. **3**% kommer fra annonceringerne på Boyfriend.dk .

- Ser man på den gennemsnitlige tid på siden lægger Boyfriend.dk langt under de resterende (**29** sekunder), og omvendt bliver de besøgende der henvises via Facebook på computeren markant længere tid på siden (**6:40** minutter).

Der er registreret begrænset aktivitet på baggrund af annoncerne fra Boyfriend.dk

- Antallet af visninger samlet set generet via annoncer på Boyfriend.dk er **845.** Dette kan synes umiddelbart lavt, men afhænger ligeledes af ambitionerne samt budgettet for kampagnen. Det skal derudover bemærkes at en kampagne på Boyfriend.dk kan have registreret data, som ikke kan måles direkte gennem Google Analytics *.

- Ud af de samlede **845** unikke sidevisninger, kommer **700** af disse fra annoncer på Boyfriend.dk 's forside.

- Derudover kommer **23** annonceklik fra chat, mens **122** kommer fra en anden annonce henvisningsside på Boyfriend.dk.

* Der har været begrænset adgang til datamateriale fra Boyfriend.dk, hvilket vanskeliggøre muligheden for at evaluere på effekten af annoncerne.

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

Følgende opmærksomhedspunkter er udarbejdet på baggrund af evalueringens resultater. Opmærksomhedspunkterne retter fokus på de områder, som SST kan forbedre i projekter, som henvender sig til lignende målgruppe. Disse er baseret på pointer fra både de vaccinerede og ikke-vaccinerede drenge, AIDS-Fondets medarbejdere samt hjemmeside- og annonceanalysen.

Fokus på generel oplysning om risiko for HPV-relaterede kræftformer blandt drenge, som er til drenge og om muligheden for at blive vaccineret

Det er en generel opfattelse blandt respondenterne, at der er mange som ikke ved, at HPV-infektion også kan ramme drenge. Der kan derfor fokuseres på at oplyse bredt om risikoen for HPV-infektion blandt drenge.

- Respondenterne har både oplevet manglende kendskab til HPV-infektion blandt drenge i deres egen omgangskreds, blandt familiemedlemmer samt ved egne læger.
- Drengene mangler viden om hvad HPV-infektion er og kan føre til, hvilke bivirkninger vaccinationerne eventuelt kan medføre, samt hvorfor drenge, der er til drenge, er i højere risiko end andre.

Større udbredelse og kendskab til pilotprojektet og kampagnens materiale

Mange respondenter, både vaccinerede og ikke-vaccinerede, har ikke set materialet før, hverken annoncer eller informationsfolderen. SST kan derfor med fordel arbejde på en større udbredelse af annoncerne og informationsfolderen ved lignende projekter og tilbud.

- Respondenterne mener, at kampagnens materiale kan komme bredere ud gennem eksempelvis YouTube, Facebook og Instagram. Plakater og flyers på offentlige steder samt oplæg på folkeskoler, gymnasier og andre uddannelsesinstitutioner fremhæves også som effektive platforme for kampagnen.
- Medarbejderne på Checkpoints mener ligeledes, at kampagnen ikke har været tilstrækkelig i Odense og i Aalborg, og at en fremtidig informationsindsats derfor bør målrettes mere mod de mindre byer i Danmark.

OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

Større geografisk spredning af vaccinationssteder

Mange respondenter har oplevet, at deres venner har valgt vaccinen fra, fordi vaccinationsstedet har ligget for langt væk. Ved lignende indsatser kan der laves flere vaccinationssteder, så antallet af personer, der tager imod tilbuddet, ikke begrænses af lang transporttid.

- Selvom flere respondenter har været villige til at tage lange køre- og togture for at blive vaccineret, har mange af dem oplevet, at deres venner ikke er villige til det samme. Flere af de drenge, som bor langt væk fra Checkpoints, er blevet kørt af deres forældre. Det er selvsagt ikke en mulighed for alle.
- Vaccinationsstedernes geografiske placeringer har derfor afholdt nogle drenge i målgruppen fra at blive vaccineret.

Mulighed for at vælge mellem AIDS-Fondet og egen læge

Nogle af respondenterne har et tillidsfuldt forhold til deres egen læge og ønsker at undgå at eksponere deres seksuelle orientering ved at modtage vaccinationerne hos AIDS-Fondet. Modsat ønsker andre ikke at inddrage lægen i spørgsmål om deres seksuelle orientering, da lægen opfattes som gammeldags eller potentielt fordømmende.

- MEGAFON anbefaler derfor, at give lægerne mulighed for at give HPV-vaccinen til drenge, men samtidig bibeholde Checkpoints.

Bedre vejledning fra egne læger

Flere respondenter har været i kontakt med deres læge i forbindelse med vaccinationstilbuddet og har oplevet ikke at få den tilstrækkelige hjælp og vejledning fra lægen. Der kan derfor fremadrettet etableres et tættere samarbejde mellem lægerne, SST og AIDS-Fondet.

- Rent intuitivt forbindes læger ofte med vaccinationer og nogle respondenter har derfor kontaktet deres læge, når de har hørt om tilbuddet. Andre drenge er blevet præsenteret for tilbuddet ved egen læge. Det har derfor skabt undren blandt drengene, at lægerne ikke har kunnet informere bedre om, hvem der giver vaccinationerne, hvordan man bestiller tid samt hvor vaccinationerne foregår.

OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

Digitalisering af bookingsystem og mulighed for at sende bekræftelses- og påmindelsessms'er

medarbejderne ved Checkpoints efterspørger bedre elektroniske vilkår, idet al registrering og tidsbestilling under pilotprojektet er foregået på papir.

- Et elektronisk bookingsystem kan ligeledes gøre det muligt at sende påmindelsesbeskeder til drengene, så færre drenge glemmer deres vaccinationstider, hvilket har været et problem for flere.

En bredere målgruppe

Drengene mener generelt, at den aldersmæssige afgrænsning af målgruppen er for snæver, da mange ofte ikke er afklarede om deres seksualitet i alderen 15-19 år. Derfor kan SST ved lignende projekter med denne målgruppe, forsøger at favne de personer, som enten ligger i yderkanten af målgruppen eller som ønsker at holde deres seksuelle orientering privat.

- Nogle respondenter nævner, at de stadig er i tvivl om deres seksualitet, mens andre siger, at seksualiteten kan være omskiftelig – særligt for denne unge aldersgruppe. Flere respondenter har således oplevet, at personer i deres omgangskredskreds har sagt nej til tilbuddet, fordi de var i tvivl om graden af deres tilhørsforhold til målgruppen.

OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

En løbende presseindsats kan skabe mere trafik til hjemmesiden og derigennem udbrede kendskabet til pilotprojektet

Såfremt SST ønsker en øget og mere jævn fordelt trafik på hjemmesiden fremover, kan et muligt initiativ være, at lave en øget presseindsats og sikre, at medierne regelmæssigt dækkede tilbuddet, da trafikken på hjemmesiden lader til at være meget afhængig af dette.

- Med tanke på, at pressedækning betyder meget for trafikken, kan man ligeledes forsøge at inkorporere hjemmesiden mere direkte i pressedækningen. En oplagt måde at gøre dette ville være, at tilføje et link til hjemmesiden i selve pressemeddelelsen. Dette ville gøre det markant lettere at tilgå hjemmesiden direkte efter at have læst nyheden.

- Såfremt hjemmesiden bibeholdes eller skal bruges til lignende projekter, så kan man overveje at sætte en timer på, således at besøg på over eksempelvis 30-60 sekunder ikke registreres som afvist.

Annoncer på forsiden af Boyfriend.dk skaber mere trafik til hjemmesiden end annoncer andre steder på platformen.

Blandt de annoncer der har været på Boyfriend.dk lader det til at være annoncerne fra forsiden, som har skabt mest trafik til hjemmesiden. Derfor kan SST med fordel lægge annoncer her, hvis der skal laves lignende kampagner på Boyfriend.dk fremover.

3. Vaccinationstilbuddets kampagne & informationsfolder

//kendskab til vaccinationstilbuddet om gratis HPV-vaccination
//kendskab til kampagnens materiale
//Holdninger til informationsfolderen: layout
//Holdninger til informationsfolderen: indhold
//Holdninger til Sundhedsstyrelsens hjemmeside
//Holdninger til annoncer på grindr og boyfriend.dk

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

KENDSKAB TIL VACCINATIONSTILBUDDET OM GRATIS HPV-VACCINATION

"Jeg tror, jeg hørte det på skolen. Jeg er ikke sikker. Jeg vidste ikke noget om det, og så undersøgte jeg det nærmere, hvad det var, og så tænkte jeg bare, at hvis det mindsker chancen for at få kræft, så er det da værd at tage den. Men jeg har ikke fået vaccinationen endnu."
(Respondent 2, 15 år).

Kendskab til tilbuddet gennem familie og venner

- Flest drenge er blevet bekendte med tilbuddet gennem deres netværk, familie og venner. Respondenternes mødre har i flere tilfælde spillet en central rolle, fordi de har hørt om vaccinationstilbuddet og efterfølgende opfordret deres søn til at blive vaccineret. Andre respondenter har hørt om tilbuddet gennem venner og bekendte.
- Derudover er tilbuddet blevet udbredt gennem sundhedsfagligt personale enten gennem personer, som respondenterne kender privat eller ved besøg hos egen læge, som har informeret om tilbuddet.

Ikke-vaccinering skyldes ofte manglende kendskab til vaccinationstilbuddet

- Størstedelen af de respondenter, som ikke har fået vaccinationerne, har ikke kendt til vaccinationstilbuddet. De har hverken set informationsfolderen eller hørt om kampagnen andetsteds. Flere af de ikke-vaccinerede drenge giver udtryk for, at de gerne ville have haft vaccinationerne, såfremt de var blevet bekendt med tilbuddet noget før.
- Enkelte påpeger, at de blev bekendte med tilbuddet for sent – enten grundet deres alder eller grundet tilbuddets begrænsede tidsinterval.

"Jeg har læst om det i en artikel i Politiken. Min mor er sygeplejerske, så det stod også i hendes fagblad. Så undersøgte jeg det ret meget, også på grund af den heftige debat, der har været i forhold til pigerne. Det er en problematik, jeg gerne ville undersøge mere, inden jeg fik vaccinationerne. Jeg læste om det på Sundhedsstyrelsens hjemmeside og fik svar, og så til konsultationen."

(Respondent 17, 20 år)

"En af mine kammerater fortalte om det, han sendte mig et link, så jeg fandt ud af det gennem ham. Så gennem Sundhedsstyrelsens hjemmeside fandt jeg mere information om det. Jeg ved, at han bruger Grindr, så måske er det derfra, men jeg ved ikke, hvor han har fundet det."

(Respondent 6, 18 år)

KENDSKAB TIL KAMPAGNENS MATERIALE

"Jeg er ikke på sider, som Sundhedsstyrelsens side. Det er ikke den smarteste måde at sætte det ud på. Så jeg har ikke set det. Muligvis kan man sætte det på busserne, ligesom man gjorde det med brystkræft-annoncer for et par år siden. På busserne – folk ser det jo hver dag. Eller reklamer på TV. Få det ud dér, hvor flest folk vil se det."
(Respondent 1, 16 år)

Få har set kampagnens informationsfolder

- Størstedelen af respondenterne kender ikke til pilotprojektets informationsfolder og har ikke set det før, hverken det henvendt til drengene eller det henvendt til forældrene. De fleste blev første gang præsenteret for det under fokusgrupperne og dybdeinterviewene.
- De respondenter, som har set informationsfolderen før, har kun set dele af det, som er rettet mod drengene. I de fleste tilfælde har de set forsiden af folderen, fordi den har ligget fremme eksempelvis til Copenhagen Pride eller hos lægen.
- Der er også nogle respondenter, som har set noget af informationsfolderen online på Instagram og Facebook, hvor det er blevet delt i forskellige grupper indenfor LGBT+-miljøet.
- Kun enkelte respondenter mener at have set information om vaccinationstilbuddet via annoncer på Boyfriend og Grindr.
- Det stemmer fint overens med at Boyfriend.dk ikke har mere end 845 unikke sidevisninger for hele perioden.

Information gennem Sundhedsstyrelsens hjemmeside

- De færreste respondenter har været inde på Sundhedsstyrelsens hjemmeside: drengederelskerdrenge.dk.
- De, der har været inde på hjemmesiden, har fundet derind ved at opsøge information om HPV på Google, hvilket også ses i hjemmesideanalysen, hvor 41% af de 27.697 unikke visninger på hjemmesiden kommer fra organiske søgninger* via Google.
- Drengene fortæller, at deres forældre og ældre familiemedlemmer har gjort brug af hjemmesiden.

"Jeg synes det ser meget godt ud, jeg har bare aldrig set det før. Det synes jeg virker lidt underligt. Det er det vigtigste først – overskriften – drenge kan også få kræft af HPV. Så bliver man sådan lidt, åh nej, kan jeg også få kræft."
(Respondent 9, 18 år)

*Organiske søgninger henviser til alle de søgeresultater, foretaget på Google, der ikke er betalte annoncer, som ellers ofte er placeret i toppen af et søgeresultat.

HOLDNINGER TIL INFORMATIONSFOLDEREN: LAYOUT

Evalueringen har primært taget udgangspunkt i den informationsfolder, som er målrettet drengene. Respondenterne synes generelt godt om informationsfolderens layout. Det beskrives som fængende, opmærksomhedsskabende og umiddelbart interessant at kigge på. Særligt forsiden, farverne og faktaboksene får meget ros.

"Jeg er enig i, at forsiden fænger. Jeg synes, at den er spændende. Man får lyst til at læse mere om, hvad det er."

(Respondent 8, 18 år).

" Det ligner lidt sådan en film eller et cover – det kan jeg godt lide."

(Respondent 4, 18år)

Fængende forside

- Billedet på forsiden bliver beskrevet som neutralt og diskret samtidig med, at respondenterne fornemmer, at opslaget henvender sig til drenge, der er til drenge, hvilket opleves som positivt blandt nogle af drengene. Flere respondenter mener, at forsiden ligner et cover til en bog eller en film, hvilket gør informationsfolderen interessant og skaber nysgerrighed til at læse videre.

- Informationsfolderen roses for at det ikke fremstå som en skræmmekampagne, selvom emnet er alvorligt. Respondenterne mener derimod, at forsidens billede og overskift gør emnet til noget kærligt, som lægger op til hjælp til selvhjælp.

Flotte farver

- Generelt synes respondenterne, at farverne i informationsfolderen er flotte og fængende. Dog oplever flere, at farverne gør det svært at læse teksten inde i selve informationsfolderen. Nogle påpeger, at en større kontrast i farver kunne forbedre læsevenligheden.

Overskuelige fakta via grafisk opsætning

- Faktaboksene i informationsfolderen, som er grafisk illustrativt sat op, får særligt ros af respondenterne. De synes, at boksene giver et godt overblik over de mest væsentlige informationer. Flere respondenter siger, at de bedst husker og forstår fakta og tal, og at det også er fakta og tal, de vil bruge, når de skal videreformidle informationerne til andre.

HOLDNINGER TIL INFORMATIONSFOLDEREN: INDHOLD

"Overskriften lyder sådan lidt funky. Den går fra pigevaccine og derefter noget som er til homoseksuelle – så måske er der nogen, der tænker, vaccinen er slet ikke relevant for mig."

(Respondent 18, 17 år)

Generelt opleves indholdet i informationsfolderen som interessant, oplysende, letlæseligt og relevant. Respondenterne finder informationerne relevante, fordi de giver viden om, hvorfor vaccinen er vigtig og hvilke konsekvenser et fravalg af vaccinen kan få.

"Drenge som elsker drenge…"

- Drengene har delte meninger til informationsfolderens titel. Nogle oplever titlen som negativ og stereotyp, mens andre finder den neutral og passende for emnet. De, der er kritiske overfor titlen, føler, at den kun henvender sig til homoseksuelle og derfor ekskluderer de drenge, som enten er usikre på deres seksualitet, eller har en anden kønsidentitet.
- Overskriften "Drenge som elsker drenge" giver flere respondenter associationer til opfordringer til brugen af kondomer eller generel advarsel mod sexsygdomme. Flere mener, at det burde fremgå tydeligere af forsiden, at der i informationsfolderen informeres om HPV-infektion, kræft og HPV-vaccination.

Relevante oplysninger fra informationsfolderen er centrale for at sige ja til tilbuddet

- Respondenterne finder informationerne relevante, fordi det er essentielt for dem at have viden om de mulige konsekvenser ved HPV-infektion samt vaccinens forebyggende effekt, når de skal beslutte, om de vil tage imod tilbuddet. Særligt fremhæves informationen om, at man kan smittes med HPV selvom der bruges kondom, som et godt eksempel på vigtig viden, som mange af drengene ikke kendte til i forvejen.

Mere information om drenge, der er til drenge og HPV

- Der efterlyses dog generelt mere information om, hvorfor særligt drenge, der er til drenge er i højere risiko for at blive smittet med HPV og senere hen at udvikle kræft. Respondenterne har svært ved at forstå, hvorfor de er særlig eksponerede og vil derfor gerne have dette præciseret i informationsfolderen.

- Nogle respondenter foreslår, at informationsfolderen også indeholder informationer om vaccinens eventuelle bivirkninger, fordi det kan foregribe eventuelle forbehold mod at tage imod vaccinationstilbuddet.

HOLDNINGER TIL SUNDHEDSSTYRELSENS HJEMMESIDE

Flere respondenter har aktivt søgt information om HPV-vaccinen online. Blandt disse respondenter er nogle efterfølgende endt på Sundhedsstyrelsens generelle hjemmeside og enkelte på Sundhedsstyrelsens underside www.drengesomelskerdrenge.dk. De respondenter, som endte på www.drengesomelskerdrenge.dk roser hjemmesiden - både for dens indhold og layout.

"Jeg har været inde på Sundhedsstyrelsens hjemmeside. Jeg synes, at den er fin. Jeg læste om, hvad HPV kan give af forskellige former for kræft. Informationerne gav mig et bedre perspektiv på, hvorfor man burde overveje at få den."

(Respondent 23, 20år)

Indhold

- Respondenterne har lavet online søgninger på muligheden for at få vaccinen, fordi de har manglet viden om tilbuddet, HPV og om kriterier for at deltage. Respondenterne søger derfor en grundlæggende viden om vaccinen på nettet, herunder hvorfor den er vigtig at få og hvad den beskytter imod. Sundhedsstyrelsens hjemmeside får generelt ros for at være informativ og for at indeholde de oplysninger, som respondenterne umiddelbart har søgt svar på.

- Respondenterne har dog ikke selv aktivt opsøgt Sundhedsstyrelsens egen hjemmeside, men har derimod brugt Google i første omgang. De understreger derfor vigtigheden af, at Sundhedsstyrelsens hjemmeide er et af de øverste søgeresultater ved internetsøgninger på vaccinationstilbuddet.

- Nogle respondenter søger information om eventuelle bivirkninger ved vaccinationerne. Der er generelt en høj tillid til Sundhedsstyrelsen blandt respondenterne, som alligevel understreger, at det er svært ikke at blive påvirket af den offentlige debat om bivirkninger af HPV-vaccinen til piger. Det har derfor været centralt for nogle af respondenterne at kunne læse om bivirkninger på Sundhedsstyrelsens hjemmeside.

Layout

- Hjemmesiden beskrives som troværdig – både på grund af dens udseende og afsender. Respondenterne savner hverken billeder, farver eller andre effekter. Selv om hjemmesiden beskrives som en smule kedelig, anses dette ikke som problematisk grundet emnets seriøse karakter.
- Der er meget tekst på hjemmesiden, og respondenterne roser derfor fold-ud-funktionen for at gøre læsemængden overskuelig og lettere at sortere i.

HOLDNINGER TIL ANNONCER PÅ GRINDR OG BOYFRIEND.DK

Ganske få respondenter har set annoncerne for vaccinationstilbuddet på Grindr eller Boyfriend.dk. Respondenterne finder det relevant at annoncere om emnet på siderne, men understreger vigtigheden af også at annoncere pilotprojektet andre steder.

Irritation over annoncer

- Respondenterne nævner, at mange andre reklamer og annoncer på dating-apps ofte er irriterende. Derfor er det respondenternes første indskydelse at lukke reklamerne ned med det samme, når de popper op på skærmen.

Useriøst at annoncere på dating -platforme

- Respondenterne nævner, at når man er på en app som Grindr, så er det ofte i en "useriøst" henseende. Derfor er det svært at tage en seriøs annonce til sig, hvor man pludselig skal forholde sig til en alvorlig sygdom.

- Trods dette påpeger respondenterne, at annoncerne sikkert har fungeret, som en påmindelse om, at tilbuddet fandtes og at de ikke kan afvise at annoncerne muligvis har kickstartet tanker vedrørende vaccinationstilbuddet. Med denne funktion for øje, finder respondenterne det relevant at der annonceres på Grindr eller Boyfriend, fordi det er gode platforme, at fange målgruppen på og øge kenskabet til tilbuddet – også selvom de dybdegående og faglige informationer ikke nødvendigvis læses med det samme.

Kun meget få af de 15-19 årige bruger dating-platforme

- Flere respondenter udtrykker dog, at man bør tage højde for, at Grindr har en fastsat aldersgrænse på minimum 18 år. Respondenterne mener således, at annoncerne skal ud på platforme, der henvender sig til et bredere publikum for at kunne nå hele målgruppen.

- En respondent nævner, at der er er forskel på bannerreklamer i forhold til, at annoncerne både kan være et aflangt banner i bunden af siden og større annoncer, som fylder hele skærmen. Der er større tendens til at ignorere eller overse de små bannerreklamer end annoncerne, som fylder hele skærmen og dermed kræver, at man aktivt trykker på dem for at navigere tilbage til hjemmesiden.

"De første to gange krydsede jeg annoncen. Men på et tidspunkt klikkede jeg på den og læste meget lidt om det. Jeg kan ikke huske, hvor jeg kom ind. Men det kan godt passe, at det var Sundhedsstyrelsens hjemmeside. Men jeg havde det i baghovedet, at jeg skulle ind og læse mere."

(Respondent 24, 20 år).

CITATER

Hjemmeside

”Det kan sagtens være, at jeg har set det på Grindr, men det er et dårligt sted at reklamere. Der er så mange åndssvage reklamer, så jeg lukker dem ned. Jeg kan godt se, at målgruppen er på Grindr. Men jeg lægger mere mærke til det på Facebook eller Instagram. Det er en seriøs reklame, men alle de andre reklamer er om sexlegetøj. Det gider man ikke.”

(Respondent 22, 20 år)

”Jeg synes, at det var fyldestgørende på hjemmesiden. Men man har jo altid mediedebatten i baghovedet, som er svær at abstrahere fra. Men informationen på hjemmesiden var fyldestgørende, ja.”

(Respondent 17, 20 år)

Informationsfolder

”Jeg har sagt, det er til drenge som er til drenge. Vi har grinet lidt af det - altså titlen. Altså, jeg kan sagens forstå de ting, der er i det, men elsker er jo et meget stærkt ord.”

(Respondent 6,18 år)

”Det er meget fint, at der står drenge som elsker drenge og ikke drenge, som har sex med drenge. Så det ikke bliver så sexfikseret, selvom det jo også handler om sex. Det er ikke så vulgært, det er mere sobert, det kan jeg godt lide.”

(Respondent 22, 20 år)

”Den er ret lokkende i den måde, den er lavet på – designmæssigt. Hvis det bare var hvid/sort, så ville det være kedeligt som at læse en skoleopgave.”

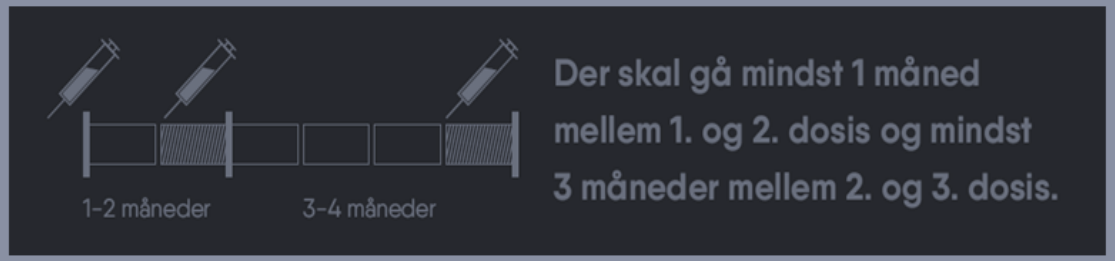
(Respondent 18, 17 år)

Vaccinationstilbuddet

”Jeg synes, at det er fedt, at der endelig kommer noget til os drenge, som er til drenge. Der er kommet mere opmærksomhed på det nu . Der er kommet flere tilbud til ’os’, noget der er målrettet det her område. Så det ikke altid bare skal være mænd, der er til kvinder, så jeg blev glad, da jeg så det.”

(Respondent 9, 18 år).

”Generelt er jeg stor fan af vacciner – det er lidt som at have en forsikring. Her betaler man så nul kroner, og så er der en ting mindre, man skal bekymre sig om. Så er man jo kommet i den alder, hvor mennesker er begyndt at blive lidt interessante, så er det jo godt, at blive beskyttet.”
(Respondent 6, 18 år)



4. Viden og forestillinger om HPV og vaccinen

//Viden og forestillinger
//Viden om bivirkninger
//Faktorer som har betydning
//Åbenhed og forståelse for egen seksualitet

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

VIDEN OG FORESTILLINGER DER KAN HAVE BETYDNING FOR OM DRENGENE BLIVER VACCINERET

De fleste af drengene har begrænset viden om HPV og vaccinationerne. Den manglende viden betyder, at flere af drengene har fejlagtige forestillinger om HPV, hvilket influerer på, om drengene vælger at blive vaccineret. Drengene oplever også, at deres venner, bekendte, familier og sågar nogle af drengenes læger heller ikke ved særlig meget om emnet. Det er derfor en generel holdning blandt respondenterne, at der mangler oplysning og information på området.

" Jeg synes, det er vigtigt, fordi jeg troede, det var en vaccine kun til piger. Det er fordi, den kun er blevet tilbudt til piger. Jeg havde ikke rigtig hørt om, at der var nogle drenge som havde fået det. Når folk snakker om det, har de altid snakket om livmoderhalskræft. Jeg har ikke en livmoder, så jeg kan ikke få alle de sygdomme."
(Respondent 8,19 år)

Sexsygdomme og kræft

- Flere respondenter ved, at HPV er en sexsygdom, mens få ved at HPV kan udvikle sig til kræft. Mange af drengene omtaler sexsygdomme med lethed og uden særlig alvor, hvorimod kræft opfattes, som mere farligt og tages meget alvorligt. Fælles for de fleste respondenter er, at de ikke har en fyldestgørende forståelse for og viden om HPV-infektion og HPV-vaccine samt dens virkning.

En vaccine til piger

- Mange af drengene har en forestilling om, at vaccinen kun er relevant for piger, fordi den i medierne er blevet koblet til livmoderhalskræft. Det betyder, at flere drenge har svært ved at forstå, at vaccinen kan være relevant for dem, og det skaber forvirring om målgruppen for vaccinen. Flere af de vaccinerede respondenter påpeger, at mange af deres bekendte, uanset seksualitet og køn, fortsat har en forestilling om, at vaccinen kun er til piger.

Viden om analkræft, men ikke andre kræftformer

- De respondenter som ved, at vaccinen beskytter imod kræft, fremhæver særligt analkræft og nævner sjældent de andre kræftformer, som vaccinen også beskytter imod. Ganske få respondenter har viden om samtlige kræftformer, som vaccinen beskytter imod.

VIDEN OM BIVIRKNINGER KAN HAVE BETYDNING FOR OM DRENGENE BLIVER VACCINERET

"Jeg var lidt bange. For når det er så nyt, hvad så hvis man finder ud af om 3 år, at det ikke er en god sprøjte, man har fået eller sådan noget. Vi skal jo ligesom være de første, men det er lidt skræmmende." (Respondent 4, 18 år)

"Hende, som jeg var ved, nævnte bivirkningerne og sagde, at de var udokumenterede – for at berolige mig." (Respondent 17, 20 år)

Generelt har drengene ikke mange bekymringer om bivirkninger ved HPV-vaccinen. Bekymringerne er størst hos drengenes familier og venner, og for nogle af drengene kan det have en afsmittende effekt. Viden om vaccinens bivirkninger har indflydelse på, om drengene vælger at blive vaccineret, og hvordan de vurderer dette valg.

Mediers fokus på bivirkningerne

- Bekymringerne om bivirkningerne er blandt andet opstået fordi respondenterne i medierne har hørt om alvorlige (mulige) bivirkninger hos piger, som har fået HPV-vaccinen. Nogle respondenter nævner, at deres veninder ligeledes har nævnt risici ved disse bivirkninger, hvilket gør nogle af drengene bekymrede.
- Bekymringerne er mest fremtrædende i den indledende fase af vaccinationsforløbet, hvor flere respondenter udtrykker, at risikoen for at få bivirkninger har indgået i deres overvejelser om at få vaccinen eller ej. De fleste nævner dog, at det ikke har været en altafgørende faktor for deres beslutning.

Mere information om bivirkningerne

- Flere respondenter fortæller, at de har svært ved at finde information om bivirkninger og efterspørger mere information herom. Når det ikke lykkes drengene at finde relevant information om bivirkningerne, tolkes det af nogle drenge som et udtryk for manglende undersøgelse af potentielle bivirkninger, hvilket får dem til at føle sig som *"prøvekaniner"*.

Information giver tryghed

- Andre respondenter har læst om eventuelle bivirkninger på internettet og på Sundhedsstyrelsens hjemmeside eller har snakket med bekendte eller fagfolk om eventuelle risici. Respondenterne er enten kommet frem til, at debatten om bivirkninger har været kørt op, eller at det er forbundet med større risici ikke at få vaccinationerne end at få den.
- Målrettet information om den eventuelle risiko for bivirkninger ved HPV-vaccinen tidligt i vaccinationsforløbet vil kunne afværge nogle af drengenes bekymringer og muligvis medføre, at flere føler sig trygge ved at blive vaccineret.

FAKTORER SOM HAR BETYDNING FOR OM DRENGENE BLIVER VACCINERET

" Jeg fik den kun, fordi den var gratis. Jeg gad ikke give 3000 kr. for den. Så havde jeg bare levet livet."
(Respondent 15, 19 år).

"Jeg kender faktisk én, der har løjet. Han ville gerne have vaccinen. Han er på samme alder som mig. Jeg kender ikke hans bevæggrund for at lyve. Men det kan man sagtens, for de spørger ikke om ens alder og man kan jo ikke sige 'du er ikke 20 år - du er meget ældre.'"
(Respondent 22, 20 år).

Respondenternes bevæggrunde for at blive vaccineret afhænger både af deres vidensniveau og deres forestillinger om HPV og vaccinen samt rammerne for vaccinationstilbuddet. Størstedelen af drengene fremhæver rammerne, som afgørende for deres valg om at blive vaccineret. Heriblandt nævnes prisen, aldersgrænse og tilgængelighed for vaccinationerne som afgørende faktorer.

Gratis vaccination

- Drengene vælger generelt at få vaccinen, fordi den er gratis. Flere af drengene er studerende eller elever og har derfor en presset økonomi, som gør, at de fleste ikke prioriterer at blive vaccineret, hvis de skal betale for det. Det gælder også for størstedelen af de respondenter, som kender til HPV-infektion og som ved, hvad vaccinen beskytter imod.

Alderen for målgruppen

- Respondenterne mener at aldersgruppen er for snæver, fordi mange udelukkes fra vaccinationstilbuddet på grund af deres alder. Nogle af respondenterne har følt sig pressede, fordi de skulle nå at få vaccinationerne, inden de blev for gamle. Derfor advokerer flere respondenter for at tilbuddet skal gælde for samtlige aldersgrupper.

Checkpointets placering

- Respondenterne mener, at det skal være nemt for dem at komme hen til det sted, hvor de skal vaccineres. Flere af drengene fortæller, at stedets placering har betydning for, om de vælger at blive vaccineret eller ej. Hvis transporttiden er for lang, eller hvis det er for besværligt at finde vaccinationsstedet, kan det betyde, at drengene fravælger vaccinen.

- Selvom flere respondenter har været villige til at rejse langt for at få vaccinationerne, nævner de fleste af dem, at de kender nogle, som ikke har prioriteret at få vaccinationerne på grund af den lange afstand til Checkpoint. Derfor ser respondenterne det som en begrænsning, at det kun har været muligt at få vaccinationerne fire steder i landet.

ÅBENHED OG FORSTÅELSE AF EGEN SEKSUALITET HAR BETYDNING FOR OM DRENGENE BLIVER VACCINERET

"Jeg har ikke været så vild med at snakke om sådan noget. Så jeg har kun snakket med min ven om det."
(Respondent 3, 15 år)

"Jeg tror ret meget på mig selv. Men det var selvfølgelig rart at snakke med min mor om det. Men vi snakker altid om alt og er ret tætte, så det hjælper lidt."
(Respondent 23,20 år).

For flere af drengene kommer vaccinationstilbuddet til at handle om, hvorvidt de har lyst til at være åbne om deres seksualitet eller er afklaret med den.

Usikkerhed om egen seksualitet

- Respondenterne påpeger alderskriteriet 15-19 år som problematisk, fordi flere af dem endnu ikke er afklarede med deres seksualitet. Det skaber forvirring om, hvorvidt de er i målgruppen eller ej. Det fremhæves derfor af stort set alle respondenterne, at vaccinen bør være en gratis mulighed for alle drenge uanset seksuel orientering. Der er dog forståelse for argumentet om, at MSM målgruppen har højere risiko for analkræft end heteroseksuelle.

HPV-vaccinen som udgangspunkt for at tale om seksualitet med nære relationer

- Flere respondenter har brugt vaccinationstilbuddet som afsæt for at tale med nære familiemedlemmer om deres seksualitet for første gang. Samtalen udspringer ofte af, at drengene har brug for hjælp til at tilmelde sig eller er usikre på noget omkring vaccinationerne. Det bliver både italesat som godt, men også som grænseoverskridende, og for nogle har det bremset processen med at blive vaccineret

Fortæller om vaccinationstilbuddet til venner og familie

- De drenge, som er åbne og afklarede omkring deres seksualitet, fortæller gerne familie og venner, at de er blevet vaccineret og snakker generelt frit og åbent om det. Omvendt forholder det sig med de drenge, som er mere lukkede om deres seksualitet. De oplever det som et meget privat område og taler kun med meget nære relationer eller venner om, at de er blevet vaccineret.

CITATER

Viden om HPV vaccinen

”Først var det en vaccine til piger, og nu er det noget, som homoseksuelle får. Så jeg tror at der er nogen drenge, der tænker, så er det slet ikke noget for mig.”

(Respondent 18, 17 år) .

” Ja, hvis jeg skal være ærlig, har jeg ikke helt vidst, hvad den handlede om før nu her, hvor I siger, at det er kræft. Jeg troede, det var noget med kønssygdomme. ”

(Respondent 5, 18 år).

”Ja, mange har misforstået det. Nu er jeg blevet vaccineret mod HPV. Jamen, du har da ikke nogen livmoder. Nej, det har jeg godt nok ikke, men derfor skal jeg stadig vaccineres.”

(Respondent 7, 18 år).

Seksualitet

”Man skal kunne identificere sig som en dreng, der er til drenge. Det er hele ens kønsidentitet og seksualitet. Hvad med de biseksuelle – hvem kan de identificere sig med? Skal de have den?”

(Respondent 17, 20år)

”Jeg har drengevenner, som er heteroseksuelle, men som før i tiden har været lidt sammen med drenge. Det tror jeg faktisk, at der er mange, som har. Og nogle af dem kommer til at gøre det igen, også selvom de ser sig selv som heteroseksuelle! Det behøver jo ikke at være så firkantet. Men de venner har ikke fået vaccinen, fordi de ikke synes at projektet henvendte sig til dem. Men jeg tænkte, at det var meget smart, hvis de også havde fået den.”.
(Respondent 22, 20år)

Bivirkninger

”Jeg har hørt, at der er mange piger, som er blevet syge. Men der er jo ikke konkrete beviser på, at de er blevet syge af HPV-vaccinationen. Jeg ville gerne have den, fordi jeg er homoseksuel, så jeg tænkte, at det kunne være en god idé. Det var jo meget i nyhederne at det ikke var bevist, at det var HPV-vaccinen som gav bivirkninger.”

(Respondent 23, 20 år)

”Jeg snakkede om det med en ven, som også var i gang med at få vaccinationen. Det var betryggende, at han kunne fortælle, hvad der skete. Jeg havde egentlig ikke betænkeligheder. Men jeg havde også læst, at det var lidt overdrevet det med bivirkninger.”
(Respondent 12, 19 år).

”Medarbejderne sagde, at det er de samme bivirkninger, som alle de andre vaccinationer og det gav mig en tryghed, at vide, at det er ligesom alle andre vacciner.”

(Respondent 9, 18 år)

5. Vaccinationsforløbet

// Den første kontakt
// Vaccineret ved AIDS-fondet
// Vaccineret ved egen læge
// Information under forløbet

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

DEN FØRSTE KONTAKT 1 AF 2

Når respondenterne har besluttet sig for at blive vaccineret, er det meget forskelligt, hvordan den indledende kontakt med AIDS-Fondet påbegyndes. Flere af drengene er meget unge og oplever det som uoverskueligt og grænseoverskridende selv at kontakte AIDS-Fondet. Mange er usikre på, hvad de vil blive spurgt om, og hvorvidt de passer ind i målgruppen.

Tidsbestilling

- De respondenter, som har oplevet det som grænseoverskridende at tage den første kontakt vedrørende tidsbestilling, har ofte fået hjælp af deres mødre eller andre familiemedlemmer til at bestille den første tid.
- Respondenterne har oplevet det som positivt og overskueligt, at de ved den 1. vaccinationsgang med det samme har aftalt tidspunktet for 2. vaccination.
- De respondenter, som selv har etableret kontakten til AIDS-Fondet, har enten ringet eller skrevet en mail. De fleste fortæller, at de har været tilfredse med hvordan tidsbestillingen har foregået, og at det har været relativt nemt og overskueligt at komme i kontakt med AIDS-Fondet og bestille en tid.
- Mange respondenter efterspørger dog muligheden for at kunne foretage tidsbestillingen online.

" Jeg tror faktisk, at det var min søster der tilmeldte mig. Jeg er rimelig sikker på, at det kom i min e-boks, hvor der stod, at jeg havde fået en tid. Jeg tror hun gav dem mit cpr-nummer og så fik jeg en tid. Og så efter første gang fik jeg jo bare en ny tid til næste gang. Det var nemt, og de var rigtig søde."
(Respondent 4, 18 år)

"Jeg sendte en mail til AIDS-Fondet: 'Hey der er det her tilbud, det vil jeg gerne være med i', og så spurgte de, hvor jeg boede, og hvad jeg hed osv. Så fik jeg en tid, dukkede op og fik igen nye tider. Det var meget nemt, og der var ingen problemer."
(Respondent 6, 18 år).

DEN FØRSTE KONTAKT 2 AF 2

"Jeg mødte faktisk bare op på AIDS-Fondet. Jeg havde læst, at man kunne blive vaccineret hver 2. onsdag. De havde heldigvis en tid 10 minutter senere, så det var meget nemt."

(Respondent 15, 19 år)

Venteliste

- Få respondenter har oplevet, at der ikke var flere ledige tider hos Checkpoint København, da de forsøgte at bestille tid. Her fremhæves muligheden for at komme på venteliste som positivt. Ventelisten gav drengene muligheden for at blive ringet op af AIDS-Fondet ved afbud. De drenge, som kom på ventelisten fik alle en tid til at blive vaccineret*.

Mulighed for drop-in

- Flere af drengene har ikke bestilt vaccinationstid på forhånd, men har derimod benyttet sig af drop-in. Denne mulighed får ros af respondenterne, fordi de kan tage hen til AIDS-Fondet, når det passer dem, på egne præmisser og uden at skulle planlægge besøget lang tid i forvejen. Når respondenterne vælger drop-in, er de indforståede med, at der kan forekomme ventetid.

"Jeg ringede for at bestille tid og fik at vide, at der ikke var plads og jeg først kunne få plads, når jeg var fyldt 20, hvilket jo var for sent. Men så havde de en venteliste og så kom jeg med på et afbud. Lidt heldig har man jo lov at være. Det kom godt fra start – de var søde til at hjælpe og til at ringe tilbage, da jeg var på ventelisten og skulle have pladsen."

(Respondent 16, 20 år)

"Jeg bestilte ikke tid. Jeg skulle på Checkpoint og testes alligevel og så sagde han, at jeg kunne få den. Først tænkte jeg, at det var lidt svært at tage stilling til, men han pressede mig slet ikke og sagde, at jeg kunne tænke over det. Jeg besluttede mig for at få den alligevel. Så fik jeg jo de andre tider med det samme. Det var ikke grænseoverskridende og helt ok".

(Respondent 8,19 år)

* Ventelisten var kun aktuel i København i april og maj. Herudover har det ikke været nødvendigt med en venteliste.

AT BLIVE VACCINERET VED AIDS-FONDET | AF 2

Der er delte meninger blandt respondenterne om, hvor de foretrækker at blive vaccineret. Nogle af drengene foretrækker at blive vaccineret ved AIDS-Fondets Checkpoints, men andre heller vil have vaccinen hos egen læge.

"Jeg havde nok taget den hos min læge, hvis jeg selv kunne vælge. Jeg synes AIDS-Fondet lyder lidt som en kliché. Bare navnet, altså, det lyder, som om man har AIDS, eller at man skal tjekkes for det. Som om det kun har noget med den sygdom at gøre, når man kommer der."

(Respondent 23, 20 år).

AIDS-Fondets' medarbejdere opleves som professionelle og specialiserede

- De respondenter, som fortrækker at blive vaccineret ved AIDS-Fondets Checkpoints, argumenterer for at medarbejderne her er specialiserede i seksuelt overførte sygdomme blandt homoseksuelle, og at AIDS -Fondet er en pålidelig organisation. Det gælder især de drenge, som i forvejen har været i kontakt med AIDS-Fondet, fordi de kender til stedet og føler sig trygge her.
- Nogle respondenter mener, at det er en fordel at blive vaccineret ved AIDS-Fondet, fordi personalet er vant til at arbejde med målgruppen.

Fordomme over for AIDS-Fondet

- Andre respondenter associerer AIDS-Fondet med alvorlig sygdom og har en oplevelse af, at organisationen udelukkende arbejder med at teste og behandle for AIDS. Disse fordomme har en afskrækkende effekt på nogle af drengene, men ingen har nævnt det som grund til, at de ikke er blevet vaccineret.
- Ligeledes associerer respondenterne i høj grad AIDS-Fondet med homoseksualitet. Dermed føler nogle af respondenterne, at deres seksualitet eksponeres unødvendigt, når de skal møde op på AIDS-Fondet for at blive vaccineret.

Placeringen for vaccinationsstedet er væsentlig

- Generelt foretrækker respondenterne, at det skal være relativt nemt og ikke for tidskrævende at komme til vaccinationsstedet. Derfor er afstanden afgørende for, hvor respondenterne ønsker at blive vaccineret.

AT BLIVE VACCINERET VED AIDS-FONDET 2 AF 2

"Jeg ville sige, at det ville være nemmest og rarest at få den hos egen læge umiddelbart, men det var jo faktisk en federe oplevelse at få den herinde. Det var bare lige transporten, der var lidt irriterende. Hvis Checkpoint havde ligget i Næstved, havde det været perfekt. Men så er jeg også krævende." (Respondent 24, 20 år)

Blandt de respondenter, som umiddelbart først ønskede at få vaccinationerne ved egen læge, udtrykker alle efterfølgende, at de havde en positiv oplevelse ved AIDS-Fondet. Det betyder, at flere fremadrettet foretrækker at anvende AIDS –Fondet aktivt, når der skal testes for HIV og andre seksuelt overførte sygdomme og vaccineres mod seksuelt overførte sygdomme.

AIDS-Fondets Checkpoints får positive tilkendegivelser fra drengene

- Samtlige respondenter, som er blevet vaccineret ved Checkpoints, udtrykker stor tilfredshed med forløbet.
- Drengene beskriver, at de har følt sig trygge på Checkpoints, hvor atmosfæren beskrives som hyggelig og afslappet. De oplever personalet ved Checkpoints som imødekommende, snakkesalige og velinformerende om vaccinationsforløbet.
- Det fremhæves positivt at blive vaccineret af den samme medarbejder hver gang. Herved oplever drengene en større tryghed, eksempelvis hvis de er bange for nåle eller er nervøse for at stille spørgsmål.

AIDS-Fondet har givet drengene information og tilbud om seksuel sundhed

- For nogle respondenter blev besøget hos AIDS-Fondet en oplagt mulighed for at opsøge andet information og andre tilbud end HPV-vaccinationstilbuddet. Det er både sket på eget initiativ, men også på baggrund af samtaler mellem drengene og medarbejderne på Checkpoint, som kunne informere og rådgive. Flere drenge har således fået taget tests mod kønssygdomme, bestilt tid til andre vaccinationer eller er blevet henvist til, hvor de kan finde hjælp og rådgivning vedrørende deres specifikke situation.

Andre positive sideeffekter ved at få vaccinationerne ved AIDS-Fondet

- De fleste respondenter har under besøgene på Checkpoints mødt andre ligesindede drenge. Det opleves især som positivt for de respondenter, som kommer fra mindre byer, hvor der kun er få andre med samme seksualitet som dem. Derfor er det en positiv og givende oplevelse for disse drenge at komme til Checkpoints. For nogle betød det, at de mødte og faldt i snak med andre drenge i Checkpoints venteområder.

MULIGHED FOR VACCINATION HOS EGEN LÆGE

Hvorvidt drengene ønsker at få vaccinationerne ved egen læge afhænger i høj grad af deres forhold til lægen, og om de er trygge ved at tale om seksualitet med vedkommende. Mange respondenter har et neutralt forhold til deres læge og siger derfor, at de ikke foretrækker lægen frem for AIDS-Fondet.

"Jeg ville være mere tryg ved at gå ned til min egen læge, fordi jeg kender ham. Desuden er det nemmere og tidsbesparende, fordi jeg ved, hvor det ligger." (Respondent 3, 15 år).

"Min læge er meget gammeldags, og jeg har slet ikke lyst til at tale med ham om sexsygdomme og min seksualitet. Han kender også hele min familie og taler meget med min far." (Respondent 9, 18 år).

Lægen er det nemmeste

- De respondenter, som ønsker at blive vaccineret ved egen læge mener, at lægen er oplagt, da de kender lægen i forvejen, ved hvor lægehuset ligger, og fordi lægen også kender drengene. Drengene understreger, at de hurtigere og nemmere kan bestille tid ved egen læge, og at det er hurtigere for dem at komme hen til deres egen læge.
- Samtlige af de ikke-vaccinerede respondenter fortæller, at de vil foretrække at få vaccinationerne ved egen læge, da det er mest overskueligt og tilgængeligt for dem.
- Respondenterne argumenterer for, at vaccinationstilbuddet skal udbydes hos alle praktiserende læger i landet. Dette vil udbrede kendskabet til tilbuddet og medføre, at samtlige drenge får kort afstand til vaccinationsstedet.

Mange ønsker ikke, at 'familielægen' skal involveres

- De respondenter, som ikke foretrækker at blive vaccineret ved egen læge, finder det intimiderende at skulle fortælle lægen om deres seksualitet. For mange er er lægen en 'familielæge', som hele familien er tilknyttet og på trods af lægens tavshedspligt, føler mange sig usikre ved at involvere vedkommende. Nogle har et decideret anstrengt forhold til lægen og mener ikke, at vedkommende vil være støttende i forløbet.
- Nogle respondenter har hørt om tilbuddet ved et besøg hos egen læge og andre har aktivt kontaktet lægen, for at høre mere om vaccinationstilbuddet. Der er dog en opfattelse blandt drengene af, at lægerne ikke ved nok om pilotprojektet, fordi lægerne eksempelvis ikke har viden om, hvor vaccinationerne foregår, eller hvem drengene skal kontakte for at bestille tid. Derfor ønsker drengene et større samarbejde mellem AIDS-Fondet og lægerne, og at lægerne bliver bedre klædt på til at vejlede og henvise.

INFORMATION UNDER FORLØBET

Langt de fleste drenge finder den information, som de får på Checkpoints yderst relevant og brugbar, men fremhæver at de gerne vil høre mere om risikoen for bivirkninger, inden de får den første vaccination.

"Jeg var lidt bekymret, også fordi flere venner havde advaret, bl.a. en veninde. Jeg ville gerne have haft en forsikring om, at der ikke var bivirkninger. Der kunne godt være én, der havde forklaret lidt mere."

(Respondent 22, 20 år).

God information under vaccinationerne

Personalet på Checkpoints får generelt ros for at være omhyggelige og gennemgå samtlige papirer med drengene før vaccinationen. Respondenterne fortæller, at de har været indforstået med og klar over, hvad de skrev under på og gav samtykke til.

- De fleste respondenter har følt sig godt informerede før vaccinationerne. Nogle efterlyser dog flere informationer om selve HPV-infektionen, herunder hvordan den smitter, hvad konsekvenserne kan være, hvordan vaccinen beskytter, hvor længe vaccinen holder samt hvilke bivirkninger, som vaccinen kan medføre.

Informative medarbejdere og relevant information ved tidsbestilling

- Drengene fortæller, at det kan være pinligt at stille mange spørgsmål. Derfor er det vigtigt for respondenterne, at personen, som giver vaccinationerne, er åben, imødekommende og proaktiv, når det gælder om at videreformidle relevant information.

- Respondenterne forklarer, at det opleves som sent i processen at få informationen om vaccinen samtidig med, at de modtager vaccinationen for første gang, fordi de på det tidspunkt allerede har besluttet sig for at få vaccinationen. Det foreslås, at der tilsendes en informationsfolder, når tiden til første vaccination bestilles. Hermed vil drengene bedre kunne forholde sig til informationerne og derefter afgøre, om de stadig ønsker vaccinationerne.

CITATER

VACCINATION PÅ AIDS-FONDET

”Jeg synes, at der var en hyggelig stemning. Jeg har været der tre gange og ham, jeg havde været hos, kunne huske, hvad vi snakkede om sidst og sådan noget. Det gør, at jeg føler mig tryg. Det var den samme medarbejder, som gav mig de andre vacciner. Det var meget rart.”

(Respondent 4, 18 år).

”I starten tænkte jeg meget på AIDS – men det er nok bare mig, der ikke rigtig vidste, hvad det var. Men det blev meget alvorligt. Det havde en lillebitte afskrækkende effekt til at starte med. Men så kom jeg på Checkpointet og fandt ud af, hvor fedt det er, så nu synes jeg bare, at det er godt.”

(Respondent 6, 18 år).

VACCINATION VED EGEN LÆGE

”Jeg tænkte ‘hvorfor kan jeg ikke bare få vaccinen ved min egen læge’. Det ved jeg stadig ikke. Ikke fordi jeg synes, at der er noget mærkeligt ved Checkpoints. Men det er mystisk, hvorfor det ikke bare er en normal ting at få den ved lægen, i stedet for at man skal på en klinik. Pigerne får den da hos deres egen læge!”

(Respondent 4, 18 år)

”Min læge vidste ikke nok om det. Han var oplysende, fordi han jo fortalte mig om vaccinationstilbuddet, men han kunne ikke sige andet end det. Han henviste mig ikke engang til hjemmesiden, så jeg vidste ikke, hvor jeg skulle gå hen med det.”

(Respondent 5, 18 år)

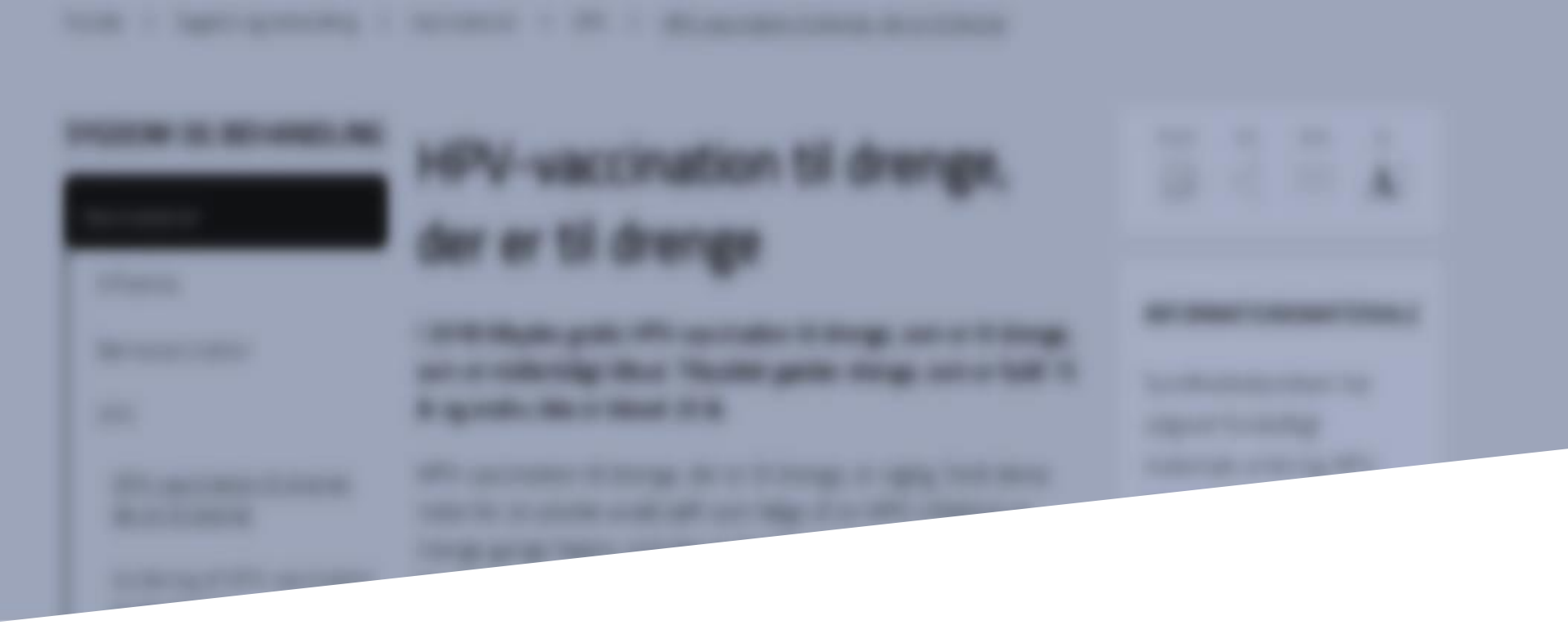
INFORMATION

”Jeg fik et spørgeskema om leversygdom, nyresygdom osv. Det var meget betrykkende, at de var så opmærksomme, fordi det jo ikke var min egen læge. De tjekkede, at der ikke var nogle sygdomme som clinchede med vaccinen.”

(Respondent 7, 18 år)

”Jeg kan huske at jeg tænkte ‘wow, det var meget information’ - så meget tror jeg ikke, at jeg havde fået at vide, hvis jeg var en pige på 12 år, der skulle vaccineres.”

(Respondent 7, 18 år)



6. Forbedringsforslag fra drengene

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

FORBEDRINGSFORSLAG

"Det skal bare ud på de sociale medier, der hvor mange er på. Også til dem, der er usikre på deres seksualitet. Jeg tror også, at der er mange andre, som vil få gavn af at gå ind og læse sådan helt generelt hvad HPV er."

(Respondent 9, 18 år)

Under gennemførelsen af undersøgelsen kom flere af drengene med konkrete forslag til, hvordan pilotprojektet kunne forbedres. Forslagene præsenteres i dette kapitel og kan bruges fremadrettet til lignende projekter:

Mere synlighed og bedre markedsføring af pilotprojektet på de sociale medier og i TV-programmer.
Mange respondenter foreslår, at pilotprojektet skal blive mere synligt, så flere drenge får kendskab til tilbuddet.

- **Facebook og Instagram:** Disse nævnes som platforme, hvor SST med fordel kan reklamere for pilotprojektet. Drengene fremhæver, at Sundhedsstyrelsen både kan benytte sig af specifikke netværksgrupper på Facebook, som er målrettet homoseksuelle, men at der også kan reklameres mere bredt med fokus på den bredere befolkning. De drenge, som er usikre på deres seksualitet, ønsker ikke udelukkende at modtage information om vaccinen i lukkede netværksgrupper. Derfor kan det være meningsfuldt at reklamere bredt på både Facebook og Instagram.

- **Snapchat:** Respondenterne mener, at alle drenge i aldersgruppen benytter sig af snapchat, og foreslår derfor en informationsvideo på snapchat. Informationsvideoen kan både øge kendskabet til pilotprojektet eller generel information om HPV-vaccination til drenge.

- **YouTube:** Drengene er generelt tilhængere af kampagnefilm og understreger, at Sundhedsstyrelsen med fordel kan udvikle evt. humoristiske informationsfilm om HPV-vaccinen og dens virkning. Videoerne skal være korte og informative, og hvis de er humoristiske, skal de stadig beholde en grad af seriøsitet.

- **TV-programmer:** Respondenterne mener, at forældre i højere grad skal informeres om pilotprojektet. Det foreslås, at denne målgruppe rammes gennem eksempelvis Aftenshowet eller Go' Aften Danmark, hvorigennem flere voksne kan få kendskab til projektet.

FORBEDRINGSFORSLAG

Mere synlighed og bedre markedsføring af pilotprojektet på offentlige steder, via kendte mennesker og foredrag på skolerne.

Pilotprojektet skal ikke kun markedsføres på de sociale medier, men også gennem større synlighed via andre kanaler, mener respondenterne. De foreslår udbredelse i bybilledet, gennem kendte personligheder og informative foredrag på skoler og uddannelsesinstitutioner.

- **Influencers:** Kan bruges til at reklamere for pilotprojektet og til at informere om HPV-vaccinen og dens virkning. Her tales om flere forskellige, men alle mener, at det skal være nogle, som rammer den aldersmæssige målgruppe og eventuelt også selv kommer fra LGBT+-miljøet.

- **Foredrag på gymnasier og uddannelsesinstitutioner:** Størstedelen af drengene fremhæver at der kan komme sundhedsprofessionelle eller frivillige ud på gymnasier og ungdomsuddannelser og fortælle om HPV-vaccinen og dens virkning. Det understreges, at foredragene ikke må være for lange og informationstunge. De skal være korte og præcise for at fastholde de unges opmærksomhed – en varighed på 7-10 minutter anses som passende. Ydermere kan der hænges plakater op og uddeles flyers på gymnasierne og uddannelsesinstitutionerne.

- **Plakater ved offentlig transport:** Respondenterne mener, at plakater ved busstopsteder, s-togstationer, togstationer og lignende er oplagte reklamespots for målgruppen, da mange bruger offentlig transport i deres hverdag.

"Der er frivillige fra Sex og Samfund, som giver uddybende seksualundervisning til folkeskoler og gymnasier. De vil nok gerne hjælpe. De kommer ud og fortæller– og det koster nok ikke noget at samarbejde med dem."

(Respondent 11, 20 år)

FORBEDRINGSFORSLAG

Respondenterne har også forbedringsforslag til vaccinationsforløbet og kriterierne for at modtage vaccinen.

- **HPV-vaccinen skal tilbydes alle**
  Respondenterne mener, at det vil være godt og positivt at tilbyde alle drenge at blive gratis vaccineret mod HPV, når de er 12 år gamle. Drengene finder det ikke meningsfuldt, at vaccinen kun tilbydes til drenge, som er til drenge.

- **Mere praktisk information og historier fra drenge, som er blevet vaccineret**
  Drengene fortæller, at der i informationsfolderen kan fremgå mere praktisk information om, hvor vaccinationerne foregår, åbningstider for Checkpoint samt et direkte link til tidsbestilling. Ligeledes foreslås det, at informationsfolderen indeholder små citater eller historier fra drenge, som er blevet vaccineret. De kan fungere som inspiration til drenge, som er i tvivl om eller nervøse for, hvordan vaccinationerne foregår.

- **Nødvendigheden af vaccinen og prisen skal fremgå tydeligt**
  Flere af de drengene, som ikke er blevet vaccineret, understreger, at de savner information om vigtigheden af vaccinen. Hvorfor er de særligt eksponerede, og hvorfor skal de vaccineres. Endvidere fremhæver respondenterne, at vaccinens pris skal fremgå tydeligt af informationsfolderen, da prisen og det, at den er gratis, har en afgørende betydning for, om drengene vælger at blive vaccineret.

- **En bekræftelse af og påmindelse om tidsbestillingen på SMS**
  Det påpeges, at AIDS-Fondet med fordel kan sende en bekræftelse efter tidsbestilling samt sende en påmindelses-sms med tid og sted for vaccinationerne for at forebygge udeblivelser.

- **Mulighed for at blive vaccineret ved egen læge** Respondenterne vil finde det særligt fordelagtigt at få mulighed for at blive vaccineret ved deres egen læge. Drengene påpeger, at de praktiserende læger skal have mere information og viden om tilbuddet for bedre at kunne rådgive og vejlede drengene om vaccinen.

"Jeg ved godt, at det er en fundamental ændring af tilbuddet, men man burde overveje at give det til alle. Hvis man begynder at stikke alle drenge, når de er 12, så bliver det pludselig bare sådan, det er."

(Respondent 7, 18 år).

CITATER

FORBEDRINGSFORSLAG

”Der er ikke nogen unge, som går på statshjemmesider. Det skal ud på sociale medier.”

(Respondent 4, 18 år)

”Jeg synes, at de skal have folk som deler foldere ud på stationer.”

(Respondent 2, 15 år)

”Det burde slet ikke være sådan, at der fokuseres på homoseksuelle, men bare drenge i det hele taget. Man kunne informere om, at drengene, som er til drenge, har større risiko, men det burde være for alle.”

(Respondent 21,17 år)

FORBEDRINGSFORSLAG

”Den burde blive tilgængelig for dem over 20 år. Jeg er selv 20, kender mange som er ældre. Mange af dem ville gerne have vaccinen og har sagt, at det var fjollet, at man skulle være så ung for at få den. Jeg håber, at det kommer senere.”
(Respondent 24, 20 år)

”Man kunne sætte aldersgrænsen lidt højere. Der er som sagt flere af mine venner som gerne ville have haft den. De synes, det er mange penge at smide.”

(Respondent 23, 20 år)

FORBEDRINGSFORSLAG

”Det kunne være godt at høre fra folk som har fået vaccinen, hvordan det har været, hvordan det er gået osv. Så kan man sætte deres citater på plakaterne, hvor de siger noget om det. Jeg har jo ikke rigtig snakket med nogen om det.”

(Respondent 3, 15 år)

”Der er jo mange homo-grupper på Facebook. De skal også sætte sådan noget derind (informationsfolderen). Sundhedsstyrelsens kunne jo have delt det på deres Facebookside, og så kunne den blive delt på de her grupper derigennem.
Det er jo fedt med Grindr og Boyfriend, men det skal også være mere på de sociale medier.
Jeg bruger ikke de der apps, så hvis det kun havde været der, så havde jeg aldrig set det.”

(Respondent 9, 18 år)

7. AIDS-FONDETS MEDARBEJDERE

// Oplevelser med pilotprojektet
// Forløbene i de forskellige byer
// Målgruppen set fra medarbejdernes perspektiv
// Forbedringsforslag fra medarbejderne

MEDARBEJDERNES OPLEVELSER MED PILOTPROJEKTET

"Altså, jeg synes det er lidt ærgerligt, at vi har haft unge mænd fra København, der har været nødt til at køre til Odense for at få en tid. Og vi har også haft nogle langt nede fra Sønderjylland, som er kørt langt for at få den. De vil jo gerne have vaccinationen, men også spare pengene, som den ellers koster."

(Respondent 27, Odense)

Gennemgående ros til pilotprojektet

Generelt roses pilotprojektet blandt medarbejderne, som synes, at det har været et godt og relevant tilbud, og at det overordnet set har været en god oplevelse at være en del af projektet.

- Det roses især, at vaccinationerne blev givet gratis, samt at der var fokus på målgruppen, som en særligt udsat gruppe.

Forskel på aktivitetsniveauet i de 4 byer

Der har dog været forskel på aktivitetsniveauet i de forskellige byer, hvor vaccinationerne er blevet tilbudt ved Checkpoints.

- Flest drenge har modtaget vaccinationerne i København, hvor der i løbet af projektet har været travlt. Medarbejderne mener ikke, at der har været informeret godt nok om tilbuddet i Odense, Aarhus og Aalborg og at for få drenge har kendt til tilbuddet i disse byer. Hertil nævner medarbejderne at de mener, at informationsfolderen eller andet relevant materiale burde have været lettere tilgængeligt for drengene eksempelvis på skoler og gymnasier.

Nogle kommer langvejs fra

Den store tilslutning til tilbuddet i København har bevirket, at dette Checkpoint i perioder har været fuldt booket. Samtidig har den manglende tilslutning i Odense gjort det muligt at sende drengene fra Sjælland til Odense for at udnytte de ledige tider her.

- Blandt drengene fra Sjælland, som kendte til tilbuddet, var der således villighed til at tage langt for at få vaccinationerne. En fagperson eksemplificerer dette med en dreng fra Helsingør, som er kørt til Odense for at få de tre vaccinationer. Ligeledes er der i Aarhus kommet drenge, som har taget turen fra både Sønder- og Nordjylland for at få vaccinationerne.

Hyggelige rammer skaber tryg stemning

Det har været et mål på Checkpoints at skabe hyggelige, fysiske rammer, som adskiller sig fra kliniske hospitalslokaler og venteværelser.

- Det påpeges af medarbejderne, at de har oplevet, at drengene følte sig trygge ved at være på Checkpoint. Nogle drenge har sågar udtalt til medarbejderne på Checkpoint at de synes, det var en skam at være færdige med vaccinationerne fordi de nød at komme forbi Checkpoint.

FORLØBENE I DE FORSKELLIGE BYER

"Jeg gør meget ud af at sikre mig, at de har skrevet deres næste tid ned. Der er mange, der siger: 'jaja', men så når jeg spørger dem, hvilken tid vi aftalte, så ved de det allerede ikke."

(Respondent 28, København)

Ingen arbejdstelefon i Odense

Checkpoint i Odense har ikke haft en arbejdstelefon, hvilket har været efterspurgt af medarbejderne. Den har især været relevant på grund af den manglende tilladelse til at sende påmindelses-sms'er, hvorfor det kunne have været effektivt at ringe til drengene, når det var nødvendigt.

Lægefaglig tilknyttet Checkpoint er positivt

Medarbejderne i København roser tiltaget om at have en lægefaglig tilknyttet dette Checkpoint. Det har skabt en tryghed, og det har været relevant at kunne henvise til den lægefaglige, når drengene har haft spørgsmål, som krævede en vis faglighed.

- Ligeledes har det fungeret godt, at personalet fra de øvrige Checkpoints har haft mulighed for at kontakte den lægefaglige fra København, når de har fundet det nødvendigt.

Mulighed for drop-in roses

Muligheden for drop-in bliver rost af medarbejderne på Checkpoint, fordi den har øget fleksibiliteten i bookingsystemet og har gjort, at andre kunne træde til, hvis nogen ikke dukkede op til deres tid.

- Derudover passer muligheden for drop-in godt til drengenes travle hverdag og derfor værdsættes muligheden for at tage impulsive beslutninger om, hvornår det passer dem at få vaccinationerne.

MÅLGRUPPEN SET FRA MEDARBEJDERNES PERSPEKTIV

De drenge, som har fået vaccinationerne, er selvsagt meget forskellige. De er forskellige steder i livet og er afklaret med deres seksualitet i forskellig grad. Medarbejderne på Checkpoints mener dog stadig, at det kendetegner den primære målgruppe at bestå af drenge, som ofte bor i nærområderne af Checkpoints og som er relativt ressourcestærke.

"Seksualitet er ikke noget, jeg har til hensigt at påpege. Jeg synes bare, at det er fint, at der er en stor tilslutning til vaccinationstilbuddet. Det er ikke min opgave at afgøre, hvem der homoseksuel og hvem, der ikke er det. Jeg synes faktisk, at det har været overvejende drenge inden for målgruppen, som har været her."

(Respondent 30, København)

Ressourcestærk målgruppe

Med ressourcestærke mener medarbejderne, at de vaccinerede drenge ofte er i gang med at tage en uddannelse eller har forældre, som har hjulpet med at booke tider eller sørget for transport til og fra Checkpoint.

- Disse drenge har enten selv opsøgt vaccinationstilbuddet på internettet, har hørt om det i medierne eller har forældre, som har videreformidlet vaccinationstilbuddet til dem og anbefalet dem at få vaccinationerne.
- Selvom nogle drenge kommer langvejsfra for at blive vaccinerede, er det primært de drenge, som bor i Checkpoints nærområder, som har fået vaccinationerne.

AIDS-Fondet har ikke spurgt til drengenes seksualitet

Medarbejderne på Checkpoints er glade for, at de ikke har skulle spørge til drengenes seksualitet. Dermed vides det dog ikke, om kun målgruppen er blevet vaccineret.

- Drengene italesætter, at det har været en tryghedsskabende faktor ikke at blive spurgt ind til deres seksualitet ved vaccinationerne. Det er medarbejdernes opfattelse, at også drenge uden for målgruppen kan være blevet vaccineret.

FORBEDRINGSFORSLAG FRA MEDARBEJDERNE

"Det var mindre godt, at der ikke var mulighed for at sende sms-reminders. Der har ikke været mange udeblivelser, men der har været nogen. Faktisk spørger mange, om de kan få en sms inden, men det er der ikke tilladelse til. Specielt målgruppen taget i betragtning, er det jo relevant."

(Respondent 28, København)

Mulighed for at sende påmindelses-sms

- Personalet efterlyser muligheden for at sende en påmindelsessms til drengene om deres vaccinationstid, hvilket også har været efterspurgt blandt drengene selv.

Ønsker om et elektronisk bookingsystem

- Mange blandt medarbejderne på Checkpoints efterspørger et elektronisk bookingsystem. Al registrering og tidsbooking er foregået på papir, hvilket opleves som uprofessionelt og gammeldags blandt medarbejderne. Derudover gør det arbejdsbyrden større, mere omfattende og langtrukken, fordi dokumenterne løbende skulle scannes og udskrives af receptionisterne.

Mere information om bivirkninger

- For at imødekomme bekymringerne om bivirkninger ved vaccinationerne anbefaler medarbejderne, at der skrives om eventuelle bivirkninger i informationsfolderen og på hjemmesiden. Det skal både henvende sig til den primære målgruppe samt forældre, fordi forældrene ofte har spurgt hertil, når de har ledsaget deres søn ved vaccinationerne. Medarbejderne mener, at informationerne bør indeholde de mest almindelige bivirkninger ved vaccinationerne generelt og ligeledes indeholde informationer om andre mulige bivirkninger, som følger af HPV-vaccinationerne.

"De fleste spørgsmål har omhandlet bivirkninger. Det har ikke været tydeligt de steder, hvor de har læst om det, fx på nettet. Der kunne man skrive noget om, at internationale studier viser, at der ikke er årsagssammenhæng mellem vaccinen og bivirkningerne. Der er bivirkninger til alle vacciner."

(Respondent 30, København)

FORBEDRINGSFORSLAG FRA MEDARBEJDERNE

"Drengene ved nærmest ingenting om vaccinationen, når de kommer. Men hvordan skulle de også vide det? Det er jo ikke en målgruppe , der surfer på nettet om sådan nogle ting. De har jo hovederne et helt andet sted. De kender bare tilbuddet, fordi der er blevet reklameret for det."

(Respondent 30, København)

Styrket kommunikationsindsats – især i mindre byer

- Medarbejderne på Checkpoints mener ikke, at pilotprojektet er blevet promoveret godt nok. Eksempelvis var der mange drenge, som tog fra Nordjylland til Aarhus Checkpoint for at blive vaccineret. Dette på trods af, at vaccinationerne var tilgængelige på Aalborg Universitetshospital.
- En af fagpersonerne fra Checkpoint Aarhus , som også har været tilknyttet Aalborg, fortæller, at de i Aalborg kun har haft meget få aftaler. I den forbindelse mener medarbejderne, at jo længere man kommer ud i provinserne, jo sværere bliver det at udbrede tilbuddet. De mener derfor, at der skal være mere fokus på udbredelsen af tilbuddet i de mindre byer.

Mere faglig information

- Selvom der har været stor tilslutning til tilbuddet, så ved mange af drengene ikke ret meget om, hvad vaccinationerne beskytter imod, samt hvad HPV-infektion er. Derfor efterlyser medarbejderne på Checkpoints ikke kun en større udbredelse af tilbuddet, men også mere faglig information om, hvad HPV-vaccinationerne beskytter imod, og hvorfor vaccinationerne er relevante.

"Men på en eller anden måde manglede der jo noget information. Jo længere ud i provisen du kommer, tror jeg, jo sværere er det at rekruttere. Jeg har ikke løsningen på det, men det er jo ærgerligt. På onsdag, når vi skal vaccinere, kommer der måske 3-4 stykker, og det er jo ikke mange, når man sidder her i 3 timer og der stort set ikke kommer nogen."

(Respondent 27, Odense)

CITATER

MEDARBEJDERNES OPLEVELSER MED PILOTPROJEKTET

”Der gik noget tid, før folk blev opmærksomme på, at tilbuddet eksisterede ,og det gik op for dem, at drenge også kunne få HPV. I starten oplevede jeg mange mødre, som sagde, at de kun troede at det var kvinder, som kunne få det, på grund af ordet livmoderhalskræft.”

(Respondent 30, København)

”Det er dem, der er ressourcestærke, der har forældre med. Dem, der kommer lidt nord for København. Dem, hvor forældrene er engagerede i, at de får vaccinen. Dem, hvor det er forældrene, der har sagt til drengene, at de skal have vaccinen og hvor de har taget aktiv del, i at de skal derind.”

(Respondent 30, København)

MÅLGRUPPEN SET FRA MEDARBEJDERNES PERSPEKTIV

”Det er virkelig super relevant, og jeg synes måske også, at det er et område, man skal have oplyst lidt mere om, fordi mange af de drenge, der kom, har måske ikke vidst så meget om det og det har forældrene heller ikke. De fleste troede at det kun var noget for piger fordi det kun er det, man har hørt. Så det synes jeg virkelig, det er super relevant.”

(Respondent 26, Aarhus)

”Der var sådan lidt debat omkring det med seksualitet, og der er også flere, hvor jeg tænker, at det er moren der har sagt: ‘ja vi ved jo ikke hvad det bliver til, han er jo kun 15, så nu lader vi ham vaccinere.’ Der har været nogle, der har tænkt, at det var en god måde at få vaccineret sin søn gratis på, uden de skulle forholde sig til seksualitet.”

(Respondent 27, Odense)

FORBEDRINGSFORSLAG

”Jeg tror, at man skal være bevidst om hvilken aldersgruppe, man har med at gøre, så jeg vil slå et slag for påmindelses-sms’er , for de her drenge er altså flyvske.”

(Respondent 25, Aarhus)

”Vi har haft store A3 ark liggende med tiderne for resten af året. Det var lidt uprofessionelt. Det bør gøres elektronisk.”

(Respondent 28, København)

9. BILAG

SUNDHEDSSTYRELSEN MEGAFON

RESPONDENTLISTE - FOKUSGRUPPER

Fokusgruppe 1, d. 20/11/2019 – både vaccinerede & ikke vaccinerede -København		
Respondent nr.	**Alder**	**Fået vaccinen**
1	16	JA
2	15	NEJ
3	15	NEJ
4	18	JA
5	18	NEJ

Fokusgruppe 2, d. 22/11/2019 – vaccinerede- Aarhus		
Respondent nr.	**Alder**	**Fået vaccinen**
6	18	JA
7	18	JA
8	19	JA
9	18	JA

Fokusgruppe 3, d. 11/12/2019 – vaccinerede- København		
Respondent nr.	**Alder**	**Fået vaccinen**
10	19	JA
11	20	JA
12	19	JA
13	17	JA
14	20	JA
15	19	JA
16	20	JA
17	20	JA

RESPONDENTLISTE FOKUSGRUPPE, INDIVIDUELLE INTERVIEWS & TELEFONINTERVIEWS

Fokusgruppe 4, d. 19/12/2019 – ikke vaccinerede - København		
Respondent nr.	**Alder**	**Fået vaccinen**
18	17	NEJ
19	17	NEJ
20	17	NEJ
21	17	NEJ

Individuelle interviews – vaccinerede- København		
Respondent nr.	**Alder**	**Fået vaccinen**
22	20	JA
23	20	JA
24	20	JA

Telefoninterviews med medarbejderne, både vaccinationsansvarlige og receptionister	
Respondent nr.	**Checkpoint**
25	Aarhus
26	Aarhus
27	Odense
28	København
29	København
30	København

KONSULENTER

JULIE PERCH NIELSEN
KVALITATIV KONSULENT

+45 77414141
jp@megafon.dk
www.megafon.dk

MEGAFON

LINE STEEN
KVALITATIV KONSULENT

+45 77414170
ls@megafon.dk
www.megafon.dk

MEGAFON

CASPER O. JENSEN
LEDER AF KVANTITATIV AFDELING

+45 77414152
coj@megafon.dk
www.megafon.dk

MEGAFON