



INFORMATIONSSINSATSER RÖRANDE
**hälsa och jämställdhet för nyanlända
och asylsökande barn och unga 2017**

DEL 2.

Rapport Youmo.se

Mars 2017- Mars 2018

En webbplats från UMO om sex, hälsa och jämställdhet på sex språk.

Liselotte Nordh Rubulis, Projektledare Youmo.se

Liselotte.nordh.rubulis@inera.se

Inledning

Den 6 april 2017 invigdes Youmo.se, en sajt om sex, hälsa och jämställdhet för unga mellan 13 och 20 år på sex språk. Tjänsten har varit efterlängtd och besöken strömmade snabbt in på webbplatsen. En lanseringskampanj startade under våren med syfte att få målgruppen att hitta till sajten. Youmo deltog också på ett antal mässor och konferenser riktade till professionen, både som talare och utställare. Intresset för tjänsten har varit enormt och den feedback vi fått är i princip odelat positiv.

Under året har innehållet på Youmo.se fyllts på med fler viktiga ämnen på arabiska, dari, engelska, somaliska, tigriska och lätt svenska. Arbetsgruppen har också deltagit i arbetet med att ta fram vägledningen ”Youmo i praktiken” och utbildningen ”Rätt att veta” och varit föreläsare med ett pass om Youmo under utbildningsdagarna på tio orter.

I början av 2018 gjordes en utvärdering av Youmo.se och hur den mottagits av målgrupperna unga och profession. Resultaten är över förväntan och redovisas i den här rapporten. Utvärderingen pågår fortfarande med uppföljande fokusgrupper som redovisas vid ett senare tillfälle.

Den här rapporten redovisar aktiviteter som genomförts under perioden mars 2017 till mars 2018 och resultatet av dem.

Innehåll

Sammanfattning	5
1 Innehållsproduktion	9
1.1 Huvudsaklig leverans och resultat	9
1.1.1 Några av de nya ämnena:	9
1.2 Arbetsättet.....	9
1.3 Förvaltning av redaktionellt innehåll	10
1.4 Övrigt	10
1.5 Lärdomar kopplade till innehållsproduktion	10
2 Översättningar	11
2.1 Huvudsaklig leverans och resultat	11
2.2 Arbetsätt	11
2.3 Lärdomar kopplade till översättningar	11
3 Teknisk utveckling och förvaltning	12
3.1 Huvudsaklig leverans och resultat	12
3.1.1 Buggrättningar.....	12
3.1.2 Ny funktionalitet.....	12
3.2 Förvaltning	12
3.3 Arbetsätt	12
3.4 Lärdomar kopplade till teknisk förvaltning	12
4 Kommunikation, lansering och spridning.....	14
4.1 Huvudsaklig leverans.....	14
4.1.1 Aktiviteter	14
4.2 Förvaltning kommunikation och marknadsföring.....	15
4.3 Arbetsätt	15
4.4 Lärdomar	15
5 Utvärdering	17
5.1 Statistik över besök	17
5.1.1 Mest använda innehållet.....	17
5.1.2 Språk.....	18
5.2 Utvärdering webbplats	18
5.3 Utvärdering profession	18
5.4 Fokusgrupper i målgruppen	19
6 Ekonomisk redovisning.....	20

Sammanfattning

Besöken på Youmo.se har haft en stark utveckling och har sedan starten till idag haft närmare en miljon besök varav över 800 000 är unika besökare. Många av besöken kommer från andra länder än Sverige, främst från Iran.

En lanseringskampanj genomfördes i anslutning till att sajten lanserades den 6 april. Kampanjen innehöll digitala delar som spreds via sociala kanaler med specifika placeringar av annonser för de olika språkgrupperna i syfte att nå alla. Kampanjen var lyckad och nådde ut väl.

Spridningsinsatser gjordes också för att nå ut till olika professionsgrupper. Youmo deltog på mässor och konferenser, med utställningsmontrar och som föreläsare. Informationsmaterial i form av affischer och visitkort skickades ut till elevhälsa, ungdomsmottagningar och hvb-hem. Intresset har varit stort och intrycket var att många redan kände till sajten.

Innehållsproduktionen fortsatte under året med fler ämnen som alkohol, rökning och droger samt familj med fokus på hedersproblematik, porr, sexuella trakasserier och om att betala för sex. Sajten förbättrades också med hänvisningslänkar till vidare information. Allt innehåll översattes till de fem språken arabiska, dari, engelska, somaliska och tigrinska.

Viss teknisk utveckling gjordes för att förbättra användarupplevelsen och göra rättningar. Övergång från projekt till förvaltning har gått bra och vi har inte haft några kritiska incidenter.

I februari 2018 utvärderades Youmo i målgrupperna. Resultatet visar att Youmo har fått stor spridning och har på kort tid blivit känd i målgrupperna. Utvärderingen visar också att såväl unga som de som möter unga i sitt arbete ger sajten ett högt helhetsbetyg. Undersökningen som gjorts mot professionen visar också att man gärna rekommenderar sajten till andra och att man hänvisar unga till Youmo.se, samt att man använder sajten i samtal med unga. Uppföljningen av utbildningsinsatsen ”Rätt att veta” visar att många använder sig av vägledningen och att många genomför samtal med unga både enskilt och i grupp. Utvärderingen fortsätter under våren med fokusgrupper bland unga.

Bakgrund

Regeringen gav den 14 april 2016 Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor (MUCF) i uppdrag att i samverkan med den nationella webbaserade ungdomsmottagningen UMO vid Stockholms läns landsting, ta fram och sprida en digital plattform med information om hälsa och jämställdhet med fokus på sexuell och reproduktiv hälsa och rättigheter (SRHR) riktad till nyanlända och asylsökande barn och unga i åldrarna 13–20 år. (S2016/02759/JÄM)

Den digitala plattformen med namnet Youmo.se ska tillgodose behov av grundläggande kunskap om kroppen, hälsa, sex, relationer, rättigheter, jämställdhet, psykisk hälsa, sociala koder och möjligheten att ta hjälp. Målet är att stärka unga nyanländas självkänsla och ge dem bättre förutsättningar att integreras i det svenska samhället. Innehållet på Youmo.se finns på lätt svenska, arabiska, dari, engelska, somaliska och tigriska.

Den digitala plattformen ska göras känd vid boenden, inklusive familjehem, och i verksamheter för dessa grupper.

1 Innehållsproduktion

1.1 Huvudsaklig leverans och resultat

8 nya faktatexter, 5 frågor och svar, 1 bildspel och 1 ny film har tagits fram. Samtliga faktatexter har en eller flera illustrationer.

Produktionen skedde under hösten 2017, och publicering på sajten under perioden december-februari. De kategorier som framför allt har fyllts på är Alkohol, tobak, droger, Familj, Kärlek och vänskap samt Sex.

En preliminär produktionsplan över ämnen för detta år, gjordes redan under år 1 (projektet). Listan med ämnen stämdes av med socialdepartementet.

Personalsituationen på UMO förändrades oväntat under hösten. Det gjorde att vi beslutade att ändra form på det som fanns i produktionsplanen för Youmo. Fler ämnen blev faktatexter än planerat, eftersom texter är mindre tidskrävande. Färre ämnen presenteras som filmer och bildspel än planerat, eftersom det är mer tidskrävande. I produktionsplanen för detta år fanns att ta fram och översätta ett antal egna berättelser från unga. Det har inte gjorts. Dessa förändringar kom också att påverka det ekonomiska utfallet något.

1.1.1 Några av de nya ämnena:

- Rökning och Att sluta röka
- Alkohol
- Droger
- Får familjen bestämma över mitt liv? (Med fakta om hedersrelaterat våld och förtryck.)
- Sexuella trakasserier
- Fråga och svar om att titta på porr
- Fråga och svar om att betala för sex

1.2 Arbetssättet

Vi har följt samma process som under år 1: Redaktör på UMO med lästlästkompetens har tagit fram svenska texter (inklusive filmmanus), som sedan har skickats till översättning.

Textproduktionen har skett i enlighet med UMO:s sedvanliga process, som innebär granskning av flera redaktörer, extern faktagranskning samt granskning av en ung referensgrupp av ett urval av texterna. Fokus har, precis som tidigare, varit att anpassa allt material så att det ska vara begripligt, tilltalande och relevant för målgruppen.

Frågorna har besvarats, granskats och redigerats enligt den process som finns för frågor och svar på UMO.

Till filmproduktionen har samma externa företag som gjorde de animerade filmerna under år 1 anlåtts.

1.3 Förvaltning av redaktionellt innehåll

Den redaktör som har haft särskilt ansvar för Youmo, har under året gjort en rad aktiviteter för att underhålla och förbättra sajten. Några exempel:

- Faktainnehållet har kompletterats med länkar, inklusive hänvisningar till civilsamhället (rest från år 1).
- Mindre ändringar i befintliga texter utifrån synpunkter (inklusive granskning och översättning).
- Besvara synpunkter som kommer in.
- Uppdatera startsidan.

1.4 Övrigt

Vi har spelat in och publicerat engelsk speakerröst på de filmer som tidigare endast var textade på engelska. (Finansierat med UMO:s egen budget).

1.5 Lärdomar kopplade till innehållsproduktion

Publiceringen av nytt material, som var en utmaning under år 1, har skett utan problem. Detta tack vare vana och erfarenhet, samt att vi nu har en arabisktalande medarbetare.

2 Översättningar

2.1 Huvudsaklig leverans och resultat

8 nya faktatexter, 5 frågor och svar samt 1 bildspel har översatts till arabiska, dari, somaliska, tigrinska och engelska, och publicerats på Youmo.se. 1 ny film har producerats med speakerröst och undertexter på alla Youmos språk.

2.2 Arbetsätt

Vi har följt den modell för översättningar som togs fram under år 1. Arbetsättet säkerställer hög kvalitet på innehållet på Youmo.se.

Byrån KAPI AB, som har stor erfarenhet av mångkulturell kommunikation och översättningar, anlätades till att produktionsleda översättningsarbetet. Detta avviker mot den ursprungliga planen, som var att själva produktionsleda arbetet med översättningarna och att anlita en annan översättningsbyrå. Avvikelsen är en följd av omprioritering som gjordes, i och med att personalsituationen ändrades. Kostnaden för översättningar blev högre än vi först hade räknat med, på grund av ovan nämnd avvikelse i arbetsätt.

Arbetet med översättningar, som var mycket utmanande under år 1, har skett utan större problem. Detta tack vare det beprövade arbetsättet, och att redan insatta översättare och granskare fanns tillgängliga.

2.3 Lärdomar kopplade till översättningar

Ämnenas karaktär gör att det ibland har varit svårt att få tag på bra personer som vill jobba med texter eller inläsning. Men det har inte vållat några större problem.

Vi har tagit emot en del frågor och önskemål rörande språken på Youmo, främst från lärare och andra som jobbar med unga nyanlända. Vi har fått ett fåtal synpunkter rörande själva översättningarna. Vi var förberedda på många. Detta tolkar vi som att översättningarna håller hög kvalitet.

3 Teknisk utveckling och förvaltning

3.1 Huvudsaklig leverans och resultat

Sajten lanserades 6 april 2017. Efter det har mindre utvecklingsarbete och rättningar gjorts för att förbättra användarupplevelsen. Följande åtgärder är några exempel på detta:

3.1.1 Buggrättningar

- Högerställda språk
- Puffar
- Typsnittsstorlek
- Bildspel
- Anpassningar för upplevelsen i olika enheter (mobil, platta och desktop).
- Översättningar i funktioner (Puffar, panikknapp, dölj känsliga bilder).

3.1.2 Ny funktionalitet

- Nya puffar (tipspuff, hitta mottagning, UMO, panikknapp)
- Ny huvudmeny (Fälls ut istället för en samlingssida)
- Användarnöjdhet (Smileys för att mäta användarnöjdhet på sidor)
- Ny multisspråkssida (Felsida, Om Youmo)
- Designändringar på olika delar av sajten
- Hårdkodad text är nu möjlig att ändra av redaktören i publiceringsverktyget
- Spårbarhet i google analytics på funktioner (Användarnöjdhet, panikknappen, dölja bilder).

3.2 Förvaltning

En tjänsteförvaltare har det löpande ansvaret för att tjänsten är tillgänglig enligt uppsatta krav. I förvaltningen ingår att rätta buggar och ta emot synpunkter som handlar om funktionalitet och tillgänglighet. Förvaltningsorganisationen ansvarar också för förvaltningsutveckling och drift av plattformen samt incidenthantering.

3.3 Arbetssätt

Arbetet med Youmo följer de processer och rutiner som Inera har för de öppna webbtjänsterna, där bland annat UMO.se och 1177.se ingår. Flera av våra tjänster har samhällskritiska funktioner och har därför höga krav på tillgänglighet och driftssäkerhet.

3.4 Lärdomar kopplade till teknisk förvaltning

Övergången från projekt till förvaltning har gått bra. Det finns en stabil organisation och välfungerande rutiner för incidenthantering och utveckling i förvaltning. Vi har inte haft

några kritiska incidenter. Det fanns under projekttiden farhågor om intrång. Några sådana har inte uppstått.

4 Kommunikation, lansering och spridning

4.1 Huvudsaklig leverans

En förutsättning för att Youmo.se ska bli använd är att målgruppen känner till att den finns och att den har ett innehåll som motsvarar deras förväntningar. För att uppnå målen som satts upp för kännedom, attityd och beteende gjordes en lanseringskampanj med olika aktiviteter riktade till de olika målgrupperna.

- **Kännedomsmål:** 30 % av målgruppen ska känna till Youmo
- **Attitydmål:** 70 % av målgruppen ska tycka att Youmo ger ökad kunskap inom de områden som tas upp, att den är trovärdig och känns som den är för mig. Youmo.se är en sajt man gärna rekommenderar andra.
- **Beteendemål:** 25 % av besöken är återkommande besök.
- **Kampanjmål:** Att etablera Youmo.se i unga nyanländas medvetande som den plats där du får svar på dina viktiga frågor om sex, hälsa och jämställdhet med texter och röster på ditt språk.
Att professionella som möter unga i sitt arbete ska känna till och hänvisa unga som är nya i Sverige till Yomo.se.

4.1.1 Aktiviteter

Invigningsevent där jämställdhetsminister Åsa Regnér och generaldirektör Lena Nyberg på MUCF medverkade tillsammans med inbjudna samarbetspartners och unga som är nya i Sverige.

Press och PR: Invigningen fick stor uppmärksamhet i radio, tv och press.

Konferenser där vi var talare och utställare, bland annat på Skolsköterskekongressen och Ungdomsmottagningskonferensen. Vi deltog också på Vitalis, i Almedalen där vi medverkade på flera seminarier och var intervjuade i Jalla Almedalen, en kanal som bevakar Almedalen för arabisktalande. Vi talade också på den nordiska Folkhälsokonferensen i Ålborg i augusti. Syftet med konferenserna var att öka kännedomen i den sekundära målgruppen med vidareförmedlare. Intresset har varit stort för att ha med oss på olika konferenser som talare, och vi har av resursskäl inte kunnat delta på alla.

Förnyelselabbet: Vi deltog i SKL:s labb för sektorsövergripande utveckling där vi tillsammans med civilsamhällesaktörer och kommun, landsting, myndigheter jobbade utforskande, tvärsektorielt och medskapande med komplexa samhällsutmaningar kring ensamkommande barn och unga.

Lanseringskampanj: Vi tog fram en kampanj riktad till unga i sociala medier på samtliga språk och i kanaler där vi visste att unga i de olika språkgrupperna fanns. Vi jobbade med geostyrda annonser och med kanaler som vänder sig till olika språkgrupper. Vi använde också våra egna kanaler som Facebook, nyhetsbrev och UMO.se för spridning av

kampanjen. UMO gjorde också en podd om vänskap och hur man kan få vänner när man är ny i Sverige.

Informationsmaterial: Vi tog fram affischer och visitkort med information på alla språk som skickades ut till samtliga ungdomsmottagningar, introduktionsprogram i skolor, elevhälsa och HVB-hem. Informationsmaterialet finns fortsatt att beställa gratis från oss.

Spridning via andra aktörer: Vi skickade ut kampanjdelar för spridning i andras kanaler. Samarbetspartners i landsting och regioner samt civilsamhällesorganisationer hjälpte till att sprida kampanjen. På 1177.se gjordes artiklar både på nationell och regional nivå. Många spred också kampanjen i sina sociala kanaler.

Utbildning och vägledning: Vi deltog i arbetet med att ta fram utbildningsinsatsen och vägledningen i samarbete med MUCF, Sandra Dahlén och Rädda Barnens utbildare i TMO, Traumamedveten omsorg. Vi deltog också som föreläsare på samtliga 10 utbildningar.

4.2 Förvaltning kommunikation och marknadsföring

Allt innehåll som tagits fram för lansering och spridning är tänkt att kunna återanvändas i fler kampanjer. Filmerna är tidlösa och kan köras i uppföljande kampanjer. Affischer och visitkort har vi redan gjort ny beställning av då den första upplagan tog slut på ett par månader.

4.3 Arbetssätt

Vi har utgått från behovsanalysen när vi har planerat spridning och lansering. Insikter om målgruppen och vägar att nå dem har legat till grund för kanalval och innehåll i kampanjen. Tidigare erfarenheter från arbetet med UMO har fått stå modell för spridning till professionsmålgrupper. Där har vi goda erfarenheter av att använda dem som ambassadörer och vidareförmedlare. UMO:s starka varumärke och höga förtroende hos dessa målgrupper har gjort det lättarbetat.

Kampanjmaterialet har översatts med samma process som vi haft för övriga innehållsdelar, med undantaget att vi här inte behövt stämma av med yrkesprofessionen. Vi har fortsatt samarbetet med Kapi som har kompetens för att nå ut till mångkulturella grupper.

4.4 Lärdomar

En viktig lärdom var att vissa språk inte finns i vissa sociala kanaler. Snapchat som idag är ledande kanal i vår målgrupp hade inte stöd för alla språk, utan där kunde vi bara ha kampanjdelar på engelska och arabiska.

Vi hade fått listor över alla HVB-hem i Sverige, men adresserna var inte aktuella eftersom det var en snabbväxande verksamhet som förändrades dag för dag. Vi beslöt oss då för att ringa upp dem och först informera om Youmo.se och därefter göra utskick med informationsmaterial.

Vi upptäckte att vår banner ibland inte fick genomslag på grund av att innehållet på vår sajt handlade om sex.

5 Utvärdering

5.1 Statistik över besök

Sajten har haft en positiv och snabb besöksutveckling som accelererat efterhand, främst på grund av att besökare från andra länder hittat till Youmo via Google framförallt. På de språk vi översatt till finns troligtvis inte motsvarande information att hitta på nätet överhuvudtaget.

Totalt sedan starten har sajten haft närmare en miljon besök varav 800 000 är unika besökare. 25 procent av dem är unika besökare från Sverige och 17 procent av dessa är återkommande besök. Vi räknade med att ungefär 70 000 unga är i behov av information på sitt eget språk inför lanseringen av sajten. Dessa siffror är färskvara och nyare siffror från SCB och Migrationsverket har vi i dagsläget inte tillgång till. Men med 200 000 besökare från Sverige sedan starten anser vi att vi med råge uppnått kännedomsmålet som var 35 procent.

Besöksstatistiken varierar kraftigt men har hela tiden en positiv utveckling. Vi hade ett mål om att 25 procent av besökarna skulle vara återkommande. Det är ett mål som vi får följa upp när sajten varit igång längre. Utvärderingen bland unga ger dock en indikation om att unga gärna återbesöker sajten.

På Youmo.se kan man efter att ha tagit del av innehåll lämna ett omdöme genom att klicka på en smiley. Över 70 procent av dem som lämnat omdöme i Sverige är glada alternativt nöjda. Att 30 procent har lämnat omdömet ledsen eller mycket bekymrad kan betyda olika saker. Det kan till exempel vara ett uttryck för hur man känner sig när man läser om svåra ämnen som ensamhet och familj eller våld och kränkningar.

Vad tyckte du om den här texten?



5.1.1 Mest använda innehållet

Onani texten är en av de mest lästa bland våra besökare från Sverige. Bland filmerna är *Tips för att må bättre*, *Hur blir man tillsammans* och *Du bestämmer över din kropp* mest besökta.

5.1.2 Språk

Fördelningen av besöken från Sverige på de olika språken är att störst andel har besökt de engelska sidorna, följt av arabiska, dari, somaliska och tigrinska.

5.2 Utvärdering webbplats

En utvärdering av sajten har gjorts av Kapi Marketing med hjälp av en webbenkät som legat ute under februari månad med en pop-up på de populäraste innehållssidorna på respektive språk. (Frågeformulär se bilaga 1.) Under perioden fram till den 26 februari har vi fått in svar från 516 respondenter. Vi har utvärderat svaren från de respondenter som är under 25 år gamla och bosatta i Sverige, vilket är 73 stycken. Med så få respondenter går det inte att få ut ett statistiskt säkerställt underlag. Följande tre tendenser hos målgruppen går dock att utläsa:

- Besökarna har hittat till Youmo.se genom tips i sociala medier eller genom att en lärare berättat och tipsat om sajten.
- Youmo.se har besvarat ens frågor (89% av respondenterna uppger detta).
- Besökarna kommer att komma tillbaka till Youmo.se (96% av respondenterna uppger detta).

En klar majoritet är positiv till informationen på Youmo.se och respondenterna ger sajten ett medelvärde på 8,1 av 10 (där 1 inte alls är bra och 10 är mycket bra). Över hälften av respondenterna har besökt sajten mer än 1 gång och 69 procent av alla respondenterna kan tänka sig att rekommendera Youmo.se till andra. Endast 7 procent svarar att de inte kan det. Endast 11 procent av alla respondenter uppger att de inte fick svar på sina frågor på sajten.

Könsfördelningen mellan respondenterna är relativt jämn, 45 procent är tjejer och 51 procent är killar.

5.3 Utvärdering profession

En webbenkät har skickats ut till de som möter unga i sitt arbete. (se bilaga 2.) Totalt har enkäten skickats ut till 1800 e-postadresser. Flera av e-postadresserna gick till så kallade funktionsbrevlådor. Vi har fått in svar från 378 respondenter. Av de 378 som svarat arbetar 30 procent på ungdomsmottagning, 28 procent på HVB-hem och 14 procent på skola.

Utvärderingen visar på att det finns ett stort behov av sajten och att professionen har nåtts av informationen, samt att de har besökt och använt sig av Youmo.se. Enligt professionen är sajten bra utformad och har ett relevant, pålitligt, inkluderande och lättförståeligt innehåll. Professionen anser att alla ämnen på sajten är relevanta för dem som är nya i Sverige och respondenterna anser att sajten ger målgruppen en ökad kunskap i SRHR frågor.

Av alla respondenter känner 86 procent till Youmo.se. Av dessa har 90 procent besökt Youmo.se minst 1 gång och 28 procent mer än 10 gånger. Nästan alla respondenter (90 procent) har sett Youmos affischer och visitkort.

89 procent av respondenterna har tipsat unga om Youmo.se och 55 procent har använt Youmo.se tillsammans med unga. Respondenterna tycker att alla ämnen på sajten är relevanta för dem som är nya i Sverige. Majoriteten upplever att unga är nöjda med att få informationen på sitt eget språk. Endast 1 procent håller inte med om detta.

På frågan ”vad är ditt helhetsintryck av Youmo.se?” får Youmo snittbetyget 9,1 på en skala mellan 1 till 10, där 1 inte är bra alls och 10 är mycket bra. 99 procent av respondenterna kan tänka sig att rekommendera Youmo.se till andra som arbetar med unga och är nya i Sverige.

Ca. 80 procent av respondenterna instämmer med påståendet att sajten ger ungdomarna en ökad kunskap i SRHR frågor. Resterande 20 procent har uppgivit att de inte vet om ungdomarnas kunskap i dessa frågor ökar med användning av sajten.

Vidare instämmer respondenterna i hög grad med påståenden om att sajten bidrar till att ungdomarna får en bättre kunskap om sin kropp, att de får ett verktyg att hantera sin hälsa på ett bättre sätt, samt att det är stärkande att anonymt få svar på frågor om sexualitet och hur man skyddar sig. Respondenterna tycker även att Youmo.se är en bra utformad, pålitlig och inkluderande sajt.

Sammanfattningsvis är de resultat vi ser av utvärderingarna så här långt över förväntan och vi har uppnått de mål vi har satt upp för spridning av sajten i målgrupperna. De insikter vi fått används i det fortsatta arbetet med att utveckla Youmo.se.

5.4 Fokusgrupper i målgruppen

En fördjupning av användning och attityd till sajten hos den unga målgruppen görs just nu. Resultat av detta kommer att återkopplas när analysen är gjord. Vidare har vi låtit enkäten på sajten ligga kvar för att få in fler respondenter och kunna dra statistiska slutsatser senare.

6 Ekonomisk redovisning

Det här är en ekonomisk redovisning för ”Uppdrag om informationsinsatser rörande hälsa och jämställdhet för nyanlända och asylsökande barn och unga.

Regeringsuppdrag S2016//JÄM (delvis)

Invánartjänster vid Stockholms läns landsting har disponerat 4 500 000 kr som utbetalats av MUCF för att utföra uppdraget. Medlen har använts på följande sätt:

Post	Kr	Kommentar
Intern personal	712 000 kr	Egen personal på SLL
Teknisk utveckling	833 618 kr	Drift, under och utveckling av applikationer, licenser
Inköp redaktionellt innehåll och översättning	695 926 kr	Filmproduktion, Översättning, produktionsledning, granskning
Kommunikation, spridning och lansering, konferenser	1 894 947 kr	Lanseringskampanj, informationsmaterial, mäss- och konferensdeltagande
Utvärdering av Youmo.se	269 675 kr	Webbenkät, enkät till profession, fokusgrupper
Revisor	17 000	Revision av ekonomisk rapportering
Totalt	4 423 166 kr	

Det ekonomiska överskottet på 76 834 kronor beror huvudsakligen på den förändrade personalsituationen, som påverkat posten ”Intern personal” (se kapitel 1.1).

Bilaga 1.

Frågor till unga i webbenkät på Youmo.se

1. Hur hittade du till Youmo.se?
 2. Varför besöker du Youmo.se?
 3. Har du besökt Youmo.se tidigare?
 4. Kan du få information om ämnen som finns på Youmo.se på något annat sätt?
 5. Fick du svar på det du undrade på Youmo.se?
 6. Hur mycket tycker du att Youmo.se stämmer in på det här: *(1 = stämmer inte alls, 10 = stämmer helt)*
- 6.1. Jag litar på informationen på Youmo.se.
 - 6.2. Informationen på Youmo.se är lätt att förstå.
 - 6.3. På sajten Youmo.se finns en förståelse för vad jag behöver för information.
 - 6.4. På sajten Youmo.se är jag anonym.
 - 6.5. På sajten Youmo.se får jag svar på mina frågor.
 - 6.6. Jag känner igen mig i beskrivningar som finns på Youmo.se.
 - 6.7. Det är lätt att hitta på sajten Youmo.se.
7. Jag kan tänka mig att rekommendera Youmo.se till andra?
 8. Kommer du att komma tillbaka till Youmo.se?
 9. Hur bra tycker du att Youmo.se är?
(1 = inte alls bra, 10 = mycket bra)

Bakgrundsvariabler

- Kön
- Ålder
- Språk
- Land man bodde i när man var på Youmo.se
- Boendeform

Bilaga 2.

Frågor till professionen i digital enkät

1. Känner du till Youmo.se?

OM JA: 2. Hur fick du information om Youmo.se?

OM NEJ: "Youmo.se är en sajt om sex, hälsa och jämställdhet för unga mellan 13 och 20 år på arabiska, dari, engelska, somaliska, tigrinska och lätt svenska."

3. Har du besökt Youmo.se?

OM JA: 3a. Hur många gånger?

4. Tror du att du kommer att besöka Youmo.se igen?

5. Har du tipsat unga om Youmo.se?

6. Har du använt Youmo.se tillsammans med unga? (i enskilda samtal, gruppsamtal eller undervisning)

OM JA: 6a. Hur tyckte du det fungerade?

7. Har du sett Youmos affisch och visitkort?

OM JA: 7a. Har du använt informationsmaterialet för att informera om Youmo.se till unga? I så fall vilket?

8. Har du deltagit i utbildningen "Rätt att veta", som handlar om hur man kan använda Youmo.se i enskilda samtal och gruppsamtal om sex, hälsa och jämställdhet med unga som är nya i Sverige?

OM JA: 8a. Har du haft nytta av kunskaperna från utbildningen i samtal med unga?

8b. Har du metodboken "Youmo i praktiken"?

OM JA: 8c. Har metodboken "Youmo i praktiken" varit till stöd för dig i ditt arbete?

9. Hur relevanta tycker du att ämnena på Youmo.se är för unga som är nya i Sverige?

10. Finns det någon specifik fråga eller något ämne som du saknar på Youmo.se?

11. Hur väl tycker du att följande påståenden stämmer överens med unga som använder Youmo.se? (svarsalternativ med instämmer helt, instämmer delvis, instämmer inte alls, vet ej)

12. Här kommer några påståenden om Youmo.se:
(skala instämmer helt (10), delvis eller inte alls (1))

13. Är ditt intryck att ungdomarna litar på informationen på Youmo.se?

14. Är ditt intryck att unga är nöjda med att få informationen på sitt eget språk?

15. Vad är ditt helhetsintryck av Youmo.se?

16. Skulle du kunna tänka dig att rekommendera Youmo.se till andra som arbetar med unga som är nya i Sverige?

© Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF) 2018

ISSN 1651-2855 ISBN 978-91-88455-72-7

projektledare **Emelie Mire Åsell**

text **Lotta Nordh Rubulis**

textredigering: **Moa Lindholm**

illustration **Cecilia Birgersson Nordling**

grafisk form **Christián Serrano**

distribution **MUCF, Box 17801, 118 94 Stockholm**

webbplats **www.mucf.se**

tfn **08-566 219 00**

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor

Vi tar fram kunskap om ungas levnadsvillkor och om det civila samhällets förutsättningar. Vi ger stöd till föreningsliv, kommuner och internationellt samarbete.

mucf | Myndigheten för ungdoms-
.se | och civilsamhällesfrågor