



Undersøgelsens formål og metode

I foråret foretog vi en undersøgelse af gæster og pårørendes oplevelse af Café ODA Odenses tilbud, herunder caféens online tilbud.

Undersøgelsen havde til formål dels at kunne bruges til dokumentation i forhold til sponsorater / donationer, dels til pejling i forhold til caféens udvikling. Undersøgelsen tog derfor udgangspunkt i beskrevne rammer for caféen: formål, målgruppe, målsætninger omkring gæsternes udbytte og mål for caféen.

Undersøgelsen tog direkte fat i ovennævnte områder. Derudover ville vi gerne undersøge, om der var behov for ændrede åbningstider i caféen. Af tidshensyn blev der valgt en undersøgelsesform med spørgeskema, hvor deltagere kunne afkrydse i felter og værdisætte udsagn. For at lempe den lukkede form lidt, var der plads til deltagernes egne kommentarer også.

Spørgeskemaet kunne enten hentes i caféen eller ca. 90 personer, der er på mail liste for nyheder fra Café ODA Odense, fik det tilsendt pr. mail og kunne vælge at deltage på denne måde.

Da der kommer gæster i caféen, som vi ved ikke er på maillisten, må vi formode, at flere end 90 personer havde mulighed for at deltage i undersøgelsen. Et kvalificeret gæt er derfor, at ca. 90 – 125 personer havde mulighed for at deltage i undersøgelsen.

Undersøgelsen forløb over en måned fra medio april til medio maj. Svarperioden blev udvidet med knap 2 uger, da der i undersøgelsesperioden var vrøvl med vores mail adresse, og vi måtte have ny mail adresse. Derfor kan nogle svar også være bortkommet undervejs.

De adspurgte havde mulighed for at sende besvarelser på mail, eller at aflevere besvarelsen i caféen / caféens postkasse.

Antal besvarelser fra undersøgelsen og behandling af besvarelsene

Der indkom 14 besvarelser. Det svarer til en svarprocent på mellem ca. 11 og 15 %.

Ikke alle har besvaret alle spørgsmål.

Det betyder, at data ikke kan kendetegnes som repræsentative. De kan muligvis anvendes som vejledende besvarelser – og de kan bruges som emner til videre refleksion i frivilligruppen og på fællesmøder.

Antal af besvarelser gør det ikke muligt at se på specifikke behov for særlige målgrupper i undersøgelsen.

Deltagernes egne ord, aldersgrupper med videre vil, af hensyn til lovet anonymitet, ej heller fremgå af denne opgørelse af besvarelsene.

Besvarelsene gennemgås i den rækkefølge, som de forelå i undersøgelsen. Hvis der er anledning til kommentarer for hvert enkelt spørgsmål, vil det fremgå nederst for hvert spørgsmål.

Denne rapport afsluttes med en lille konklusion og afsluttende kommentarer.

Besvarelser og kommentarer

Spørgsmålene 1 – 4, oplysninger om deltagerne

Der er besvarelser fra flest kvinder og færrest mænd.

Deltagerne kommer fra alle aldersgrupper, 18 år til 60 år+, men flest i gruppen, der er 30 – 60 år.

De fleste deltagere bor i Odense Kommune, flest centralt i Odense. De øvrige deltagere har bopæl andre steder på Fyn.

Deltagerne blev spurgt om, hvilken problematik / sygdom de lever med og skulle afkrydse den rubrik, der passede bedst for dem blandt: angst, OCD, depression, bipolar lidelse, blandet af de nævnte og pårørende. Deltagerne repræsenterer alle grupper. Ca. en tredjedel angiver angst som problematik.

Spørgsmål 5, brug af caféens tilbud

I spørgsmål 5 bedes deltagerne svare på, hvilke tilbud fra caféen, de gør brug af.

Alle deltagere har besøgt caféen mindst én gang.

12, svarende til 86 %, får nyheder fra caféen pr. mail.

Få bruger hjemmesiden.

5 deltagere, svarende til 36 %, følger caféen på Facebook.

Kommentarer:

Vi kan se, at caféens Facebook side følges af flere end 200 personer. Hvis besvarelserne på spørgsmål 5 er retningsvisende, er der måske tale om, at mange af følgerne på Facebook aldrig har besøgt caféen.

Man kan overveje, om der er behov for en afgrænset undersøgelse af disse brugere af siden.

Spørgsmål 6, brug af caféens online tilbud

I spørgsmål 6 bliver deltagerne bedt om at angive en værdi for hvor enige, de er i en række udsagn i forhold til oplevelser omkring caféens online tilbud (mails, Facebook, hjemmeside.)

Værdierne går fra 1 – 5, hvor 5 er mest enig i udsagnet.

Spørgsmålet, som værdierne er knyttet til lyder: ”Når jeg følger caféens online tilbud, oplever jeg at –”

	Antal besvarelser	Middelværdi/ gennemsnit
a. jeg er del af et fællesskab	10	3,2
b. min følelse af ensomhed og / eller isolation mindskes	11	2,8
c. der er håb for, at mit liv kan blive bedre	10	3,0
d. jeg får lidt mere mod på at besøge caféen	10	4,3
e. jeg får mod på at foretage nye ting i mit liv	10	2,8
f. jeg får mit behov for fællesskab dækket. Derfor behøver jeg ikke at besøge caféen	8	2,3

Kommentarer:

For de 14 deltagere, der alle har besøgt caféen mindst én gang, har caféens online tilbud især betydning i forhold til at få mere mod til at besøge caféen. Deltagerne ser også ud til at opleve at være en del af et fællesskab via caféens online tilbud.

Spørgsmål 7, ideer til at gøre det nemmere at besøge caféen første gang

I spørgsmål 7 lyder spørgsmålet: ”Hvis du ikke har besøgt caféen eller deltaget i nogle af caféens andre arrangementer, fordi det er svært for dig, vil vi gerne høre, hvad vi kan gøre for, at det bliver nemmere for dig. Beskriv med egne ord.”

Der fremkom en besvarelse, der relaterer sig direkte til konkrete besøg i caféen. Desuden har alle deltagere angivet at have besøgt caféen mindst én gang, hvorfor besvarelsen flyttes til besvarelserne i spørgsmål 10.

Der er således ingen besvarelser til spørgsmål 7.

Spørgsmål 8, ønsker til tidspunkter og typer af aktiviteter i caféen

Deltagerne er spurgt om på hvilke tidspunkter af dagen og hvilke ugedage, de helst vil deltage i aktiviteter i caféen.

Tidspunkterne nævnes her i den rækkefølge, som flest deltagere angav som gode tidspunkter.

1. Torsdag aften (ca. halvdelen af deltagerne)
2. Tirsdag aften (ca. halvdelen af deltagerne)
3. Mandag, tirsdag, torsdag, fredag eftermiddag (knap halvdelen af deltagerne)
4. Onsdag eftermiddag samt mandag og onsdag aften
5. Fredag aften og søndag eftermiddag
6. Lørdag formiddag og eftermiddag (meget få deltagere)
7. Søndag formiddag og lørdag aften (meget få deltagere)
8. Søndag aften (meget få deltagere)

Ingen deltagere nævnte mandag, tirsdag, onsdag, torsdag eller fredag formiddage som ønske for aktiviteter i caféen.

Kommentarer:

Besvarelserne peger ikke i retning af, at vi skal arbejde med at ændre de nuværende åbningstider i caféen. Åbningstiderne er tirsdage kl.17-20 og torsdage kl.14-18. Fællesspisning og fællesmøder ligger for tiden altid torsdag aften. De faste spilleaftner (en gang mdl.) ligger mandag aften.

Spørgsmål 8, typer af aktiviteter

Deltagerne blev spurgt om, hvilke typer aktiviteter, de helst ville deltage i.

70 – 80 % af deltagerne angav disse typer aktiviteter, som dem de helst vil deltage i :

- Åben café, hvor man kan komme og gå som man selv ønsker
- Kulturelle oplevelser i fællesskab (f.eks. oplæsning, museumsbesøg, bio m.m.)
- Mindre og tidsafgrænsede fælles aktiviteter (f.eks. spil, motion, kreative aktiviteter, madlavning, fællesspisning m.m.)

Ca. halvdelen ville gerne deltage i aktiviteter med

- Viden om recovery-strategier, håndtering af symptomer o.l. (f.eks. temadage i caféen, workshops, besøge foredrag m.m.)

Færrest ønskede at deltage i disse aktiviteter:

- Aktiviteter, der direkte styrker caféens miljø, fællesskab og omdømme (f.eks. fællesmøder, reparationer, oprydning, rengøring, ud at fortælle om caféen o.l.)

Spørgsmål 9, deltagernes hyppighed af besøg i caféen

De fleste deltagere svarer, at de besøger caféen mindst en gang om måneden. Der er også deltagere, der fortæller, at de besøger caféen hver uge og deltagere, der svarer, at det er længe siden, de sidst besøgte caféen.

Der er ingen, der svarer, at de har besøgt caféen én gang eller at de besøger caféen nogle gange årligt.

Kommentarer:

Ud fra besvarelsenerne må vi antage, at deltagerne har besøgt caféen jævnligt og godt kender caféen.

Spørgsmål 10, caféens betydning

I spørgsmål 10 bliver deltagerne bedt om at angive en værdi for hvor enige, de er i en række udsagn i forhold til hvad Café ODA Odense betyder for dem. Det gælder deltagere, der har besøgt caféen.

Værdierne går fra 1 – 5, hvor 5 er mest enig i udsagnet.

Spørgsmålet, som værdierne er knyttet til lyder: ”Café ODA Odense betyder for mig, at –”

Udsagnene er markeret med et bogstav i kronologisk rækkefølge, som de fremstod i spørgeskemaet. I tabellen nedenfor er udsagnene sorteret efter middelværdien (gennemsnittet), så udsagn med størst middelværdi ligger øverst og nederst er udsagn med lavest middelværdi.

	Antal besvarelser	Middelværdi
a. jeg føler mig budt velkommen i et trygt, venligt og imødekommende miljø i caféen	14	4,8
d. jeg har lært nye mennesker at kende	13	4,2
b. jeg føler, at jeg er del af et fællesskab	14	3,8
i. jeg oplever håb om, at mit liv kan blive bedre	10	3,8
h. min selvværdsfølelse er blevet bedre	12	3,7
j. jeg har fået mod på at foretage nye ting i mit liv	10	3,4
c. min følelse af ensomhed og / eller isolation er blevet mindre	13	3,3
l. jeg er blevet bedre til at deltage i sociale aktiviteter i mit liv (familie, venner, studie, arbejde m.m.)	10	3,3
m. jeg kan sætte præg på caféens udvikling (f.eks. ideer til aktiviteter og indretning, bagværk, fællesmøder m.m.)	11	3,2
e. jeg mødes med en eller flere nye venner i caféen	11	3,0
k. jeg er blevet bedre til at håndtere mine symptomer / sygdom	10	2,9
f. jeg har fået en eller flere nye venner, som jeg mødes med privat, udenom caféen	11	2,8
g. jeg har betydning for andre / for caféen	12	2,8

Kommentarer:

Vi må antage, at værdier, der ligger fra 3 og opefter, er gående fra neutral til positive. Mange af udsagnene vil derfor være positive i forhold til oplevelser omkring caféens betydning for deltagerne.

Vi kan fremtidigt være obs. på, om der kan laves tiltag, der fremmer oplevelsen af at have betydning for andre (g) samt bedre håndtering af symptomer / sygdom (k), da disse udsagn scorer under 3 i middelværdi.

Udsagn e og f blev besvaret med enten 1 eller 5, afhængigt af, om deltagerne har fået venner i caféen. Det er forhold, vi ikke direkte kan gøre noget ved. Caféens miljø kan medvirke til, at der kan skabes grobund for venskaber. Oplevelsen af at have betydning for andre / caféen (g) kan også have en betydning i denne sammenhæng. At dette udsagn scorer relativt lavt kan dels skyldes, at det er det, man føler – men det kan også ses i sammenhæng med almindelig dansk beskedenhed.

Generelt synes deltagerne at opfatte miljøet i caféen overvejende godt (udsagnene a, b, d, m), og deltagerne ser ud til at have fået indirekte glæde af caféen i andre sociale sammenhænge (udsagnene j og l) samt større tiltro til sig selv og livet (udsagnene i, h, c)

Spørgsmål 10, deltagernes egne kommentarer

Deltagerne bliver i spørgsmål 10 bedt om at beskrive med egne ord, hvis de har oplevet andre ting, som har haft betydning for dem ved besøg i Café ODA Odense.

Nogle af deltagerne har besvaret spørgsmålet. Her samles besvarelsenerne i kategorier.

1. Godt at møde, tale og udveksle erfaringer med andre i samme situation med mulighed for at støtte hinanden
2. Tradition med julefrokost rigtig god
3. Pårørende, der besøger caféen sammen med deres syge pårørende får mulighed for at bruge tid sammen i et miljø, hvor den syge pårørende føler sig godt tilpas
4. Nogle gæster, der har været fraværende et stykke tid, kan have behov for at blive spurgt ind til årsagen i et rum, hvor ingen andre kan høre samtalen
5. Når frivillige er optaget af deres mobiltelefoner, kan gæster opleve sig uvelkomne

Kommentarer:

Det kan måske være godt at fremhæve i materiale og på online tilbud, at pårørende kan opleve at have et godt rum at være sammen med deres syge pårørende i, når de besøger caféen, fordi gæsten, der er syg, føler sig godt tilpas i caféen. Vi har nok hidtil været mest optaget af pårørendes rolle i forhold til at støtte gæster i besøg i caféen de første gange, samt pårørendes eget behov for viden og indsigt i caféens tilbud.

(relateret til punkt 3)

Gennem den tid, Café ODA Odense har eksisteret, har emnet om, hvornår man skal gå mere direkte til gæsters oplevelser, følelser, humør med videre, været til debat i frivilligruppen. Nogle gæster ønsker at dele deres oplevelser under personlige samtaler, andre gør ikke og vil opleve det grænseoverskridende, hvis frivillige presser på.

Det vil formentlig vedblive at være et aktuelt emne, da der ingen facitliste er.

Måske skal vi gøre mere opmærksom på, at gæster selv kan bede om en samtale, hvis de har behov for det. Frivillige og projektleder vil alle meget gerne deltage i individuelle samtaler med gæster, der ønsker det.

(relateret til punkt 4)

Der er aftale om, at frivillige ikke bruger deres privattelefoner, når de er på vagt i caféen, med mindre der er tale om helt særlige situationer, hvor telefonen er vigtig at have ved hånden. Det er aftalt, fordi gæster kan føle sig "uset" og overladt til sig selv, hvis frivillige er for optaget af egne ting, i dette tilfælde telefon.

(relateret til punkt 5)



Spørgsmål 11, deltagernes forslag

I spørgsmål 11 spørges deltagerne, om de har ideer til, hvordan vi kan gøre Café ODA Odense endnu bedre. Forslagene er her samlet i kategorier

- Café ODA fungerer godt, som den er, især tirsdag aften
- En læsekreds
- Temadage
- Ud af huset arrangementer, hvor man oplever noget sammen
Forslag i denne kategori:
 - Bingo Banko på Odeon
 - Bluesaften på Dexter
 - Tur til Karen Blixens museum
- Aktiviteter i caféen
Forslag i denne kategori:
 - Kortspils- / Yatzy aftener
 - Bingo
 - Forårsfest med grillaften, hvor folk kommer med retter til 4 personer. Resten købes fra ex. Slagter eller Ungdomshuset
 - Filmaftener



Konklusion og emner til videre arbejde

Undersøgelsen er ikke repræsentativ, da kun 11 – 15 % af mulige adspurgte, har deltaget i undersøgelsen. Alle deltagere har besøgt caféen mere end én gang og synes at kende caféen godt.

Resultaterne kan muligvis anvendes som retningsvisende. Resultaterne kan anvendes som emner til refleksioner på såvel fællesmøder som på frivilligmøder.

Alle målgrupper i caféen er repræsenteret i de deltagere, der har medvirket til besvarelserne. De fleste bor i Odense Kommune, men nogle kommer også fra andre kommuner på Fyn.

Kun en tredjedel af deltagerne følger caféen på Facebook. Samtidig ved vi, at der er over 200 følgere af siden. Det kan betyde, at der er mange potentielt nye gæster, der følger caféen på Facebook. Hvis der opstår behov for at vide, hvem disse følgere er – og eventuelt, hvordan caféen kan hjælpe dem til at besøge caféen, kan man lave en undersøgelse, der er specifikt på Facebook.

Mails med nyheder fra caféen har primært den betydning for deltagerne, at de får mere mod på at besøge caféen og, at de oplever sig som del af et fællesskab.

Undersøgelsen giver ikke anledning til at overveje andre åbningstider, eller andre tidspunkter for aktiviteter end dem, vi allerede anvender. Undersøgelsen kan måske inspirere til nye aktiviteter i forhold til tidspunkt på dagen / ugen.

Generelt synes deltagerne at opfatte miljøet i caféen overvejende godt, venligt og imødekommende, og deltagerne ser ud til at have fået indirekte glæde af caféen i andre sociale sammenhænge samt større tiltro til sig selv og livet.

Undersøgelsen viser, at vi fremtidigt kan være obs. på, om der kan laves tiltag, der fremmer oplevelsen af at have betydning for andre samt bedre håndtering af symptomer / sygdom.

Undersøgelsen peger på, at pårørende kan opleve caféen som et godt rum at være sammen med deres syge pårørende, da miljøet gør den syge godt tilpas. Det kan måske give anledning til flere aktiviteter, der lægger op til samvær med pårørende.

Undersøgelsens del 8, 10 og 11 giver flere forslag til konkrete aktiviteter i caféen.

Odense d.30.maj 2018
Projektleder Pia Holm Waaben Nørgaard