

The logo for RUSinfo features the text "RUSinfo" in a bold, black, sans-serif font. The letter "i" is stylized with a blue dot. The text is enclosed within a blue L-shaped frame that starts with a thick line at the top and transitions to a thinner line on the right and bottom. A blue dot is positioned at the end of the bottom line.

RUSinfo

Årsrapport 2021

Innhold

1. BAKGRUNN.....	4
2. MÅLSETTINGER OG MÅLGRUPPER	4
3. STYRINGSLINJE OG ORGANISASJONSKART	4
4. BEMANNING.....	5
4.1 Åpningstider	5
5. TJENESTETILBUDET	6
5.1 Telefontjenesten	6
5.2 Chatten	7
5.4 Apper	8
5.4.1 Appen HAP.....	9
5.4.2 Appen Drikkevett.....	9
5.5 Podkasten RUSpanelet	10
5.6 Ung.no	11
5.7 Utadrettet virksomhet.....	11
6. DOKUMENTASJON OG REGISTRERING	11
7. MARKEDSFØRING	12
7.1 Markedsføringsåret i 2021	12
7.1.1 Nytt navn og ny logo.....	13
7.1.2 Kjennskap til nytt navn og markedsføring av podkasten	13
7.2 Markedsføring gjennom Internett og sosiale medier	15
7.3 Evaluering av markedsføringsåret 2021	16
8. NORSKE SAMARBEIDSPARTNERE	16
9. EUROPEISK SAMARBEID.....	17
10. RESULTATER OG STATISTIKK	17
10.1 Antall henvendelser.....	18
10.2 Hvem kontakter tjenestene?.....	20
10.2.1 Alder	20
10.2.2 Hvilken kategori tilhører de som kontakter tjenestene?	21

10.2.3 Kjønnssfordeling	22
10.3 Hva dreier henvendelsene seg om?	23
10.4 Hvilke rusmidler dreier henvendelsene seg om?	24
10.5 Fylkesfordeling	26
10.6 Hjemmesiden	27
10.7 Sosiale medier	28
11. UTVIKLING AV TJENESTEN OG UTFORDRINGER FRAMOVER.....	30
11.1 Økt fokus på videoproduksjon til sosiale medier og nettsiden	30
11.2 Videreutvikling av appen HAP	30
11.3 Nytt forskningsprosjekt: The Norwegian cannabis study (NORcan)	31
11.4 Fokus på å gjøre RUSinfo til en mer likeverdig tjeneste.....	31
11.5 Kompetanse og faglig utvikling	32
11.6 Konklusjon	32

1. BAKGRUNN

RUStelefonen 08588 ble åpnet i desember 2002 av daværende helseminister Ingjerd Schou.

Helseministeren ønsket seg en landsdekkende telefontjeneste som kunne bidra med saklig og korrekt informasjon om rusmidler og virkninger, samt gi informasjon og veiledning knyttet til rusrelaterte problemer. Fokuset skulle rettes mot ungdom som eksperimenterte med illegale rusmidler og deres pårørende, men fagfolk skulle også kunne benytte seg av tjenesten.

De første årene var RUStelefonen en del av Uteseksjonens tjenestetilbud. Behovet for en mer spesialisert innsats førte imidlertid til at RUStelefonen ble etablert som fast tiltak i januar 2007.

RUStelefonen har siden oppstarten i 2002 utviklet seg fra å være en ren telefontjeneste til å i dag kunne tilby publikum kvalifisert og kvalitetssikret informasjon og veiledning om rusmidler, rusproblematikk og hjelpetiltak via flere kanaler. For å tydeliggjøre denne endringen skiftet tjenesten i 2021 navn til RUSinfo, og fikk dessuten en ny hjemmeside.

Tjenesten finansieres av Helsedirektoratet, og driftes av Velferdsetaten i Oslo kommune.

2. MÅLSETTINGER OG MÅLGRUPPER

RUSinfo skal være landsdekkende informasjonstjeneste om rusmiddelproblematikk. Det overordnede målet er å forebygge bruk av rusmidler og negative konsekvenser av dette.

Formålet med tjenesten:

1. RUSinfo gir faktainformasjon om rus og rusmidler.
2. RUSinfo har kunnskap om ulike hjelpetiltak.
3. RUSinfo gir individuell veiledning via telefon og Internett.

Målgruppene til RUSinfo er:

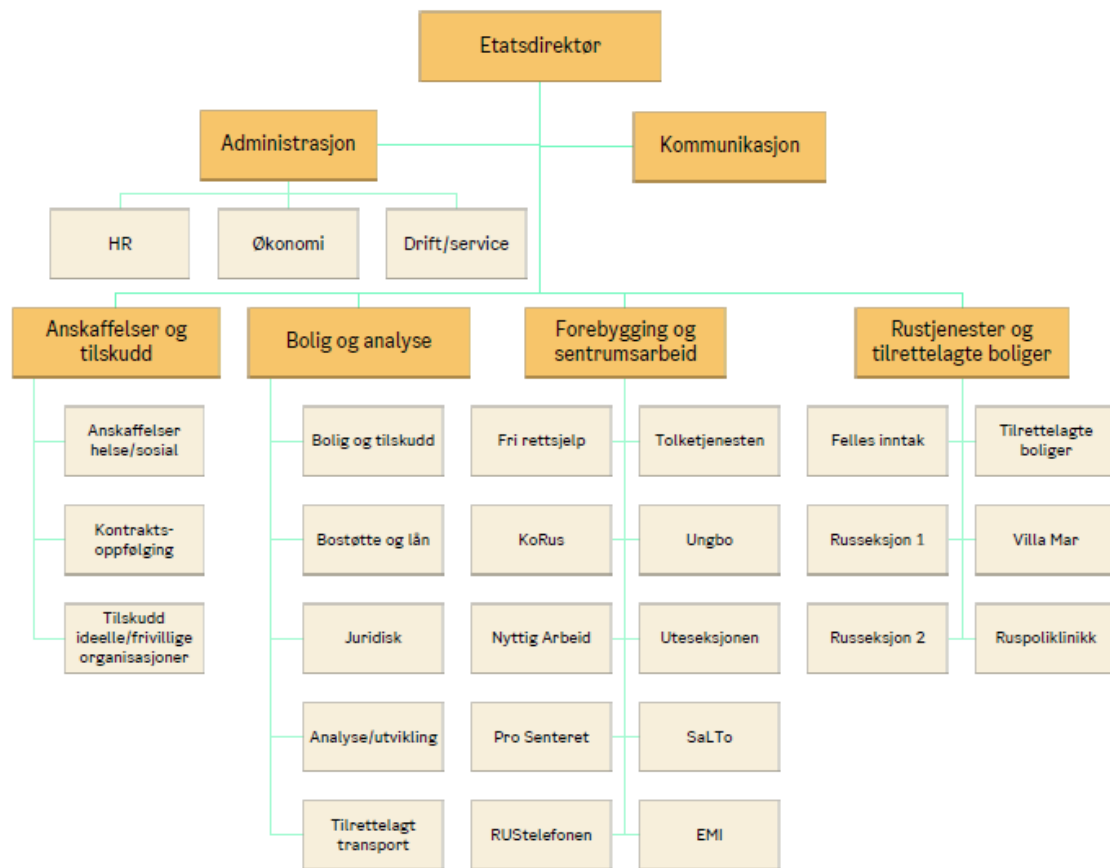
1. Ungdom som er i en utprøvende fase med tanke på eksperimentering med rusmidler.
2. Pårørende og andre som er bekymret vedrørende rusbruk.
3. Profesjonelle (helsepersonell, politi, lærere, ansatte i rusomsorgen og lignende).

3. STYRINGSLINJE OG ORGANISASJONSKART

RUSinfo ble i 2016 underlagt Avdeling for forebygging og sentrumsarbeid i Velferdsetaten (se organisasjonskartet nedenfor). I den samme avdeling finner man blant annet også Uteseksjonen og Kompetansesenter rus – Oslo.

Den nye organiseringen er i tråd med Velferdsetatens nye strategi, hvor forebygging og det å i større grad rette seg mot unge, er ett av fem satsingsområder. Et annet av disse fem satsingsområdene er kunnskap, som også står i fokus hos RUSinfo. Noe av tanken med den nye organiseringen er dessuten å legge til rette for økt samarbeid mellom de ulike tjenestene.

Organisasjonskart Velferdsetaten



4. BEMANNING

Pr. 31.12.21 består RUSinfos ansatte av 7 fast ansatte fagkonsulenter i henholdsvis 20,7 %- (1 person), 35,7 %- (1), 60 %- (1) og 100 %-stilling (4), samt en seksjonsleder i 100 %-stilling. Alle ansatte har minimum tre år relevant utdanning fra høyskole eller universitet, og har bred erfaring fra ulike deler av rusfeltet og hjelpeapparatet.

Utover den faste bemanningen har RUSinfo en stabil ekstravaktgruppe der alle har relevant, høyere utdanning og arbeidserfaring.

4.1 Åpningstider

Vi har gjennom flere år opplevd en økning i antallet henvendelser. Grunnet økt arbeidsmengde, men ingen økning i mottatte midler, valgte vi i 2018 å innskrenke tjenestens åpningstid med én time per dag, og 2 timer på tirsdager og onsdager. I 2019 ble det også bestemt at tjenesten ikke lengre skal være åpent i helgene. Per i dag er åpningstidene mandag til fredag 11.00 – 18.00.

Avgjørelsen om å holde stengt i helgene, ble først aktualisert etter at Helsedirektoratet satte fokus på rutiner ved avvergelsesplikten. På grunn av et økende antall krevende henvendelser, for eksempel relatert til selvmordsproblematikk, ble det vurdert som ikke forsvarlig å kun være én på jobb i helgene. En annen viktig begrunnelse for å stenge tjenesten i helgene, var at vi over tid hadde erfart at mange av henvendelsene i helgene ikke var relevante for vår tjeneste – svært mange av henvendelsene dreide seg i hovedsak om ensomhet og selvmordsproblematikk. Mange av de som kontaktet oss i helgene var for øvrig svært beruset og lite hensiktsmessig å snakke med. Siden vi i tillegg mottok færre henvendelser i helgene enn på hverdagene, var beslutningen også knyttet til fornuftig bruk av ressurser. Det ble derfor ansett som mest hensiktsmessig å flytte ressurser fra helgene til hverdagene, hvor behovet var større.

For å kunne tilby brukerne en mulighet til å kontakte oss i helgene, holdes spørretjenesten på hjemmesiden åpent. Dette medfører en økt arbeidsmengde på mandagene, men av hensyn til brukerne ønsker vi å fortsette med dette så lenge vi har ressurser til det.

5. TJENESTETILBUDET

RUSinfo har siden oppstarten utviklet seg fra å være en ren telefontjeneste til også å gi informasjon og veiledning om rusproblematikk og hjelpetiltak via andre kommunikasjonskanaler.

RUSinfos tilbud består i dag av:

- Telefontjenesten.
- Chat.
- Hjemmeside med anonym spørretjeneste (www.rusinfo.no).
- To apper; Drikkevett og HAP (Hasj Avvennings Programmet)
- Informasjonsarbeid via podkasten [RUSpanelet](#).
- Informasjonsarbeid via sosiale medier, i hovedsak [Facebook](#) og [Instagram](#).

Ekstern virksomhet:

- RUSinfo svarer på rusrelaterte spørsmål fra ungdom hos [Ung.no](#) (driftet av Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet).
- I samarbeid med blant annet Næringsetaten er RUSinfo bidragsyter som kursholder i SALUTT-prosjektet, som har som mål å hindre overskjenking og skjenking til mindreårige i Oslo sentrum. Det har vært en opptopping av dette prosjektet i perioden 2018-2020. Denne opptoppingen har medført at det har vært arrangert så mye som to kurs i uken, noe som har vært, og fortsatt kommer til å bli, svært ressurskrevende for vår tjeneste. Under perioden med korona har aktiviteten naturligvis vært lavere, men det er forventet at dette tar seg opp igjen i 2022.
- I tillegg til dette utfører RUSinfo mange foredrags- og opplæringsoppdrag for skoler, helsetjenester, etater, bydeler og andre tjenester. Flere av disse oppdragene utføres i samarbeid med [de syv regionale kompetansesentrene på rusfeltet](#).

5.1 Telefontjenesten

Telefontjenesten var opprinnelig RUSinfos primære tjeneste. De siste årene har arbeidet imidlertid blitt mer jevnt fordelt mellom telefontjenesten og de øvrige kommunikasjonskanalene. Statistikken viser likevel at de webbaserte løsningene ikke gjør telefontjenesten overflødig. I mange av henvendelsene uttrykkes det behov for støtte og veiledning i en vanskelig livssituasjon, noe som

fortsatt er lettest å tilby per telefon.

5.2 Chatten

Chatten åpnet i mai 2012. Vi har erfart at chatten når en yngre brukergruppe enn telefontjenesten, noe som også var en del av intensjonen da vi åpnet tjenesten. Vi har imidlertid også erfart at det å chatte er mer tidkrevende enn det å snakke i telefon. Det tar omtrent dobbelt så lang tid å formidle det samme budskapet gjennom en chat, som gjennom en telefonsamtale. Dette medførte at chatten i starten hadde kortere åpningstid. Fra 2015 utvidet vi imidlertid åpningstiden gradvis, og har siden sommeren 2019 hatt samme åpningstid både på chat og telefon.

De utvidede åpningstidene har ført til en betraktelig økning av antallet mottatte chatter (se kapittel 10.1) og en yngre gjennomsnittsalder på våre brukere.

5.3 Hjemmesiden

I 2020 bestemte vi oss for at vi hadde behov for en ny hjemmeside, da den gamle fremstod som tungvinn, utdatert og lite brukervennlig, både for publikum og oss som jobbet med den. I løpet av høsten ble det gjennomført en anbudskonkurranse for å velge en leverandør som kunne utvikle en ny hjemmeside til oss. Denne ble vunnet av kommunikasjonsbyrået Kikkut. Det ble dessuten bestemt at den nye hjemmesiden skulle sammenfalle med et lenge etterlengtet navnebytte, samt lanseringen av ny logo, da dette både var mest praktisk og vesentlig kostnadsbesparende.

Arbeidsprosessen startet i januar 2021 og den nye siden ble lansert i midten av juni 2021. Ansatte fra RUSinfo hadde jevnlig kontakt med Kikkut i denne perioden, for å medvirke til at oppsett og mal for ulike funksjoner backend skulle bli brukervennlige for alle som jobber med siden. I tillegg ble det lagt mye arbeid i å utforme funksjoner som ivaretok publikums behov for å bli loyet til andre aktuelle sider med relevant innhold, utfra hva det ble søkt på eller spurt om.

Da plattformen sto ferdig i mai 2021, fikk to fagkonsulenter fra RUSinfo sammen med Kikkut jobben med å overføre alt innholdet fra den gamle til den nye hjemmesiden. Disse to fagkonsulentene sto også for opplæring av resten av personalgruppen i hvordan å betjene den nye siden.

Den nye hjemmesiden, rusinfo.no, ble lansert i midten av juni 2021. Innholdsmessig var ikke så alt for mye endret, men nytt design sørger for at innholdet er enklere å finne frem til, samt at det presenteres på en mer intuitiv måte. Spørretjenesten er enklere å benytte og temaene er tydeligere adskilt.

Øverst på siden finner man en bildekarusell med tre rullerende bilder/lenker, der vi legger ut aktuelle kampanjer eller temaer, for eksempel vår «russeguide» og «festivalguiden».

Under bildekarusellen har vi delt siden inn i tre hovedkategorier med hver sin fargede boks. Disse tre kategoriene henspiller på temaer vi mener er fornuftige med tanke på både vårt mandat og på de typer henvendelser vi får fra publikum:

- «Rusmidler A-Å», en alfabetisk oversikt over ulike rusgivende stoffer og medikamenter med tilhørende lenker til faktasider om det enkelte rusmiddel.
- «Bekymret for noen?», med to undersider: «Over 18 år», og «Under 18 år». Her finnes råd og veiledning til alle som er bekymret for rusbruk hos andre. Aldersinndelingen skyldes at vi ikke mener barn og unge bør være alene om å hankses med utfordringer som pårørende, men at det er viktig å støtte seg til ansvarlige voksne, enten i familien eller i hjelpeapparatet.

- «Hjelp til å slutte?», der man kan finne tips og råd for å slutte med bruk av ulike rusmidler.



Etter de tre hovedkategoriene finner man tre felter for aktuelle saker, der vi kan legge inn artikler vi ønsker å synliggjøre på forsiden, og en knapp for «Flere saker». Dette er i hovedsak artikler om temaer som, enten ikke umiddelbart passer inn i en av de tre hovedkategoriene, eller som passer i flere samtidig.

Nederst på siden blir man alltid fulgt av tre ikoner:

- «Spør oss», hvor man kan sende inn spørsmål, lete opp svar på spørsmålet sitt og leser tidligere stilte spørsmål.
- «Chat» med åpningstider og mulighet til å starte en chat med oss.
- Et telefonrør med mobilnummeret og åpningstidene våre skrevet nedenfor. Trykker du her blir du spurt om man ønsker å ringe oss, med mulighet for å starte en telefonhenvendelse.



Spør oss



Chat
(kl. 11-18)



915 08 588
(kl. 11-18)

Oppbygningen av siden er lik uavhengig av om man besøker siden fra mobil (som de fleste gjør) eller PC.

Øverst i høyre hjørne og i footer har vi hovedmenyen, som i tillegg til de allerede omtalte kategoriene har disse sidene:

- «Skole og fagstoff», med artikler og svar på ofte stilte spørsmål fra skoleelever.
- «Appene våre», her finnes presentasjon av appene Drikkevett og HAP samt lenke til sider der de kan lastes ned.
- «Podcast», presentasjon av vår podcast «RUSpanelet» med mulighet for å høre alle episodene.
- «Om RUSinfo», en presentasjon av tjenesten, hva vi gjør og hva vi kan tilby.
- «Anonymitet og avvergelsesplikt», en grundig forklaring på når vår avvergelsesplikt slår inn og anonymitetsprinsippet kan bli brutt.

I tillegg har vi en pop-up-løsning (som dukker opp automatisk i det du går inn på siden) for viktige beskjeder, som for eksempel nedetider eller avvikende åpningstider.

5.4 Apper

I 2016 inngikk vi i et samarbeid med to studentgrupper fra Westerdals (tidligere Norges Informasjonsteknologiske Høgskole - NITH) for å utvikle to forskjellige smarttelefonapper. Prosjektet

ble gjennomført våren 2016. Appene ble laget som en del av studentenes bachelorprosjekt i app-utvikling, E-design og programmering. Resultatet ble HAP – en app for cannabisavvenning, og Drikkevett – en app for mer kontrollert alkoholbruk. Appene er et viktig ledd i markedsføringen av RUSinfo mot et yngre publikum, men også et utvidet tilbud av vår forebyggingsprofil.

5.4.1 Appen HAP

HAP-appen (Hasj Avvennings Programmet) er ment som et lavterskel motivasjonsprogram for mennesker som opplever sin cannabisbruk som problematisk. Appen ble utformet i samarbeid med Uteseksjonen i Oslo, og tar utgangspunkt i deres hasjavvenningsprogram.

Bakgrunnen for utviklingen av HAP, er at både RUSinfo og Uteseksjonen så et behov for et tilpasset tilbud til mennesker med cannabisutfordringer. Hensikten er å nå målgruppen på et tidligere tidspunkt, og mennesker en ellers ikke når med de tradisjonelle tilbudene, inkludert samtaletilbudet HAP.

Appen inneholder blant annet:

- Priskalkulator, som gir en oversikt over hvor mye penger man sparer ved å ha sluttet.
- Tidtager, som gir en oversikt over hvor lenge brukeren har vært rusfri.
- Triggerdagbok, for å kartlegge og forstå hva som utløser lysten til å ruse seg.
- Daglige temaer for motivasjon og refleksjon.
- Prestasjonsoversikt, som markerer ulike milepæler i slutteprosessen.

I tråd med Helsedirektoratets økte fokus på oppdatert kunnskap og kommunikasjon om cannabis, samt stadig sterkere evidens for at app som hjelpemiddel i endringsarbeid fungerer, ønsker vi å optimalisere HAP-appen ved å implementere endringer foreslått av brukere, innføre flere funksjoner for å øke kvaliteten og hjelpepotensialet, samt styrke det forebyggende aspektet i appen. I 2019 og 2020 har vi derfor søkt om eksterne midler blant annet fra Helsedirektoratet og DAM-stiftelsen, uten hell.

5.4.2 Appen Drikkevett

Drikkevett er en app som har til hensikt å hjelpe folk med å reflektere over sitt alkoholforbruk, og kan være et hjelpemiddel for å redusere høy promille, såkalt «binge drinking» (fyll) og tap av kontroll. Appen er ikke laget for å adressere alkoholavhengighet. Drikkevett er dessuten en viktig del av markedsføringen av tjenesten, spesielt overfor et yngre publikum.

RUSinfo mottar mange henvendelser om alkohol, og en artikkel om utregning av promille var lenge den mest besøkte siden på hjemmesiden. Vi opplever at mange brukere tar kontakt for å få råd om hvordan bedre kontrollere promille og alkoholinntak. Å tilby en app som et hjelpemiddel for å imøtekomme disse utfordringene, er et viktig forebyggende tiltak.

Appen tilbyr blant annet:

- Promillekalkulator, for å få en bedre forståelse av sammenhengen mellom alkoholinntak og promille.
- Planlegg kvelden-funksjon, for å få brukeren til å reflektere over hvor mye han/hun planlegger å drikke ved akkurat denne drikkeepisoden.

- Dagen derpå-funksjon, for å se tilbake på forrige drikkeepisode og om man klarte å overholde målet.
- Historikk, for å ha en oversikt over eget drikkemønster over tid.
- Priskalkulator, som forteller hvor mye hver enkelt drikkeepisode koster brukeren.

Etter lanseringen av appen fikk vi tilbakemeldinger om at enkelte funksjoner ikke fungerte optimalt, særlig på Android. Vi utviklet derfor en versjon 2.0, som ble lansert høsten 2017. Den nye versjonen inneholder i tillegg notifications og push-varsel-funksjoner ved registrert promillestigning.

På grunn av nytt regelverk vedrørende promillekalkulatorer, fjernet Apple appen i 2018. Ved hjelp av Helsedirektoratet og Velferdsetaten klagde vi på vedtaket, og fikk i første omgang medhold i klagen, bare for at Apple knappe to måneder etter gikk tilbake på dette og fjernet appen igjen.

Med bakgrunn i dette, men også med et ønske om å gjøre Drikkevett mer brukervennlig, ble Drikkevett 2 utviklet og lansert i 2019. Drikkevett 2 er en ny og mer brukervennlig app, med lignende funksjoner som dens forgjenger. Det har imidlertid blitt lagt til en del nye funksjoner, som for eksempel muligheten til å registrere i hvilke situasjoner man drikker, og hvite perioder.

5.5 Podkasten RUSpanelet

I desember 2020 deltok personalgruppa på ulike digitale kurs i regi av Nucleus. Disse kursene omhandlet ulike plattformer å nå målgruppen på, og tok for seg sosiale medier, video og podkast.

I kjølvannet av disse kursene ble det blant annet etablert en gruppe som skulle jobbe videre med podkast, og undersøke hvordan dette burde utformes. Vi landet til slutt på en løsning der to av de ansatte, Peder Brinchmann Solvang og Martin van Houtum skulle være vertskap for podkasten, og i hver episode diskuterer et gitt spørsmål om rus. Tanken var å ta lytteren med på den mentale «reisen» vi gjør når vi besvarer spørsmål på hjemmesiden, og således gi innsikt i hvordan vi jobber og resonerer når vi utarbeider svaret på disse spørsmålene, istedenfor å bare lese selve spørsmålet og vårt svar. Vi drøftet dessuten muligheten til å på sikt invitere med gjester i studio. Enkelte episoder vil tematisk være tilknyttet kampanjer RUSinfo gjennomfører på det aktuelle tidspunktet. Andre episoder vil være mer frittstående.

Ettersom Martin selv har opptaksutstyr og erfaring med lydproduksjon, valgte vi å gjøre produksjonen internt. Martin utformet også en jingle til podkasten. Vi landet på navnet «RUSpanelet». Navnet spiller delvis på at vi er et panel som diskuterer rus, og delvis på at et «ruspanel» er en betegnelse på en type urintesting som leter etter flere stoffer samtidig.

I første omgang spilte vi inn noen testepisoder, og tok kontakt med Nucleus for innspill og råd omkring disse. Vi hadde en fortløpende dialog på e-post, samt flere digitale møter. I denne forbindelsen gjennomførte Nucleus også en fokusgruppe med et knippe ungdom, podkastens hovedmålgruppe, for å kartlegge hva de mente fungerte bra og ikke fullt så bra. Tilbakemeldingene var kort fortalt at innholdet og formen var bra, men at episodene burde være vesentlig kortere og mer konkrete.

Vi tok med oss disse tilbakemeldingene, og spilte inn en ny runde med episoder. Vi følte oss klare til å begynne å publisere, og opprettet en avtale med Acast, en plattform for distribusjon av podkast i en

rekke ulike kanaler. Acast tilbyr for øvrig statistikk hvor vi blant annet kan følge med på utviklingen av lyttertall over tid.

Vi fikk en fotograf fra Nucleus til å ta forsidebilder av Peder og Martin, og Nucleus utformet dessuten logoen til podkasten, med innspill fra oss underveis i prosessen.

6. desember 2021 ble første episode lansert, med temaet «Alkoholdebut», som tematisk hørte sammen med en kampanje om jule- og nyttårsball. Siden dette har sendeskjemaet hovedsakelig vært å slippe én episode annenhver uke (fredager). Vi har hatt flere runder med innspilling, og har i skrivende stund flere planlagt. Vi oppmuntrer dessuten publikum til å sende inn spørsmål som kan diskuteres i episodene.

5.6 Ung.no

Ung.no er det offentlige informasjonskanal for ungdom, drevet av Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. Målgruppen er unge mellom 13 og 20 år. RUSinfo fungerer her som en ekstern konsulent, og har siden februar 2008 besvart alle rusrelaterte spørsmål for Ung.no.

5.7 Utadrettet virksomhet

RUSinfo får ofte spørsmål om å holde foredrag i ulike fora. Henvendelsene kommer både direkte til tjenesten og via Velferdsetaten. Særlig etterspørres kompetanse knyttet til fagkunnskap om rusmidler og nye brukstrender, forebygging av rusbruk blant ungdom, ofte knyttet til skoler, samt tegn og symptomer på rusbruk.

RUSinfo er fast bidragsyter ved SALUTT-prosjektet i Oslo, et prosjekt som ønsker å komme overskjenking og skjenking til mindreårige i Oslo sentrum til livs. Prosjektet ble i 2018 trappet betraktelig opp, og kurset har blitt obligatorisk for alle heltids- og deltidsansatte som jobber på utesteder etter klokken 01.00, og som har befatning med skjenking av alkohol. I 2019 og frem til 10. mars 2020 ble det holdt to innlegg om alkohol og illegale rusmidler i uken. Under perioden med korona har aktiviteten naturligvis vært lavere, men det er forventet at dette tar seg opp igjen i 2022.

«Kjentmann» er en beredskapsordning til bruk i skoleverket. Målet med Kjentmann er å oppdage og identifisere rusbruk hos elevene tidlig, og gi konstruktive handlingsalternativer til elever som ruser seg. Skolene vil bli bedre i stand til å håndtere rusbruk blant elevene gjennom en kompetanseheving hos de som skal fungere som Kjentmenn. RUSinfo bidrar med opplæring om rusmidler og rusmiddelproblemer i Kjentmannopplæringen.

Også i 2021 ble en del foredrag og andre utadrettede oppdrag avlyst på grunn av pandemien, men mange har også blitt gjennomført digitalt. Vi har også hatt mange oppdrag i ulike medier, både i radio, på TV og i trykte media.

6. DOKUMENTASJON OG REGISTRERING

RUSinfo etterstreber å ha gode rutiner for å registrere kommunikasjonen med publikum. Data fra registrering gir oss kunnskap om hvem vi når, hvorvidt vi når hele landet, hvordan vi oppfyller

målsettingene våre, hvilke rusmidler det spørres om osv. De dataene vi samler inn er valgt ut med tanke på at innringer skal være anonym, samtidig som at vi kan få de opplysningene vi trenger for å kunne lage relevant statistikk.

I 2010 tok RUSinfo i bruk webapplikasjonen SurveyXact for å registrere data fra telefonsamtaler og spørretjenesten på hjemmesiden. Senere har vi utvidet dette til å også gjelde chatten og den eksterne tjenesten Ung.no.

Høsten 2017 tok RUSinfo i bruk den samme kontaktsenterløsningen som flere andre større tjenester i Oslo kommune (bl.a. kommunens sentralbord og Bymiljøetaten). Dette er en løsning som kombinerer Dolphin for å behandle telefonhenvendelser og eDialog24 for å behandle chatter. Med dette systemet har vi en enda bedre oversikt over antallet mottatte henvendelser og køstatistikk enn tidligere (se også kap. 10.1).

7. MARKEDSFØRING

Markedsføring har blitt en viktig del av de aller fleste tjenester, da synlighet, tilgjengelighet og aktualitet er et stadig voksende krav. Markedsføring er i så henseende sentralt også for RUSinfo - folk må vite om oss, eller ved behov i hvert fall kunne klare å finne tjenesten, for at de skal kunne bruke oss. Som en landsdekkende tjeneste er det følgelig en målsetning at hele Norges befolkning skal være kjent med RUSinfos tilbud.

Med en målgruppe som i dagens digitale mediehverdag blir mer fragmentert i både interesser og kanalvalg er det viktig at RUSinfo til enhver tid arbeider med egen synlighet. Med ulike budskap varierer også valget av kanal og fremgangsmåte. Derfor må RUSinfo som organisasjon ha et variert markedsføringsløp som involverer både kampanjer, PR og betalt annonsering.

I slutten av 2015 inngikk vi et samarbeid med kommunikasjonsbyrået Nucleus vedrørende markedsføring og PR. Kontrakten med Nucleus har etter nye anbudskonkurranser fortsatt også i 2021.

7.1 Markedsføringsåret i 2021

I 2021 skjedde det to store og viktige ting; Vi byttet navn til RUSinfo med tilhørende ny logo, og lanserte ny nettside under nytt domene.

Mot slutten av året lanserte vi også podkasten RUSpanelet. Podkasten er et initiativ fra våre ansatte Martin van Houtum og Peder Brinchmann Solvang og de står for både programledelse og produksjon av podkasten selv.

Markedsføringsaktivitetene i 2021 har vært knyttet til å gjøre vårt nye navn, logo og nettside kjent, samt markedsføre podkasten.

7.1.1 Nytt navn og ny logo

Telefon-delen av navnet RUStelefonen har etter hvert blitt opplevd som både utdatert og umoderne. Navneskiftet skjedde med bakgrunn i et ønske om å signalisere at vi er tilgjengelige i mange flere kanaler enn kun på telefon, og at de ungdommen ikke i særlig grad benytter seg av telefonitjenester, men foretrekker å chatte eller ta kontakt på andre måter.

Det nye navnet RUSinfo ble valgt etter en intern idérunde, med påfølgende konsultering med Nucleus, som gjennomgikk de innkomne forslagene og ga sine kommunikasjonsfaglige anbefalinger.

RUSinfo er et navn som er kanalnøytralt og som tydeliggjør hva som er vår kjernevirksomhet: Å gi faktabasert og nøytral informasjon om rusmidler, rusmiddelproblematikk og hjelpetiltak.

Til det nye navnet utviklet vi en ny visuell identitet som består av logo, fonter og farger, slik at RUSinfo kan fremstå visuelt likt i alle kanaler. Selve logosymbolet er navnetrekket RUSinfo rammet inn av et spørsmålsteget. Navnet og symbolbruken er da med å visuelt illustrere at vi driver med informasjon, formidling og veiledning, og at man kan stille oss spørsmål og få svar. Særlig det siste er viktig for de aller yngste målgruppene.



7.1.2 Kjennskap til nytt navn og markedsføring av podkasten

I juni lanserte vi nye nettsider under det nye navnet, RUSinfo og da på nytt domene: rusinfo.no. Selv om all trafikk til gammelt domene (rustelefonen.no) sendes videre til rusinfo.no så var det også behov for å bygge kjennskap til nytt navn.

Samtidig lanserte vi i løpet av høsten 2021 podkasten RUSpanelet, hvor målgruppen er ungdom og unge voksne i alderen 16-25 år, og som vi ønsket å lansere til et bredt publikum i denne målgruppen.

Strategien ble å kombinere dette. Bruke podkasten til å også gjøre det nye navnet på tjenesten kjent, samt bygge kjennskap til det nye navnet gjennom å satse på innholdsmarkedsføring, fordi vi på den måten også ville bygge kunnskap til våre tjenester og innta en ekspertrolle.

Løsningen ble da todelt: Vi utarbeidet tre fagartikler til våre nettsider, som vi samtidig også plasserte som innholdsannonser (content marketing) hos VG. Disse annonsene hadde over 1 million visninger på VG, og har bidratt til å øke kjennskapen til RUSinfo. Nærmere 3 000 klikket seg videre fra artiklene til den nye hjemmesiden.

Målgruppen for fagartiklene og innholdsannonsene var foreldre til tenåringsbarn, og vi aktualiserte det med juleball- og julebordsesongen.



ANNONSE FRA RUSINFO

– Snakk med tenåringen før det blir et problem.



ANNONSE FRA RUSINFO

Skal tenåringen din på juleball?



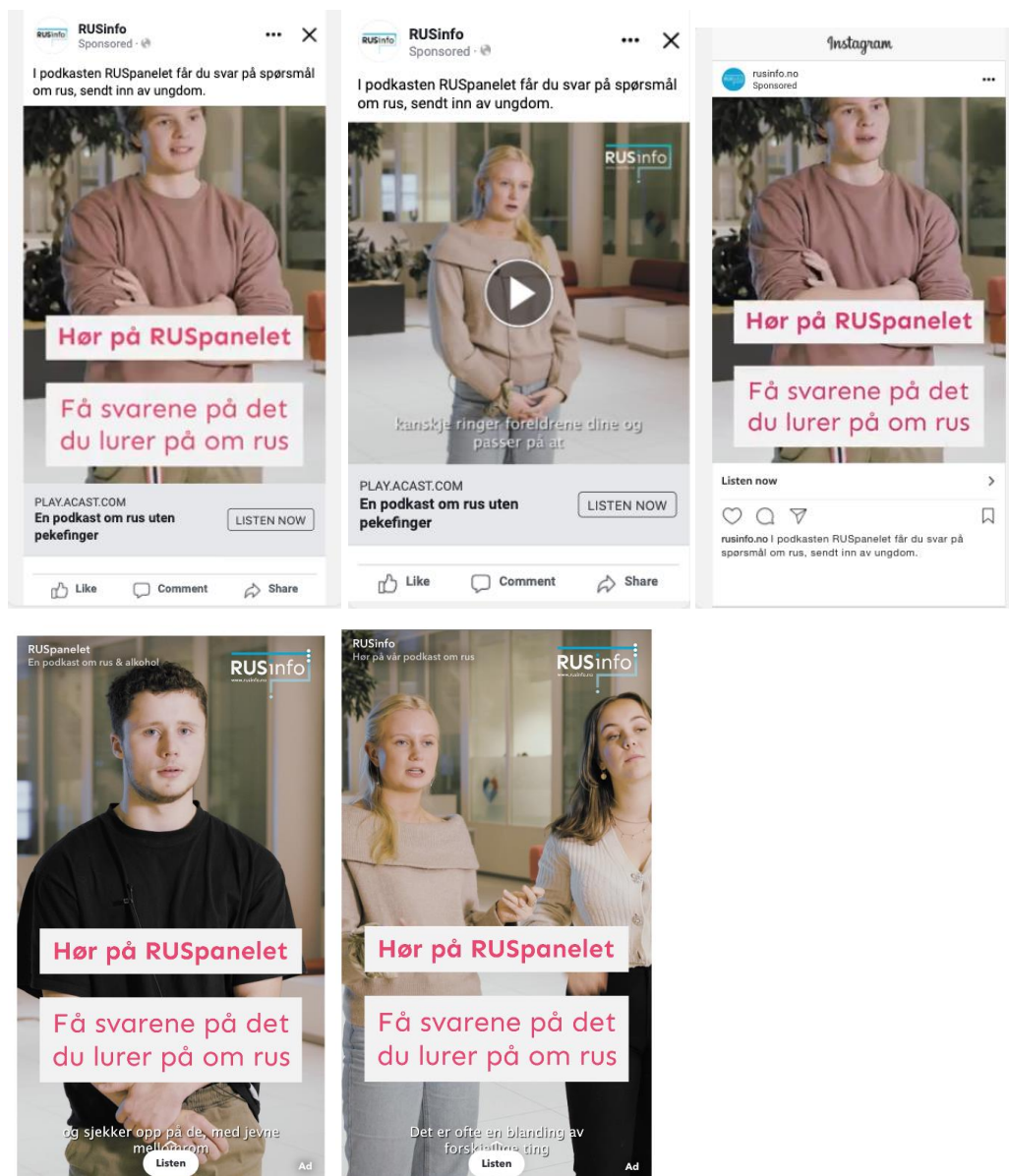
ANNONSE FRA RUSINFO

– Unge vet overraskende lite om rusmidler

For å nå ut til de yngste målgruppene med podkasten ønsket vi å benytte sosiale medier. Erfaringsmessig har det blitt stadig vanskeligere å bruke ord som «alkohol», «rus» eller navn på ulike rusmidler i sosiale medier. Plattformene er svært forsiktige med hva man får lov til å si i annonser, da de ikke ønsker å bryte med det enkelte lands lovgivning, eller bli oppfattet som om de fremmer og oppfordrer til bruk. Det påvirker også mulighetsrommet til aktører med vårt formål. De gjør dessverre ikke unntak, til tross for at målet vårt er å redusere rusbruken og skader forbundet med dette.

I tillegg vet vi at den yngste målgruppen 16-25 år, som er podkastens hovedmålgruppen, stort sett bruker sosiale medier hvor film eller foto er hovedformatet, slik som Snapchat og Instagram. Også på Facebook virker film best. For å lansere podkasten produserte vi derfor filmer hvor vi intervjuet videregående skoleelever om de samme temaene vi tar opp i podkasten. Disse ble klippet til små snutter, med en oppfordring om å lytte til podkasten for å lære mer.

Vi lanserte podkasten ved å legge ut to episoder i desember, og kjørte da markedsføring i sosiale medier for disse to episodene. Annonsene ble vist i overkant av 1,1 million ganger, og mer enn 4 000 klikket seg videre til podkastenes landingsside på rusinfo.no.



Totalt sett har annonsene hatt 2,1 millioner visninger og bidratt til å gjøre både podkasten og RUSinfo mer synlig.

Podkastlanseringen medførte dessuten at vi fikk flere avspillinger (lyttinger) til live-podkastene vi lagde tilbake i 2017 og 2018 og som dreier seg om studenter og rus.

7.2 Markedsføring gjennom Internett og sosiale medier

RUSinfo har blitt bedt om å ha spesielt fokus på ungdom, og vi forsøker derfor å nå ungdommene på de plattformene hvor de tilbringer mest tid. I den forbindelse har vi sett at det er svært viktig å være på sosiale medier, som en del av vår kunnskapsformidling og vårt

forebyggingsarbeid. Det er også viktig for synligheten til tjenesten og for å markedsføre prosjektene våre.

Tendensen på sosiale medier er at ungdom i økende grad bruker Instagram i stedet for Facebook. På bakgrunn av dette valgte vi å fokusere mer på Instagram enn Facebook også i 2021. Vi har gjennomført målet vårt fra 2020 om å i større grad promotere eget innhold, i stedet for nyheter og andres materiale, på Facebook. Dette er noe vi vil fortsette med i 2021, da vi opplever at merkevaren vår kommer tydeligere frem på denne måten.

I tillegg har vi i enda større grad enn før tilpasset innholdet til de målgruppene vi ønsker å nå i de ulike kanalene. Dette har vi gjort ved å publisere mer voksent innhold på Facebook og mer ungdomsvennlig innhold på Instagram.

7.3 Evalueringsav markedsføringsåret 2021

Markedsaktivitetene i 2021 har bidratt til å bygge kjennskap til det nye navnet og de nye nettsidene samt bygge kjennskap til podkasten.

I desember totalt (kampanjeperioden var fra 08.-31.12), hadde vi 87 000 besøk og 151 000 sidevisninger på rusinfo.no. Det er 38 prosent høyere enn første måneden etter lansering av nytt navn og ny nettside. Det bekrefter at arbeidet med å gjøre RUSinfo kjent har hatt effekt.

Til tross for bra med visninger har annonseringen gitt noe færre lyttere til RUSpanelet enn det vi hadde håpet på. Samtidig vet vi det tar tid å bygge opp en lytterbase, og vi er bare så vidt i startgropa. Kampanjene sammenfalt med at det ble innført nye pandemi-restriksjoner i desember, noe som dessverre førte til at både julebord og juleball ble utsatt og avlyst. Aktualiteten til innholdet i både annonser og podkasten ble dermed noe redusert, og dette kan ha påvirket interessen for både å oppsøke rusinfo.no og lytte til podkasten.

Podkast fremstår uansett som et godt tilskudd når det gjelder å nå ut til de yngste målgruppene. Målet er derfor å slippe én episode annenhver uke i 2022.

8. NORSKE SAMARBEIDSPARTNERE

RUSinfo tok i januar 2013 initiativ til å etablere et nettverk for hjelpetelefoner i Norge. Bakgrunnen var et ønske om å få på plass en organisasjon som kunne tilrettelegge for utveksling av kunnskap og erfaringer, samt bistå med metodeutvikling for norske hjelpetelefoner. 25 tjenester og organisasjoner er nå representert i nettverket. Nettverket har tidligere gjennomført en rekke samlinger og tilrettelagt for hospitering mellom tjenester. RUSinfo opplever at nettverket har ført til en mer åpen dialog mellom tjenestene hvor kompetanseutveksling har stått i fokus.

I 2018 ble deler av dette nettverket videreført som Digi-ung-nettverket etter initiativ fra Helsedirektoratet. Siden ikke alle de 25 opprinnelige tjenestene deltar i Digi-ung, består imidlertid det gamle nettverket fremdeles, og kontakten vedlikeholdes gjennom en lukket gruppe på Facebook.

I tillegg til å delta i nettverket, samarbeider RUSinfo med Nasjonalt folkehelseinstitutt (FHI), Giftinformasjonen, Oslo Universitetssykehus (OUS), Uteseksjonen i Oslo, Tollvesenet ved Gods- og etterretningskontoret på Gardermoen, Politihøgskolen og Bergensklinikkene. Vi har egne kontaktpersoner hos flere av disse. Vi har dessuten et utbredt samarbeid med flere av de regionale kompetansesentrene på rusfeltet (KoRus).

9. EUROPEISK SAMARBEID

RUSinfo har siden høsten 2005 vært medlem av FESAT. Organisasjonen består av «drug helplines» i Europa, og er et nettverk som samler nærmere 50 tjenester.

Gjennom FESAT har RUSinfo deltatt i en rekke EU-prosjekter. Også det siste europeiske prosjektet vi deltar i, SCANNER, ble vi invitert til å delta i via FESAT-nettverket (selv om prosjektet ikke direkte er koblet til FESAT). *SCANNER – «Understanding the dynamics and consequences of new psychoactive substances use in a rapidly changing (online) drug market»* ble offisielt startet opp i oktober 2020 og skal løpe ut november 2022. Nye Psykoaktive Stoffer (NPS) er en betegnelse som i hovedsak omfatter nydesignede rusgivende stoffer, og utgjør en økende trussel i det europeiske narkotikamarkedet. SCANNER undersøker veldig mange ulike aspekter av NPS-fenomenet i Europa, men den delen av prosjektet RUSinfo er involvert i, dreier seg om hvordan hjelpelinjer, og andre tjenester som jobber mer direkte med brukerne, kan involveres i arbeidet med å samle inn data om NPS-bruk. Dette for å standardisere måter å overvåke NPS-bruk på, og sikre pålitelig datainnsamling over hele Europa. Prosjektet skal også se på hvordan disse tjenestene på best mulig måte kan imøtekomme de utfordringene NPS-fenomenet innebærer i sitt arbeide. Denne delen av prosjektet samler 25 tjenester fra 20 forskjellige land i Europa og tre ulike nettverk (FESAT, YODA og NEWNET). RUSinfo er den eneste deltageren fra Norge.

Våren 2008 ble RUSinfo medlem av Prevnet, som er et europeisk nettverk med mer enn 40 ulike tjenester og organisasjoner innen rusfeltet. Prevnet jobber for å implementere IKT og bruk av interaktive medier i arbeidet med forebygging av rusmisbruk.

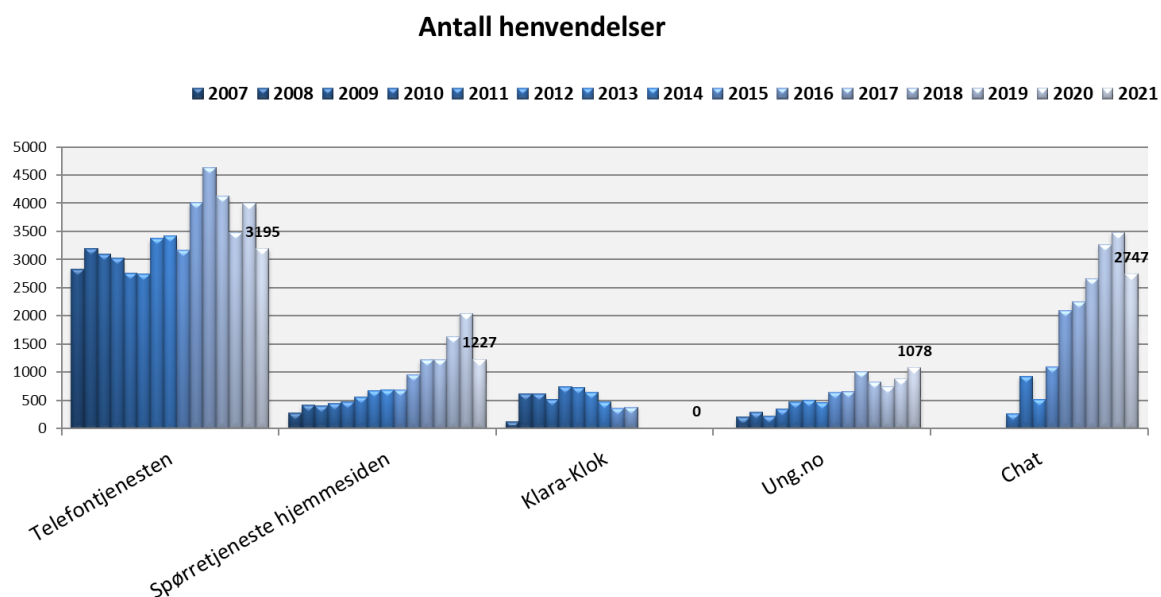
Gjennom prosjektene RUSinfo deltar i tilegner vi oss stadig ny kunnskap om hvordan tilsvarende tjenester drives i utlandet. Vi har gjennom samarbeidet erfart at vi har mye til felles både faglig og praktisk, men også at økonomi, samfunnsstruktur og kultur skaper forskjeller mellom landene.

10. RESULTATER OG STATISTIKK

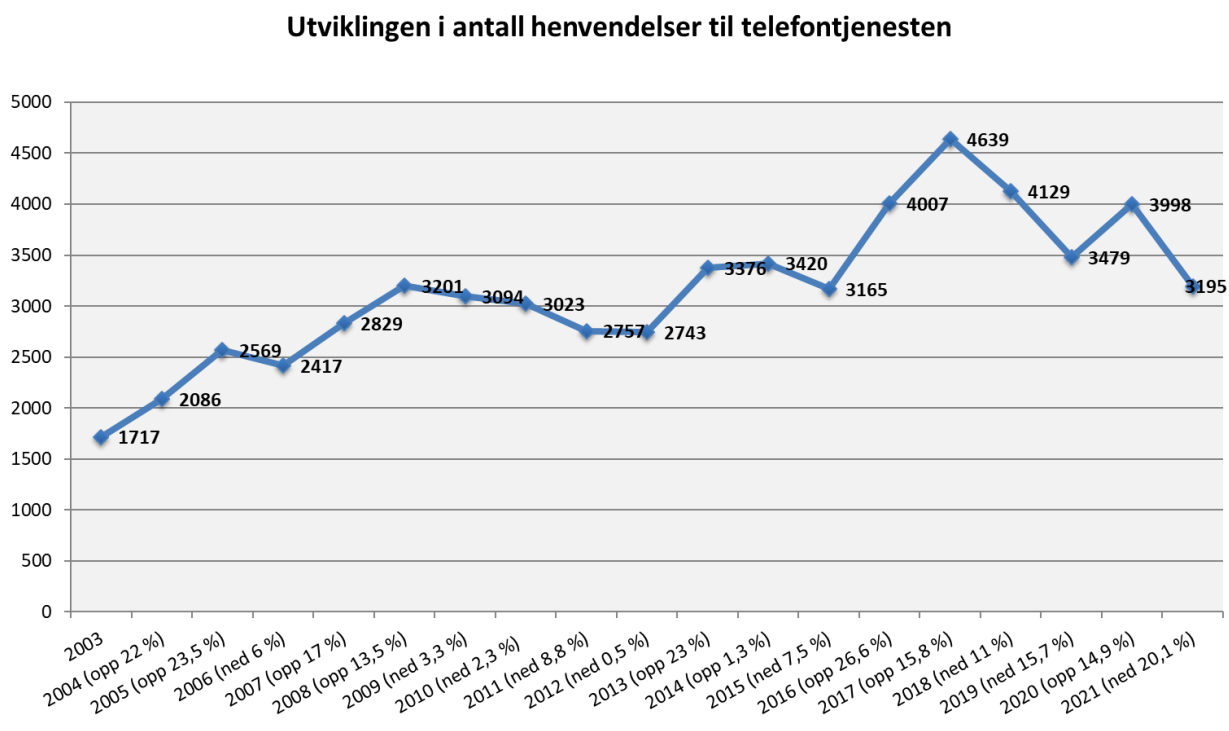
Tallene som fremkommer gjenspeiler utviklingen av tjenesten for alle våre kommunikasjonskanaler i 2021. Statistikken benyttes som et internt styringsverktøy, men også for å dokumentere driften. I tillegg etterspørres vår statistikk tidvis fra Føre-Var-prosjektene, fagfeltet og media.

For noen henvendelser får veilederen dessverre ikke alle de nødvendige opplysningene for å fylle ut statistikkskjemaet tilfredsstillende. Dette fører til at posten «ukjent» i en noen av figurene er høyere enn hva vi skulle ønske.

10.1 Antall henvendelser



Det totale antallet henvendelser for 2021 var på godt over åtte tusen (8 247). Dette er en nedgang på over 20 prosent (20,8 %) sammenlignet med 2020 (10 407). Nedgangen har vært særlig stor for spørsmål mottatt via den anonyme spørresjeneresten på hjemmesiden (39,9 %), men også antallet telefonhenvendelser (20,1 %) og chatter (21 %) har hatt en stor nedgang.



Nedgangen skyldes trolig at tjenesten byttet navn til RUSinfo og samtidig fikk ny hjemmeside i 2021. Til tross for at den gamle hjemmesiden peker til den nye hjemmesiden, og det samme stort sett også gjelder søk, så har vi ikke hatt tilstrekkelig med markedsføringsmidler for en så stor snuoperasjon. Vi søkte om ekstra midler fra Helsedirektoratet til både navneendring og ny hjemmeside, samt markedsføring av dette, men fikk dessverre avslag. Symptomatisk nok er det derfor kun på den eksterne spørretjenesten Ung.no at vi har hatt en økning i antallet henvendelser (21,3 %).

Bortsett fra en økning på rundt 15 % fra 2019 til 2020 har det de siste årene vært en nedgang i antallet telefonhenvendelser. Denne nedgangen må sees i sammenheng med en vekst i antallet henvendelser til chatten. Nedgangen i telefonhenvendelsene kan også forklares med en innskrenkning i åpningstiden for denne tjenesten. Nedgangen fra 2018 til 2019 kan forklares med at vi fra sommeren 2019 stengte telefontjenesten i helgene for å styrke bemanningen på hverdager. I helgene hadde kun telefontjenesten vært åpen, og dette utgjorde en innskrenkning av åpningstiden for telefontjenesten på totalt 15 timer i uken. Nedgangen i antallet telefonhenvendelser fra 2017 til 2018 kan forklares med at vi fra sommeren 2018 kortet ned åpningstiden på kvelden med én time (fra kl. 19 til 18), i tillegg til at vi også kortet ned åpningstiden på morgenene tirsdager og onsdager med én time (fra kl. 10 til 11), noe som utgjorde en innskrenkning av åpningstiden for telefontjenesten på totalt ni timer i uken.

RUSinfo har tidligere besvart spørsmål om rus i to eksterne spørretjenester for ungdom: Ung.no og Klara-Klok. Fra 1. januar 2017 ble imidlertid Klara Klok vedtatt nedlagt. De siste to årene har det vært en ganske stor økning (20,1 % fra 2019 til 2020 og 21,3 % fra 2020 til 2021) i antallet russpørsmål mottatt av Ung.no, dette etter et par år med nedgang i tallene. Nedgangen de foregående årene kan muligens ha hatt en sammenheng med at Ung.no i samarbeid med RUSinfo utarbeidet en serie artikler om nettopp rusmidler, som besvarte mange av de mest stilte rusrelaterte spørsmålene.

Det skal dessuten bemerkes oversikten over kun gjelder henvendelser registrert i vårt statistikkprogram. Ubesvarte henvendelser (forsøk på å nå tjenesten utenfor åpningstiden, eller det at folk legger på igjen hvis de må stå i kø) finnes ikke i den oversikten, slik at det reelle antallet henvendelser er enda høyere. Totalt mottok tjenesten 5 594 telefoner og 3 781 chatter i 2021. Av disse ble 3 958 telefoner og 3 447 chatter besvart, og henholdsvis 58 % prosent av telefonhenvendelsene og 64,6 prosent av chattene ble besvart alt innen 20 sekunder. Gjennomsnittlig ventetid for besvarte telefonhenvendelser var for øvrig på 1 min og 3 sek, mens den gjennomsnittlige ventetiden for besvarte chatter var på 1 min og 34 sek, noe som er en økning på henholdsvis 61,5 og 32,4 prosent (24 og 31 sekunder) sammenlignet med 2020. Dette betyr imidlertid også at nesten én tredjedel (29,2 %) av telefonhenvendelsene og 8,8 prosent av chattene ikke blir besvart. Både antallet ubesvarte henvendelser og ventetiden for de som blir besvart kunne vært redusert ved å styrke bemanningen av tjenesten.

10.2 Hvem kontakter tjenestene?

10.2.1 Alder

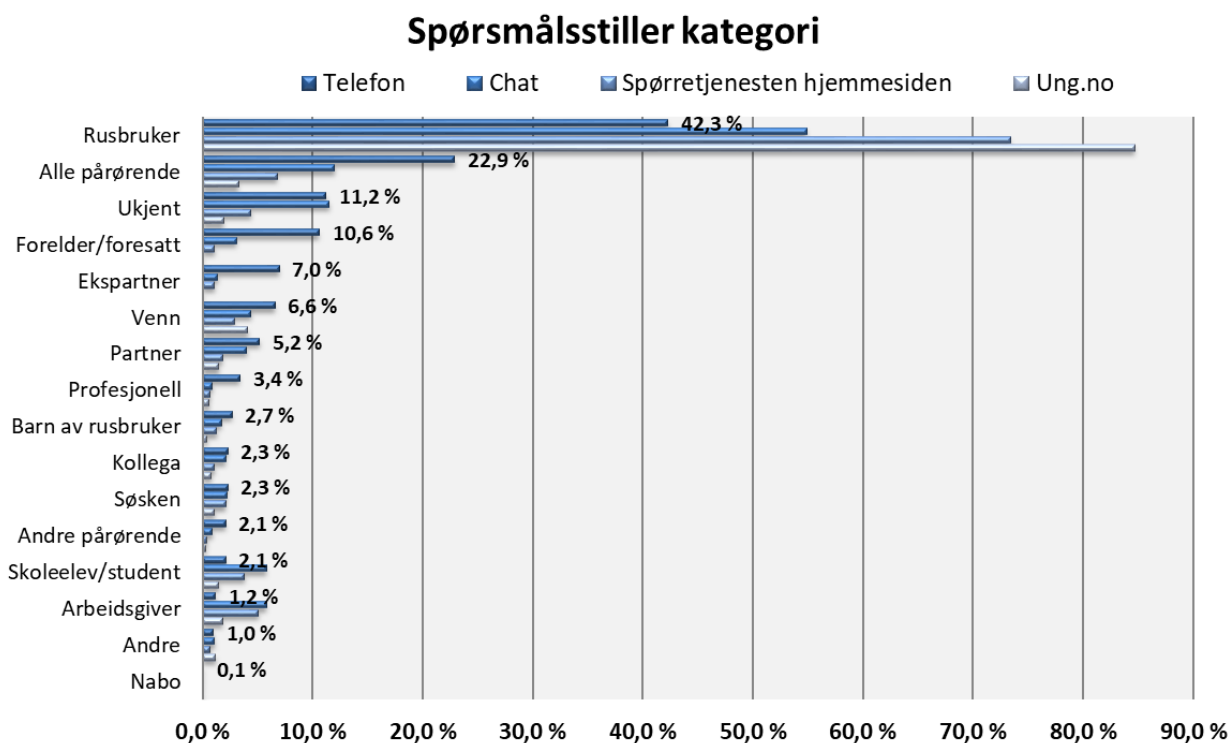
Alder for de som henvender seg via ulike kanaler

	Gjennomsnitt	Median	Typetall
Telefontjenesten	40,3	40	45
Spørsmål hjemmesiden	33,4	28	14
Chatten	27,2	23	19
Ung.no	16,3	16	16

Som man ser av tabellen er det helt klart preferanser for ulike kommunikasjonskanaler knyttet til ulike aldersgrupper. De eldste foretrekker telefontjenesten, mens den anonyme spørretjenesten på hjemmesiden foretrekkes av en noe yngre brukergruppe. Denne tjenesten blir nok også benyttet av en del skoleungdom (jamfør typetallet: 14 år). Brukerne av chatten er noe yngre enn brukerne av spørretjenesten på hjemmesiden. At vi treffer de yngste brukerne gjennom den eksterne spørretjenesten Ung.no er ingen overraskelse, da dette er en rendyrket tjeneste for ungdom (målgruppe: 13-20 år). Alderen på hvem som henvender seg til de ulike kanalene har nok også en sammenheng med hvilken kategori de ulike brukerne tilhører (se figuren nedenfor).

Det har kun vært små endringer fra år til år, og også fra 2020 til 2021. Gjennomsnittsalderen for telefontjenesten har gått ned med ett år, mens det har vært en nedgang på ett halvt år for Ung.no. For chatten har gjennomsnittsalderen gått opp med ett halvt år, mens den har vært nærmest uforandret for spørre-tjenesten på hjemmesiden.

10.2.2 Hvilken kategori tilhører de som kontakter tjenestene?



Man kan se av figuren at alle kanaler domineres av henvendelser fra rusbrukere, og dette gjelder spesielt Ung.no. En rusbruker er i denne sammenhengen en person som bruker, eller vurderer å bruke, et rusmiddel, og som kontakter tjenesten på bakgrunn av dette. En rusbruker trenger altså ikke nødvendigvis å ha et rusproblem. Flest pårørende tar kontakt via telefontjenesten. «Alle pårørende» er en samlekategori som inkluderer partnere og alle med en familiær relasjon til rusbrukeren, og er tatt med for å underlette en sammenligning av antallet pårørende med antallet rusbrukere. Profesjonelle er i denne sammenhengen alle som kontakter tjenesten på bakgrunn av sin profesjon. Dette dreier seg blant annet om helsepersonell, lærere, miljøterapeuter og barnevernspedagoger. Tallene for telefontjenesten står oppgitt, da dette fremdeles er den tjenesten med flest henvendelser.

Som man kan se er altså telefontjenesten den foretrukne kanalen for pårørende, og da spesielt foreldre og foresatte. Dette gjenspeiles også i en vesentlig høyere gjennomsnittsalder for denne tjenesten. Foreldre og foresatte er en viktig målgruppe for å indirekte nå de ungdommene som har rusproblemer, men som ikke innser dette selv, eller ikke ønsker å gjøre noe med problemene. De som kontakter telefontjenesten opplever nok også i større grad en livskrise, og har mer krevende behov, enn de som kan klare seg med de andre tjenestene.

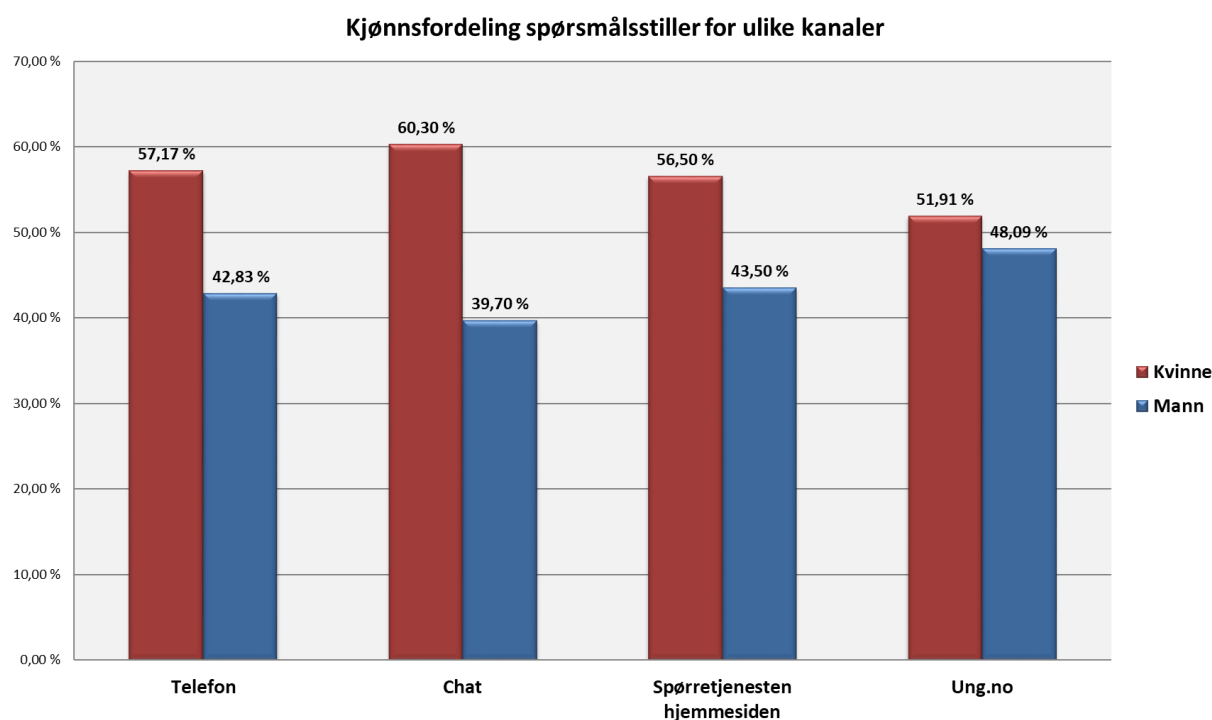
Hvis vi sammenligner tallene for telefontjenesten fra 2020 og 2021, så ser vi at det har vært markant nedgang i andelen henvendelser fra pårørende (alle pårørende -13,7 %), spesielt når det gjelder foreldre/foresatte (-8 %), men også for partnere har det vært en nedgang (-2,3 %). Det har også vært en nedgang for rusbrukere (-3,8 %). Disse nedgangene kan ha en sammenheng med at andelen ukjente for denne tjenesten har gått relativt mye opp (+10 %). I tillegg har henvendelser fra eks partnere (+5,2 %) og kolleger (+2,1 %) gått noe opp.

Når det gjelder chatten så har det vært en relativt stor nedgang i andelen henvendelser fra skoleelever og studenter (-10,4 %). Også her har det vært en nedgang blant rusbrukere (-2,7 %). Igjen kan muligens noe av disse nedgangene tilskrives en økning i andelen ukjente (+6,6 %). Også her har det vært en økning i andelen henvendelser fra kolleger (+2 %), men også en relativt stor økning fra arbeidsgivere (+5,7 %).

For den anonyme spørretjenesten på hjemmesiden har det også vært en nedgang i andelen henvendelser fra pårørende (alle pårørende -2,7 %), men nedgangen er mye mindre enn for telefontjenesten. Nedgangen har også her vært størst blant foreldre/foresatte (-1,9 %) og partnere (-1,5 %). Det har også vært en nedgang blant skoleelever og studenter (-3,5 %), men nedgangen er vesentlig mindre enn for chatten. Her har det også vært en relativt stor økning i andelen henvendelser fra arbeidsgivere (+5,1 %). Og det har vært en moderat økning i andelen henvendelser fra rusbrukere (+1,7 %).

Ung.no er den tjenesten med minst forskjeller mellom de to årene, men også ha har det vært en nedgang i andelen henvendelser fra skoleelever og studenter (-3,2 %). Her har det også vært en økning i antallet henvendelser fra arbeidsgivere (+1,8 %) og rusbrukere (+1,2 %).

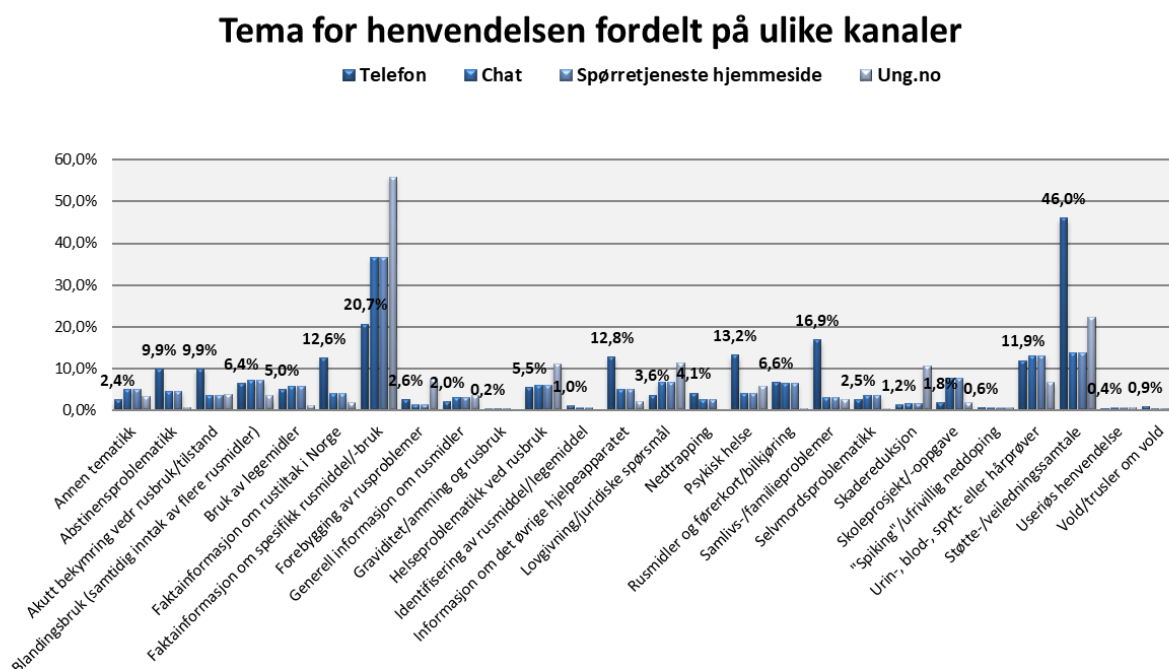
10.2.3 Kjønnssfordeling



Det er gjennomgående flere kvinner enn menn som kontakter RUSinfos egne tjenester. Dette til tross for at flere menn enn kvinner har rusproblemer (noe som også gjenspeiles i statistikken for rusbrukernes kjønn: 62,6 % menn mot 37,4 % kvinner). Dette kan trolig forklares med at kvinner generelt har en lavere terskel for å søke hjelp enn menn. Ung.no er den eneste tjenesten hvor fordelingen mellom kjønnene er sånn noenlunde lik, men også her er det en liten overvekt kvinner (til sammenligning er kjønnssfordelingen for resten av Ung.no 69 % jenter, 28 % gutter). Dette kan

trolig forklares med at dette er den tjenesten med flest henvendelser fra rusbrukere (hele 84,7 %).

10.3 Hva dreier henvendelsene seg om?



Det er viktig å poengtere at en henvendelse ofte dreier seg om flere tema, statistikken er derfor presentert som prosent av henvendelsene («percent of cases»). Tallene for telefontjenesten står oppgitt, da dette fremdeles er den tjenesten med flest henvendelser.

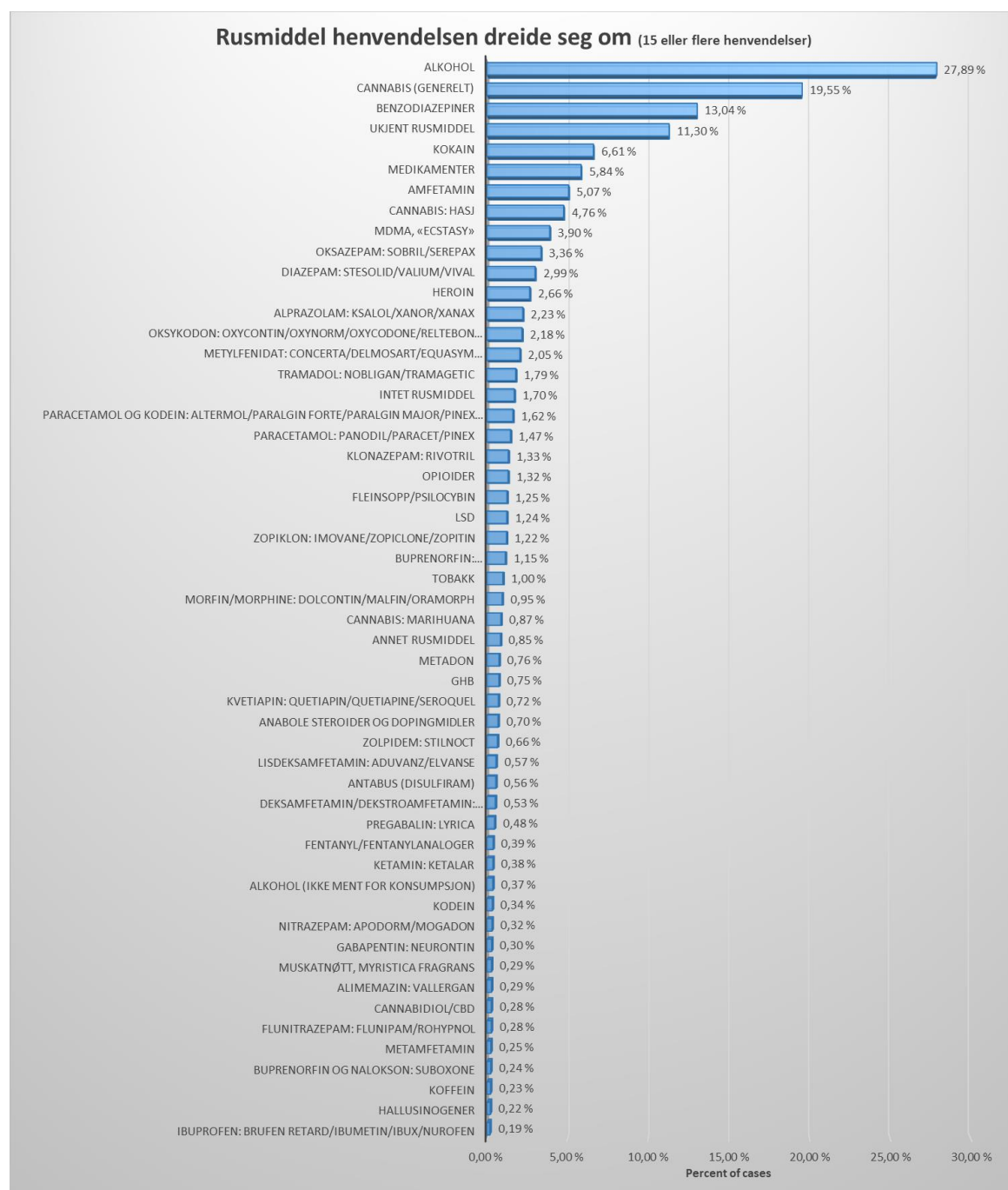
Ut i fra figuren kan man se at tema for henvendelsene til en viss grad er styrt av hvem som henvender seg til de ulike tjenestene. For eksempel har rusbrukere ofte spørsmål knyttet til selve rusmidlene, mens pårørende i større grad har behov for støtte og veiledning, de presenterer oftere problemer knyttet til samliv og familie, og de ønsker oftere informasjon om behandlings- og hjelpeapparatet. Siden andelen rusbrukere er størst hos Ung.no, mens langt flere pårørende kontakter telefontjenesten sammenlignet med de andre tjenestene, er det derfor naturlig at dette også reflekteres i statistikken. Det skal også understrekes at visse typer henvendelser egner seg best i visse kommunikasjons-kanaler. For eksempel er telefontjenesten bedre egnet til å gi støtte og veiledning sammenlignet med de andre tjenestene, og egner seg trolig også bedre når det gjelder henvendelser om akutte bekymringer.

Henvendelser knyttet til selvmordsproblematikk har blitt en økende utfordring for RUSinfo. Antallet henvendelser om dette har vært relativt uforandret fra 2020 til 2021, bortsett fra en liten økning for telefontjenesten (0,5 %). Selv om henvendelser om selvmordsproblematikk kun utgjør en liten andel av det totale antallet henvendelser (2,5 % av henvendelsene til telefontjenesten, 2,8 % til chatten og 3,6 % til spørretjenesten på hjemmesiden), er disse allikevel en belastning for våre veiledere. For å styrke RUSinfos kompetanse på dette området, men også for å bedre ivareta våre ansatte, har alle

veilederne gjennomgått et todagerskurs i førstehjelp ved selvmordsfare i regi av VIVAT. Vi har dessuten tilbud om oppfølging hos psykolog via bedriftshelsetjenesten innen 24 timer, om nødvendig.

10.4 Hvilke rusmidler dreier henvendelsene seg om?

Det er viktig å poengtere at en henvendelse ofte dreier seg om flere rusmidler, statistikken er derfor presentert som prosent av henvendelsene («percent of cases»).



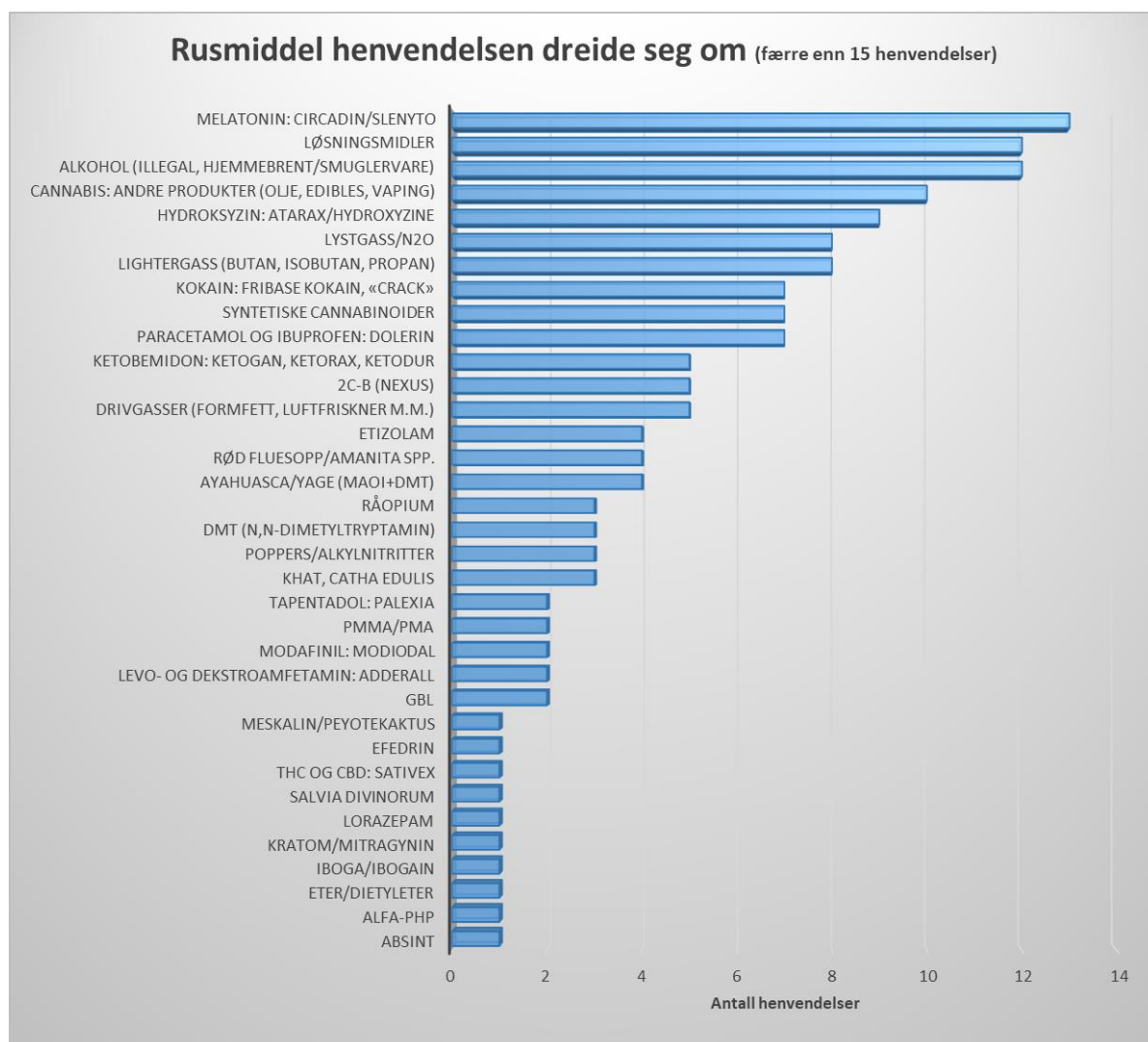
Ut i fra figuren over kan man se at RUSinfo helt klart mottar flest henvendelser om alkohol, etterfulgt av cannabis og benzodiazepiner. Generelt kan man si at antallet henvendelser stort sett gjenspeiler hvor utbredt bruken av et rusmiddel er.

Kategorien «cannabis (generelt)» er en samlekategori hvor vi har samlet alle henvendelser om ulike varianter av cannabis. Det samme gjelder kategorien «benzodiazepiner». I tillegg inneholder disse kategoriene henvendelser hvor det ikke kom frem hva slags benzodiazepin eller cannabisprodukt det gjaldt.

Når det gjelder benzodiazepiner, så har vi i 2021 sett en liten nedgang i andelen henvendelser om diazepam (Valium, Vival og Stesolid: -0,7 %), klonazepam (Rivotril: -1,1 %) og spesielt oksazepam (Sobril: -1,7 %) sammenlignet med året før. Samtidig har vi sett en liten økning i antallet henvendelser om alprazolam (Xanor og Ksalol: +0,9 %).

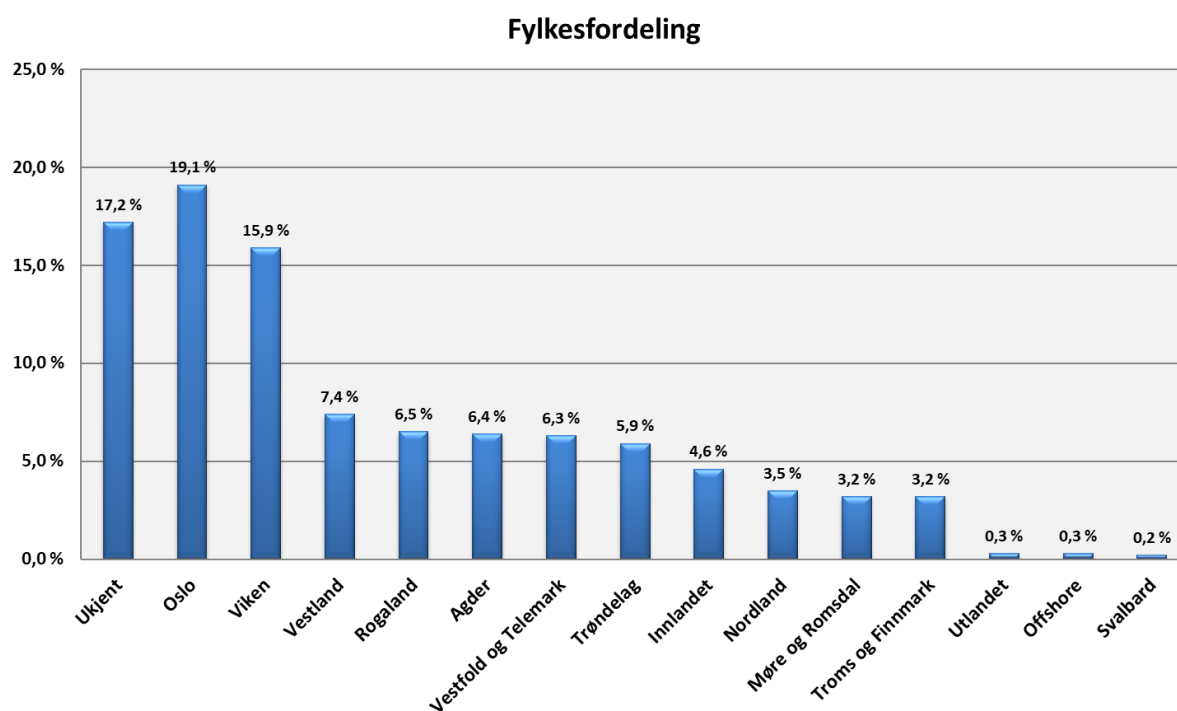
Det har for øvrig vært en liten økning i andelen henvendelser om kokain (+ 0,8 %) i 2021 sammenlignet med 2020, mens det har vært en nedgang for MDMA (-1,9 %) og spesielt Amfetamin (-2,2 %).

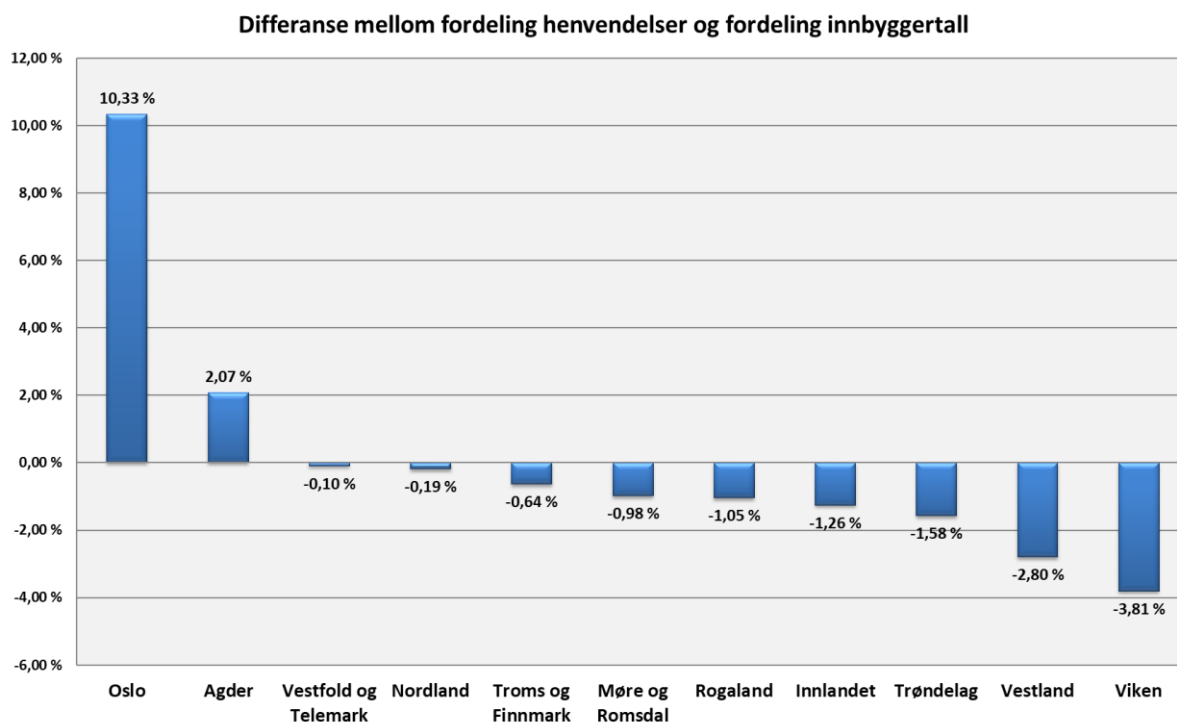
Figuren nedenfor er tatt med for å illustrere bredden av rusmidler RUSinfo får spørsmål om (vær oppmerksom på at det i denne figuren oppgis antall henvendelser og ikke percent of cases).



10.5 Fylkesfordeling

Kun telefonhenvendelser, chat og den anonyme spørretjenesten på hjemmesiden er inkludert i fylkesoversikten, da vi mangler komplette data for fylkesfordeling for Ung.no. I den nederste figuren har vi regnet ut differansen mellom den faktiske fordelingen av innbyggere i de ulike fylkene, og hvordan de som kontakter RUSinfo fordeler seg på de ulike fylkene. Desto nærmere resultatet er null, desto bedre gjenspeiler innringertallene den faktiske fordelingen av innbyggere i fylket. En positiv verdi vil si at fylket er overrepresentert i vår statistikk, mens en negativ verdi tyder på det motsatte. Andelen ukjente er dessverre ganske høy, men det er ingen grunn til å tro at det er et systematisk frafall, slik at oversikten allikevel burde gjenspeile den faktiske geografiske spredningen til de som kontakter oss.

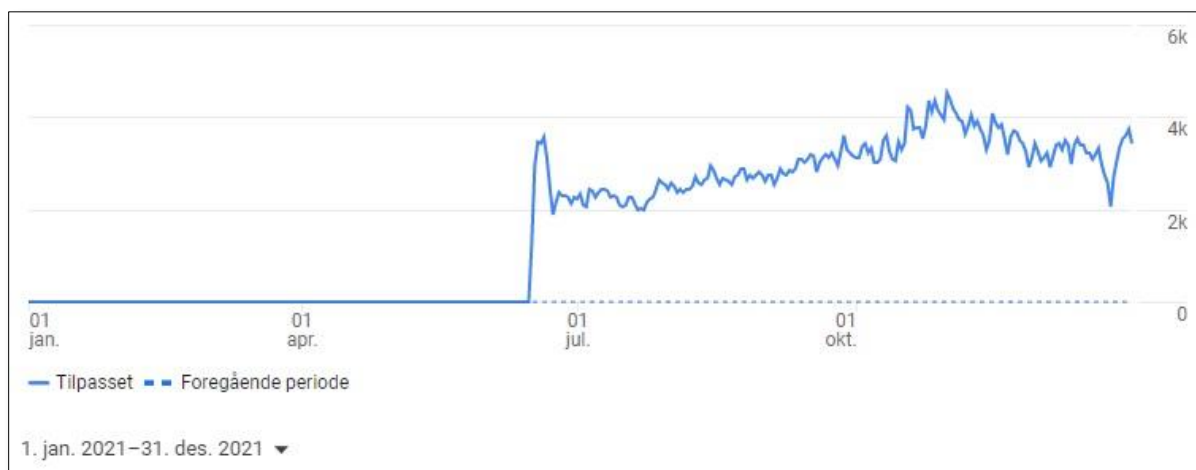
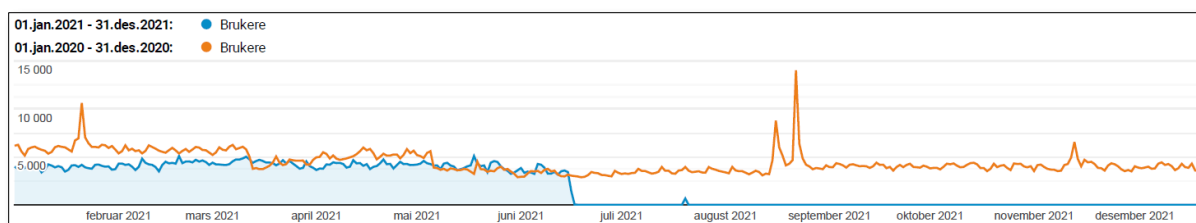




Som man ser av figurene reflekterer den prosentvise fordelingen av antallet henvendelser stort sett antall innbyggere i fylkene. Det store unntaket er Oslo, som er sterkt overrepresentert, noe som har vært tilfellet i alle år. Man kan spekulere i om dette skyldes at Oslo har større rusproblemer enn landet for øvrig, eller om det har sammenheng med at RUSinfos kontorer ligger i Oslo, og at hjelpeapparatet her er bedre kjent med tjenesten og oftere henviser publikum til den (eventuelt en kombinasjon av de to). For øvrig kan man se at også Agder er litt overrepresentert, mens Trøndelag, Vestland og Viken er noe underrepresentert.

10.6 Hjemmesiden

Det er litt utfordrende å analysere trafikkdataene fra hjemmesiden for 2021, da vi byttet hjemmeside i midten av juni det året (fra www.rustelefonen.no til www.rusinfo.no). Hvis vi ser på trafikken for både den gamle og nye siden til sammen for 2021, så var det totale antallet brukere på litt over én million (1 065 886). Dette er en nedgang på 18 % sammenlignet med 2020, noe som ville være å forvente ved en slik overgang fra en hjemmeside til en annen. Til tross for at den gamle siden viser til den nye (dvs. at du kommer til den nye siden om du skriver inn den gamle adressen), tar det tid å gjenopprette statusen hos Google og andre søkemotorer, spesielt siden vi ikke hadde fått noen ekstra midler til dette. Dette kan vi også se når vi sammenligner trafikkdataene fra de to sidene før og etter midten av juni (figurene på neste side). Vi ser at den gamle siden (figuren øverst – før midten av juni 2021) har i underkant av 5000 besøk om dagen, mens den nye siden (figuren nederst – etter midten av juni 2021) starter med i overkant av 2000 besøk om dagen, og mot slutten av året ligger den på i underkant av 4000 besøk om dagen. Til tross for at det hadde gått et halvt år var trafikken fremdeles ikke den samme som før byttet av hjemmeside. Om man ser på tallene for 2020 (den oransje streken i den øverste figuren), observerer man et markant fall i antallet besøkende som sammenfaller med nedstengningen av samfunnet i forbindelse med koronaepidemien. Vi kan dessuten se at trafikken ble liggende på et lavere nivå resten av året og også inn i 2021.



10.7 Sosiale medier

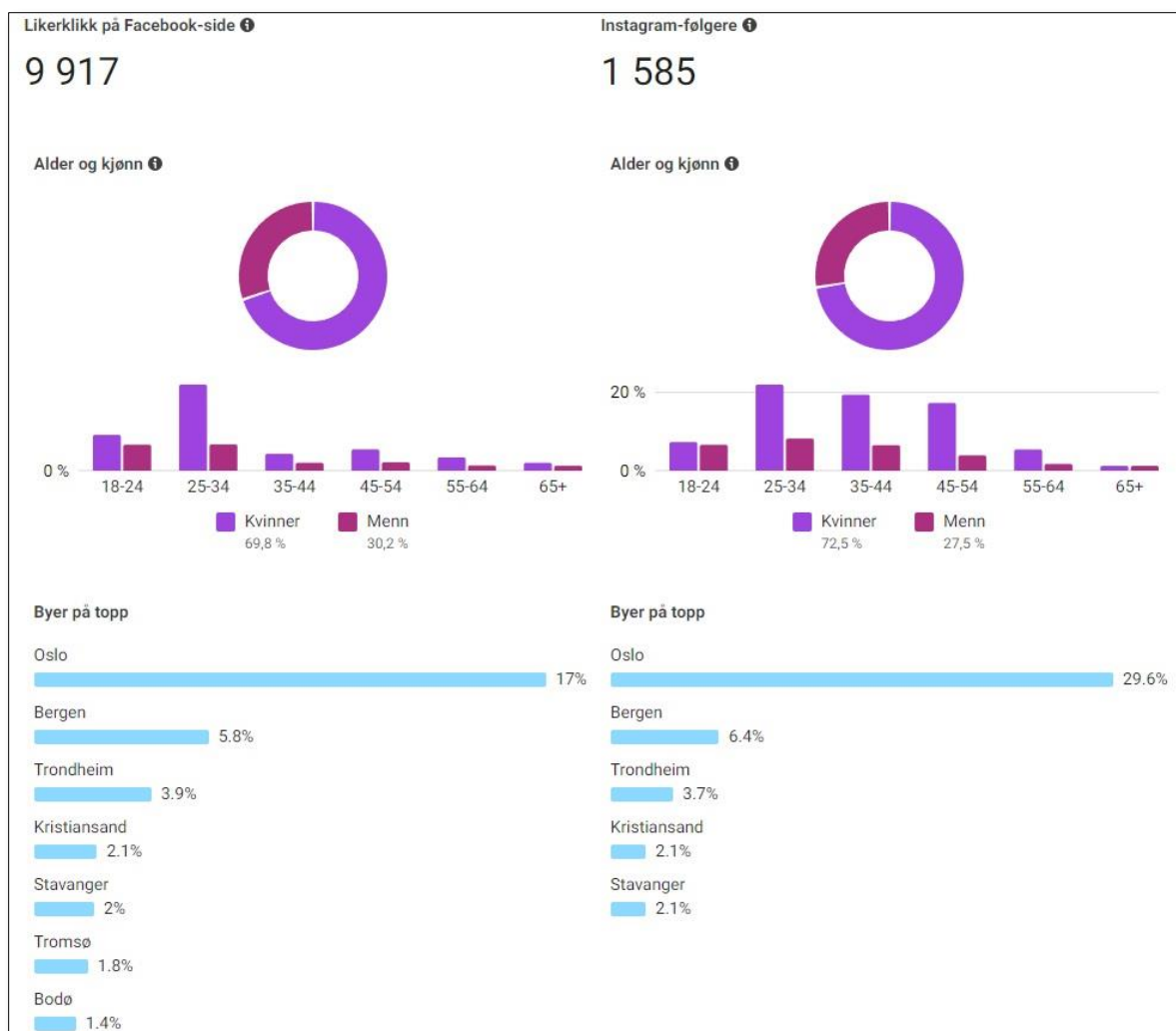
RUSinfo har blitt bedt om å ha spesielt fokus på ungdom, og vi forsøker derfor å nå ungdommene på de plattformene hvor de tilbringer mest tid. I den forbindelse har vi sett at det er svært viktig å være på sosiale medier, som en del av vår kunnskapsformidling og vårt forebyggingsarbeid. Det er også viktig for synligheten til tjenesten.

RUSinfo har en side på Facebook med i underkant av 10 000 følgere. Denne siden benyttes i hovedsak som en markedsføringskanal for tjenesten. Innleggene refererer ofte til egne artikler på RUSinfos hjemmeside og markedsføring av RUSinfos prosjekter.

Grunnen til at det ikke blir lagt opp til mer interaktivitet på siden, er at folk vanligvis er på Facebook med fullt navn og bilde. Det blir derfor umulig å ivareta de besøkendes anonymitet. Det hender at det stilles spørsmål til RUSinfo via Messenger-funksjonen på Facebook. De som henvender seg på denne måten blir anbefalt (det gis et automatisk, umiddelbart svar) å heller benytte seg av den anonyme spørretjenesten på hjemmesiden.

Facebook har i stor grad blitt en betalingstjeneste, særlig for tjenester og bedrifter. Det å legge ut noe på Facebook uten for eksempel å målrette innlegget, gir svært begrenset rekkevidde. Vi har i liten grad betalt for promotering i året som har gått, men ønsker å promotere eget materiale i større grad fremover dersom økonomien tillater det.

Som man kan se av figuren nedenfor er de fleste av følgerne våre på Facebook kvinner (nesten 70 %). Det er størst andel følgere fra Oslo, og de fleste er mellom 25 og 34 år.



Tendensen på sosiale medier er at ungdom i økende grad bruker Instagram i stedet for Facebook. Dette gjenspeiles også i tallene på Facebooksiden. På Facebooksiden er nemlig bare omtrent 1 % av følgerne våre mellom 13 og 17 år. På bakgrunn av dette laget vi i 2018 en Instagramprofil som nå har i overkant av 1 500 følgere.

Vi har flest følgere på Instagram i aldersgruppen 25-34 år, men her er det jevnere mellom denne og de to påfølgende aldersgruppene sammenlignet med Facebook. Vi vet for øvrig at en stor andel av kontoene som følger oss på Instagram er kontoer til ulike tilbud til ungdom, blant annet helsestasjoner for ungdom, utekontakter, ungdomsklubber og helsesykepleiere, og vi mistenker at aldersgruppene reflekterer dette

I likhet med Facebookprofilen, har også Instagramprofilen klart flest følgere fra Oslo (nesten 30 %), men også en del fra de andre store byene.

Kjønnsfordelingen er også her skjev, med en stor overvekt av kvinner. Dette henger trolig sammen med at sosiale medier har en større andel kvinnelige brukere generelt.

Instagramprofilen vår har fortsatt å øke i antall følgere gjennom 2021, til tross for at vi ikke har brukt penger på annonsering. Det er imidlertid ingen tvil om at det vil være svært fordelaktig for oss å betale for annonsering fremover, spesielt for å nå ungdommen.

Målet med Instagramprofilen er å drive forebyggingsarbeid, gjennom å formidle kunnskap om rusmidler og skadevirkninger på en lettfattelig måte. Vi ser også at andre ungdomstjenester benytter seg av det materialet som legges ut på profilen vår, noe vi anser som svært positivt.

Innleggene på profilen fungerer til sammen som en «informasjonsbank», med korte fakta under hvert bilde. I 2021 har vi blant annet reklamert for det nye tjenestenavnet, den nye hjemmesiden og den nye podkasten. Det har også vært noe koronatilpasset informasjon. Som tidligere år har vi også delt RUSinfos egne kampanjer i russetida, festivalsesongen og studietida.

11. UTVIKLING AV TJENESTEN OG UTFORDRINGER FRAMOVER

RUSinfo bestreber seg på å holde takt med utviklingen, både faglig og teknologisk. Faglig oppdatering for ansatte og kontinuerlig oppdateringer og produksjon av innhold på nettsiden er viktige tiltak for å fortsette å være et aktuelt tilbud.

I 2021 hadde vi fokus på å revitalisere tjenesten med lansering av nytt navn, ny logo, en ny og moderne hjemmeside, samt oppstarten av en egen podkast. I tillegg så vi på mulighetene for økt grad av videoproduksjon både på hjemmesiden og i sosiale medier.

11.1 Økt fokus på videoproduksjon til sosiale medier og nettsiden

Vi ser at det blir stadig vanskeligere å vekke ungdoms interesse for viktige temaer med tekst og bilder alene. Ungdommenes hverdag og mediebruk domineres stadig mer av sosiale medier hvor videoer har en sentral rolle. Ideelt sett burde RUSinfo vært til stede på både Snapchat og TikTok, men det er ikke realistisk med de knappe ressursene vi har til rådighet i dag. Det kan imidlertid være mulig med «gjesteopptredener» hos andre tjenester som alt er etablert i disse kanalene, og som ønsker et samarbeid rundt rus. Snapchat og TikTok er dessuten viktige med tanke på ulike markedsføringskampanjer.

Vi bør dessuten ha en gjennomgang av hjemmesiden med tanke på å lage videoer som supplement til mye besøkte artikler. Noen av disse vil vi trolig ha mulighet til å produsere med enkle midler selv, men det vil trolig være enda mer effektivt å samarbeide med et profesjonelt firma om produksjon av noen animasjonsfilmer eller infographics.

Vi ønsker å fortsette å være aktive på Instagram, både ved å poste på Story og gjennom interaktiv kommunikasjon, som quizer, avstemninger osv. I tillegg ønsker vi å begynne å ta i bruk IG-TV, en videoplattform tilgjengelig i Instagram-appen, hvor alle kan lage sin egen kanal for å publisere videoer (samme konsept som hos YouTube).

11.2 Videreutvikling av appen HAP

I 2020 ble artikkelen *Can a Smartphone App for Cannabis Cessation Gain a Broader User Group than Traditional Treatment Services?* publisert i fagtidsskriftet *Substance Abuse: Research and treatment* ([lenke til artikkelen](#)). Artikkelen er et resultat av et forskningssamarbeid mellom Sørlandet sykehus,

RUSinfo og Uteseksjonen i Oslo, hvor vi ønsket å finne ut hvem som brukte appen og hvordan de skilte seg ut fra brukere av samtaletilbudet HAP (Hasjavvenningsprogrammet).

Resultatet fra studien viser at det er en signifikant større andel kvinner som benytter appen enn som oppsøker hjelp i offentlig regi. Videre viser det seg at brukere av appen på generelt grunnlag skårer dårligere på psykisk helse. Resultatene har gitt flere indikasjoner på hvordan appen kan optimaliseres. Vi har også samlet inn over 100 tilbakemeldinger fra brukere, som danner et godt grunnlag for å gjøre appen mer tilpasset brukergruppen. Dette har ført til at vi nå er i en prosess der vi ønsker å forbedre appen.

I oktober 2021 fikk vi dessuten meldinger fra brukere om at HAP-appen ikke lenger fungerte på iPhone. I tiden som fulgte hadde vi daglige henvendelser fra brukere som meldte fra om feil og lurte på om når HAP-appen igjen ville bli tilgjengelig. I følge Ways, det firmaet som har jobbet med vedlikehold av appen, skyldtes feilen at programmeringsspråket appen er laget i har blitt for gammelt. For å få appen til å fungere igjen kreves en større oppgradering, noe vi håper å ha midler til i 2022.

11.3 Nytt forskningsprosjekt: The Norwegian cannabis study (NORcan)

RUSinfo deltar som samarbeidspartner i en søknad om et nytt forskningsprosjekt: The Norwegian cannabis study - use, risks, and treatment (NORcan). De andre partene i prosjektet er RUSforsk, FHI og Uteseksjonen.

Planen er å begynne arbeidet høsten 2022. Det er snakk om rekruttere 200 deltakere fra HAP, enhet for psykisk helse og rus (Trondheim), og Uteseksjonen som man følger i to år.

RUSinfo er tenkt å inngå i tredje arbeidspakke (3 WP) som skal jobbe med følgende:

- 1: Bruk.** Hva karakteriserer personer som bruker cannabis? Rekreasjonsbrukere vs. de som bruker ofte. Bruksmønster, motiver/motivasjon, opplevd fordeler/ulempes og stigma.
- 2: Psykisk helse.** Psykotiske symptomer, angst, depresjon og traumer. Hvordan er cannabisbruk og sårbarhet/resiliens assosiert med psykisk helse?
- 3: Behandling.** Hva fungerer for hvem? Undersøke brukere av HAP (samtaleprogrammet), som bruker appen og KVARUS. Identifisere subtyper av brukere. Finne mer effektive behandlingsmodeller.

Søknad er sendt til forskningsrådet, og svar skal foreligge i løpet av juni 2022.

11.4 Fokus på å gjøre RUSinfo til en mer likeverdig tjeneste

At korrekt og relevant kunnskap om skader av rusmidler og aktuelle hjelpetilbud er tilgjengelig for alle, anser vi som svært viktig i et forebyggende perspektiv. Offentlige tjenester har plikt til å tilby likeverdig tilgang. Dette er et viktig arbeid både på kommunalt og statlig plan. For at en tjeneste skal være likeverdig, må det man formidler være tilgjengelig for alle i en tiltenkt målgruppe. Her kan mennesker med begrensede norskkunnskaper oppleve mange hindre. Et minoritetsperspektiv i arbeidet med likeverdige tjenester er derfor særlig viktig for å unngå å utestenge deler av befolkningen til et tiltenkt tilbud.

Per i dag imøtekommer ikke RUSinfo dette. Vi har ikke informasjon, eller andre tilbud på vår hjemmeside, tilgjengelig på et annet språk enn norsk (bokmål), med unntak av en kort

informasjonstekst om tjenesten på engelsk. Vi har et ønske om å bedre kunne dekke behovene til ulike minoritetsgrupper, da vår erfaring er at få med minoritetsbakgrunn tar kontakt med oss.

Vi har søkt om øremerkede midler fra Helsedirektoratet i 2020 for å kartlegge og gjennomføre tiltak som vil sørge for at RUSinfo blir en mer inkluderende og likeverdig tjeneste. Vi fikk imidlertid ikke innvilget søknaden, og sendte derfor en ny søknad i januar 2021. Denne ble dessverre heller ikke innvilget.

RUSinfo inngikk allikevel et samarbeid med Enhet for mangfold og integrering i Oslo kommune. Høsten 2021 gjennomførte vi det første møtet med ulike minoritetsorganisasjoner. 12 personer fra seks ulike organisasjoner deltok på dialogmøtet, og det ble etablert kontakt med flere viktige organisasjoner, og RUSinfo fikk mange verdifulle tips og innspill til det videre arbeidet. Det er imidlertid utfordrende å komme videre med dette arbeidet uten øremerkede midler, da det er ganske ressurskrevende.

11.5 Kompetanse og faglig utvikling

RUSinfo er opptatt av å være i faglig utvikling og oppdatert på det som skjer i de fagfeltene vi jobber innenfor. Vi deltar på konferanser, har jevnlig fagmøter med eksterne foredragsholdere, og har fokus på å dele kunnskap med hverandre. For nyansatte har vi dessuten etablert gode rutiner for opplæring.

Vi har i de siste årene opplevd at tiden ikke alltid strekker til for å oppdatere seg på faglig kunnskap i arbeidstiden, noe som har resultert i at den ansatte har fått avsatt en tilmålt tid i måneden til dette. De ansatte rapporterer til ledelsen hva de bruker tiden på, og resultatet har vært en oppblomstring i faglig nysgjerrighet og kunnskap. Resultatene fra 10-faktorundersøkelsen viser klare indikasjoner på at en slik ordning har stor nytte og vi har derfor valgt å videreføre dette tiltaket.

2021 var igjen et år med få konferanser og seminarer, men vi har deltatt på en del webinarer og nettkonferanser. RUSinfo har vært opptatt av å delta på alt av relevans her, og vil fortsette å oppdatere seg i 2022, da forhåpentligvis også på flere fysiske konferanser og seminarer!

11.6 Konklusjon

Alle RUSinfos egne tjenester har hatt en formidabel vekst de siste årene. I 2021 så vi imidlertid en nedgang i antallet henvendelser til alle våre egne kanaler, noe som trolig skyldtes overgangen til ny hjemmeside, samt bytte av navn på tjenesten. I 2022 blir det derfor viktig å jobbe mer målrettet med søkemotoroptimalisering (SEO) for å øke trafikken på hjemmesiden.

I 2022 ønsker vi dessuten å gjennomføre en oppgradering og videreutvikling av HAP-appen. Vi ønsker også fortsatt økt fokus på større grad av videoproduksjon, både på hjemmesiden og i sosiale medier.