



HELSINGBORG

Vård- och omsorgsförvaltningen

Avdelning kvalitet och utveckling

Malin Remmerfors

Fabian Svensson Lundmark

Tjänstedesigner

1 mars 2022

Rapport

Livet tillsammans med oss

-

Slutrapport kundresan LSS

Innehåll

Sammanfattning Kundresan LSS.....	3
Bakgrund.....	3
Sammanfattning.....	3
Metod för kundresans framtagande	5
Inhämtat material och samarbeten.....	6
Att tänka på när du läser rapporten	8
Avgränsningar.....	8
Lite kort om begrepp i rapporten	9
Kundens resa – överblicken	9
Insikter i kundresan.....	11
Generella insikter	11
Information och kunskap	11
Den röda tråden	12
Övergångar.....	13
Personalens roll är viktig och komplex	13
Delaktighet och anpassning	14
Relationen som innovation.....	15
Faser i kundresan	16
Vägen in	17
Ansökan och beslut.....	19
Livet med stöd	21
Första tiden.....	25
Mitt boende.....	27
Utbildning, jobb och sysselsättning.....	29
Personliga aktiviteter	33
Relationer	35
Sista tiden	40
Vad händer nu?.....	42
Tack till alla som medverkat i arbetet	42
Bilaga 1:.....	43
Kundresa LSS – sammanfattning och översikt (PPT-fil)	43

Sammanfattning Kundresan LSS

Bakgrund

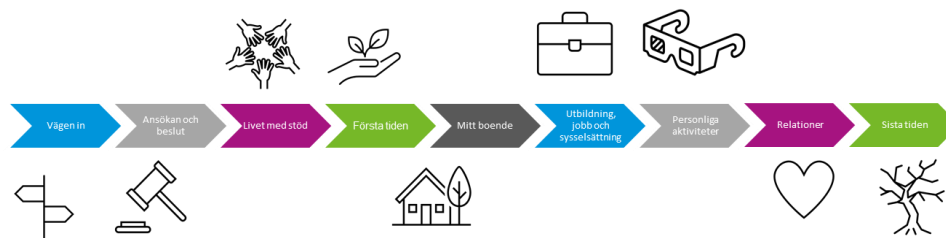
Hösten 2020 fick Malin Remmerfors och Fabian Svensson Lundmark, tjänstedesigners, ett uppdrag från förvaltningsledningen att ta fram övergripande kundresor för de olika verksamhetsområdena. Först ut bland dessa var LSS. Syftet med en kundresa är att göra en kartläggning kring kundernas behov. Visualiseringen bidrar till att skapa en överblick, visa sammanhang samt identifiera viktiga områden där vi kan göra skillnad. Vi har aktivt arbetat med involvering av medarbetare och kunder i framtagandet av kundresan eftersom det är viktigt för förståelse och förankring. Mer kring arbetssätt i framtagande går att läsa längre fram i rapporten.

Sammanfattning

Hösten 2020 fick Malin Remmerfors och Fabian Svensson Lundmark, tjänstedesigners, i uppdrag från förvaltningsledningen att ta fram övergripande kundresor för de olika verksamhetsområdena. Först ut bland dessa var LSS. Syftet var att kartlägga och synliggöra kundernas upplevelse och behov i deras kontakt med förvaltningen. Målet var att ta fram ett material där kundresan beskrivs och visualiserades för att kunna användas som ett stöd till verksamhetsutvecklingen. Resultatet är denna slutrapport som kompletteras med en PowerPoint-fil som bilaga 1. Vi har utgått ifrån material vi hämtat i flera stora övergripande arbeten i verksamheten under perioden september 2020-december 2021. Sammanställning av workshops med enhetschefer, LSS samverkan av utvecklingsledare (bygger på ett stort arbete med flertalet workshops kring samverkan internt), två omgångar med djupintervjuer med kunder (totalt 46 stycken) för att nämna några. Sammanlagt har vi hanterat en stor mängd tankar, reflektioner och citat från kunder och medarbetare. Vi har i vårt arbete även tagit i beaktning och jämfört vårt resultat med Brukarundersökningen 2020 och kommenterat detta i slutrapporten. Vi har arbetat aktivt med involvering av kunder och medarbetare både i inhämtning av material samt analys av material. Vi har även aktivt arbetat med förankring för att få till ett bra arbetsklimat och bra stöttning från chefer.

Kundernas generella upplevelse av att vara i kontakt med vård- och omsorgsförvaltningens olika tjänster inom LSS är mycket positiva. Vi ser dock ett antal generella insikter som gäller för alla kunder, oavsett var i kundresan man befinner sig. Dessa områden är **Information och kunskap, Den röda tråden, Övergångar, Personalens roll viktig och komplex, Delaktighet och anpassning** samt **Relationer som innovation**. Bland dessa vill vi lyfta vikten av att vi borde vara

mer nyfikna på våra kunders relationer till andra människor och samhället. Hur kan vi stötta dem på ett sätt där vi förhindrar ensamhet och bidrar till en önskad livskvalitet?



Vi presenterar kundresan som en resa där vi identifierat ett kluster av händelser som sammanfattas i olika faser. Dessa faser går nästan varje kund igenom i olika stadier. Här har kunderna olika behov, förståelse och upplevelser. Faserna vi har hittat är:

Vägen in – när kunden får insikt i att man behöver stöd i vardagen och börjar söka information om stöd.

Ansökan och beslut – kunden tar kontakt med VOF och genomgår en ansöknings- och beslutsprocess.

Livet med stöd – Hur det är att leva med stöd i vardagen.

Första tiden – När kunden börjat ny insats och börjar anpassa sig.

Mitt boende – Hur det är att vara hyresgäst på våra boenden.

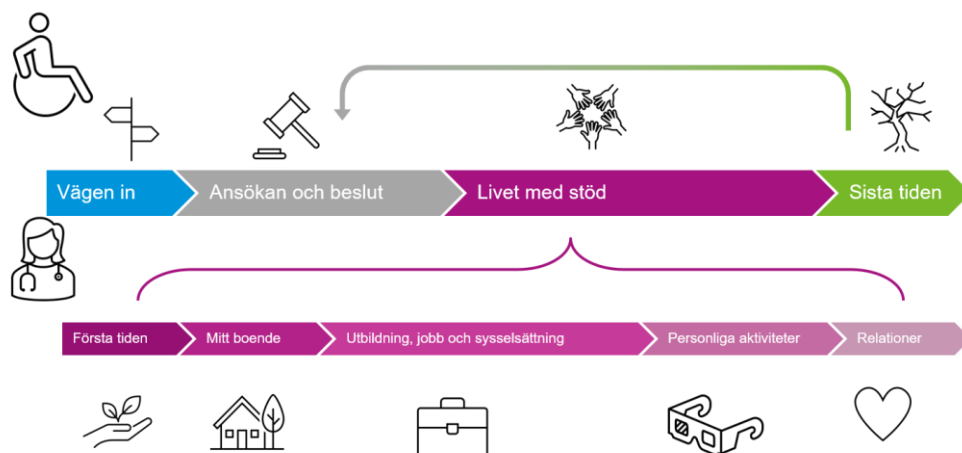
Utbildning, jobb och sysselsättning – Hur fungerar dessa områden och hur känner man att man bidrar, gör nytta och utvecklas.

Personliga aktiviteter – Hur fungerar det med egna aktiviteter och transport.

Relationer – Relationer runt om kunden samt vilket stöd behöver man.

Sista tiden – Om övergångar till nya insatser och livets slut.

Livet som kund är inte en linjär process. Ibland är faser parallella och ibland återkommer faser i kundens resa. Detta kan vi se i nedanstående bild.



Kundresan LSS är en kartläggning av nuläget och på många områden pågår det säkert redan förändringar. Tanken är att det här materialet skall hållas levande och uppdateras vart efter nya insikter uppstår. Rapporten har lämnats över till LSS verksamhetsområden som tar ägandet av det fortsatta utvecklingsarbetet. Som

medskick vill vi att den som läser detta ställer sig frågorna: *"Vad lär vi oss av detta?", "Hur kan vi använda den här informationen?"* samt *"Hur gör vi alla delaktiga?"*.

Vårt arbete har gett oss den övergripande insikten att VOF och dess medarbetare är viktiga för våra kunder inom LSS och att vi som verksamhet behöver brygga över de problem och skav som uppstår till exempel när en person byter insats, får ny personal och har nya relationer i livet. Våra kunder lever ofta hela livet tillsammans med oss, genom kundresan hoppas vi att deras behov får ytterligare fokus.

Metod för kundresans framtagande

Vi har valt att använda oss av flera olika arbetssätt och moment som gett oss insikter och kunskap om våra kunder och deras behov. Generellt har vi varit noga med att insamlingen av informationen skall ske i en läroprocess hos våra medarbetare, detta för att skapa förståelse och engagemang för kundens behov.

Genom **workshops** med medarbetare och chefer i olika omgångar har insikter samlats in och bearbetats.

Intervjuer med kunder och anhöriga har genomförts. Metoden var kvalitativ för att kunna ta del av subjektiva betraktelser och upplevelser som vi kanske annars missar. Intervjuerna har varit en blandning mellan semi-strukturerad och ostrukturerad intervju, detta för att kunna anpassas efter respondentens möjlighet att svara och dess tankemönster.

Vi har **analyserat** redan infångat material genom att **klustra, kategorisera och visualisera**. Därefter tagit fram presentationsmaterial. Detta arbete har gjorts tillsammans med bland annat utvecklingsledare.

Involverat genom samarbete med olika professioner inom verksamheterna och hitta nätverk och för att nå ut med information och skapa engagemang hos medarbetarna. Gäller särskilt arbetet med de 37 intervjuerna, hösten 2021.

Demovisningar (presentationer) löpande om nuläge för arbetet har genomförts för förvaltningsledning, enhetschefer och medarbetare för att skapa ett intresse, förståelse, få input samt öka känslan av ägandeskap av informationen.

Presentationer och förankringsmaterial för att öka förståelsen och intresset i verksamheterna samt för att ge medarbetare mandat och trygghet så att de kan genomföra intervjuer och workshops i kundresans framtagande.

Utvärderat vårt arbetssätt genom att löpande ställa frågor till medarbetarna. Därför kunde vi fånga deras upplevelse av hur det är att arbeta på det här sättet och vad de lärt sig om kundernas behov. Medarbetarnas engagemang och vilja har varit mycket stor i vårt arbete och man upplever att det både har varit intressant och lärande.

"Det var riktigt roligt. Tror att brukare också upplevde det. Känslan av att vara i centrum. Det blir mer som ett samtal än intervju."

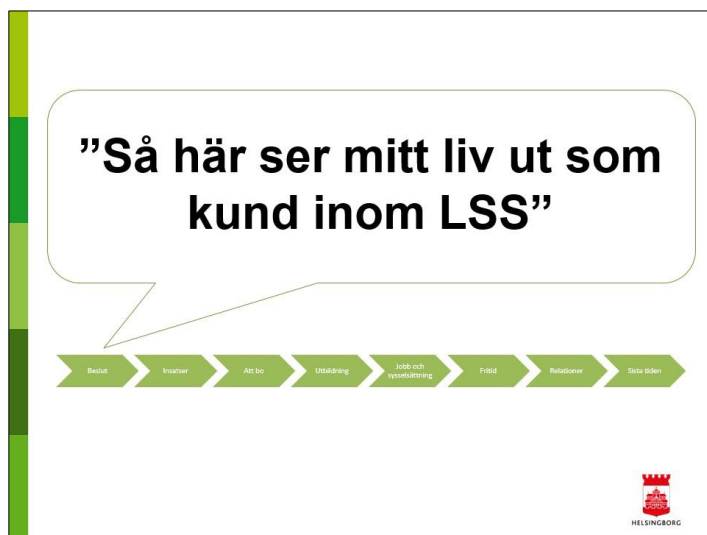
"Vi personal spelar en stor och viktig roll i dessa personers liv, därför är det så viktigt att vi i allt vi gör och säger alltid utgår ifrån den enskilda individens behov, något som är väldigt lätt att säga men kräver mycket tanke av oss alla."

Citat från medarbetare om intervjuerna.

Inhämtat material och samarbeten

I denna sammanställning av kundresan har vi hämtat material från olika arbeten som sträcker sig från 2020 fram till idag. Det är både arbeten som vi själva genomfört men också andra projekt på förvaltningen som vi tagit del av.

Workshops med enhetschefer. Under augusti och oktober 2020 höll vi workshops med chefer från olika verksamheter inom LSS-området. Vi formulerade 8 faser en kund går igenom. I dessa faser fick sedan deltagarna skriva ner skav, alltså utmaningar eller problem de sett, utifrån olika perspektiv: skav enligt kunden, enligt medarbetaren och enligt chefen. Materialet sammanfattades i större områden som vi såg återkomma: beslut, insatser, att bo, utbildning, jobb och sysselsättning, fritid, relationer och sista tiden.



LSS Samverkan. Ett projekt av Eva Fallgren och Karin Linde, utvecklingsledare på kvalitet och utveckling. I projektet genomfördes under maj juni 2020 sex stycken workshops med enhetschefer och handläggare. Fokus var att titta närmare på

kundens resa, från första kontakt vidare till insatser som kan bli aktuella samt samarbetet mellan myndigheten och utförare verksamheten. Under våren 2021 agerade vi bollplank till Eva Fallgren och Karin Linde. Vi hjälpte även till att till att visualisera materialet och tog på så sätt del av de insikter de hittat under sitt arbete. Resultatet sammanfogades med vårt material. I samråd med Eva Fallgren och Karin Linde valde vi också att genomföra intervjuer med kunderna kring vad de sett. Vi valde att fokusera på de två första faserna, vägen in och beslut.

Intervjuer vägen in och beslut. Via telefon genomförde tjänstedesigners 9 intervjuer med kunder eller anhöriga som nyligen ansökt om insatser. Vi valde att prata med både de som fått sin ansökan beviljad och de som fått avslag.

Brukarundersökningen. Årligen genomför vård och omsorgsförvaltningen en brukarundersökning inom alla LSS verksamheter för att ta reda på kundnöjdhet. Vi har samarbetat med Negar Sohrabi Jahromi för att se hur vi kan plocka in materialet i vår kundresa. I kundresan har vi valt att lyfta in de svar och områden som sticker ut. Vi har försökt hitta sammanhang och insikter som kan förklara enkätsvaren. Detta är ett område som kan undersökas i större utsträckning.

Kundintervjuer med kunder har insatser från boende (15st), daglig verksamhet (20st) och SOL-teamet (2st). Under hösten 2021 genomfördes intervjuer av stödpedagoger (ca 20 st) ute i verksamheten. Intervjuerna var ca en timme långa personliga möten som gav oss 37 intervjusvar i fritext. Vi samarbetade med Anders Scotte, metodstödjare, som hjälpte oss förstå kunden, bearbeta frågeunderlaget samt att nå nätverket för stödpedagoger.

Att tänka på när du läser rapporten

Rapporten består av två delar, en slutrapport samt en Powerpoint presentation. Slutrapporten är en skriftlig sammanfattning av allt vårt arbete och resultat. Till huvudrapporten finns bilaga 1 som består av en PowerPoint-presentation som är en övergripande sammanfattning av våra insikter och mer visuell beskrivning av kundernas olika faser. Bilagan kan skrivas ut och användas i till exempel workshopsammanhang.

I rapporten kommer vi först presentera generella insikter. Dessa är mer övergripande och gäller oavsett var kunden befinner sig.

Efter detta kommer vi följa de olika faserna i kundens väg och upplevelse genom vår förvaltning. I varje fas kommer vi lyfta fram upplevelser, behov och insikter från våra kunder och medarbetare. Dessa kan ses som möjlighetsområden, områden där vi sett att kunderna upplever att det inte fungerar riktigt bra och vi har möjlighet att bli bättre. Genom att komplettera med citat från respondenter och medarbetare framträder också kundernas behov mer kärnfullt och specifikt.

Mycket av det som står är inte nyheter. Detta är kundernas vardag som våra medarbetare ute i verksamheter möter dagligen samt frågor som handläggare och tjänstemän funderar på. Informationen kan ibland framstå som självklarheter, men det är det inte för alla. Genom att lyfta dessa insikter skapar vi ett sammanhang vilket i sin tur gör det lättare att förstå och uppmärksamma

Denna kundresa visar en samlad nulägesbild baserad på det material vi tagit hänsyn till. I kundresan finns många områden där vi (Malin, Fabian) inte vet tillräckligt. Dessa "veta-mer-områden" innehåller ofta frågor som kan vara bra för verksamheten att ställa sig. Vi har valt att lyfta dessa i kundresan för att vi anar att det kan vara värt att fördjupa sig inom detta område för att veta mer.

På samma sätt kan det också vara så att det finns områden/frågor där det redan pågår förstudier eller projekt. Vår förvaltning är stor och vi har i detta projekt tagit hänsyn till vad vi sett och vet just nu.

En kundresa är ett levande material, den är aldrig statisk och den kan upplevas som blir aldrig helt färdig. Materialet bör uppdateras och arbetas med i den takt vi lär oss nya saker om våra kunder och vår verksamhet. Kundresan är ett stöd som kan användas vid förändrings- och verksamhetsutveckling.

Avgränsningar

Vi har i vårt arbete varit tvungna att göra vissa avgränsningar. I arbetet med *LSS samverkan* berördes de flesta av LSS verksamhetsområden, men de fördjupande intervjuerna (intervjuomgång 1) fokuserade vi på kunder som nyligen varit i kontakt med oss i beslutsprocessen. I intervjuomgång 2 behövde vi begränsa oss till boende,

daglig verksamhet och SOL på grund av tidsbrist och svårigheter att på ett relevant sätt få in kundens synpunkter. Det innebär att till exempel barn och korttid fortfarande inte är kartlagda ordentligt.

Lite kort om begrepp i rapporten

I rapporten används begreppet *kund* som den som använder vård- och omsorgsförvaltningens tjänster. Kund står för brukare inom boende och andra insatser, samt deltagare inom daglig verksamhet med flera.

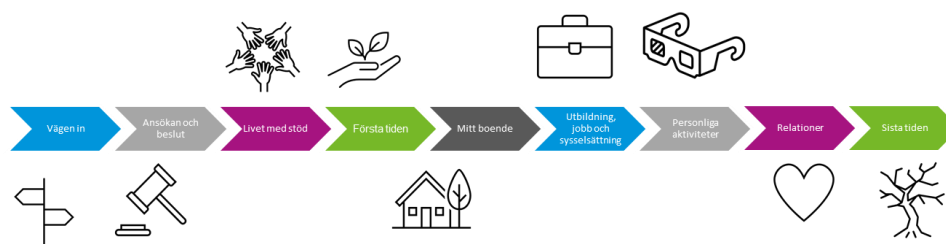
Vi skriver *personal* när det handlar om hur vår kund betraktar den kontakt man har med vård- och omsorg. Personal representerar stödassistenter, stödpedagoger, undersköterskor, fysioterapeuter med flera. Det vill säga den som är nära vår kund.

När vi skriver medarbetaren så är det ur verksamhetens perspektiv. Medarbetaren representerar även här stödassistenter, stödpedagoger, undersköterskor, fysioterapeuter med flera. Det vill säga den som är nära vår kund.

Begreppet verksamheten representerar alla enheterna och verksamheterna inom verksamhetsområdena inom LSS på vård- och omsorgsförvaltningen.

Kundens resa – överblicken

Vi har valt att visualisera kundens i kontakt med vård- och omsorgsförvaltningen som en resa med nio olika upplevelsefaser. Betraktaren ska se att man som kund tar sig genom olika stadier av behov, förståelse och upplevelser



De olika upplevelsefaserna vi har identifierat i kundens resa är följande:

Vägen in – när kunden får insikt i att man behöver stöd i vardagen och börjar söka information om stöd.

Ansökan och beslut – kunden tar kontakt med VOF och genomgår en ansöknings- och beslutsprocess.

Livet med stöd – Hur det är att leva med stöd i vardagen.

Första tiden – När kunden påbörjat en insats och börjar anpassa sig.

Mitt boende – Hur det är att bo i våra boenden och med stöd.

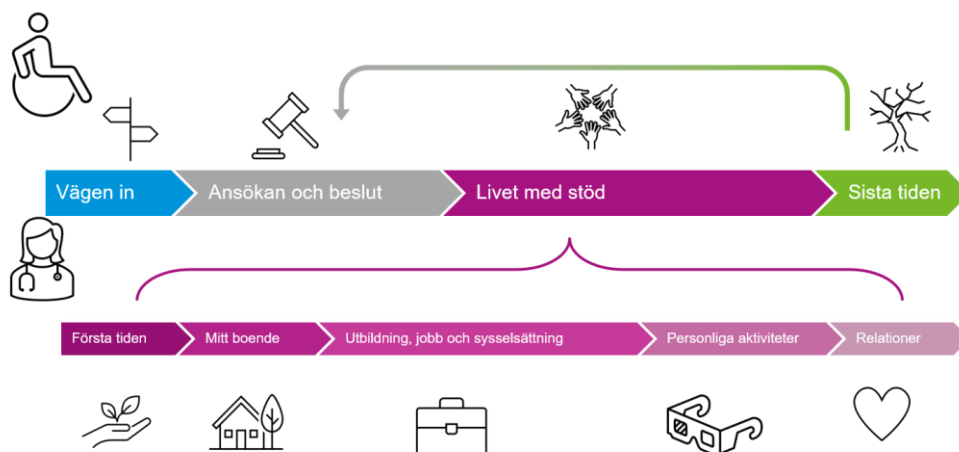
Utbildning, jobb och sysselsättning – Hur fungerar dessa områden och hur känner våra kunder att de är en del av något, bidrar, gör nytta och utvecklas.

Personliga aktiviteter – Hur kunna göra sina egna aktiviteter och transport.

Relationer – Relationer runt om kunden samt vilket stöd behöver man.

Sista tiden – Om övergångar till nya insatser och livets slut.

Livet som kund är inte en linjär process. Ibland är faser parallella och ibland återkommer faser i kundens resa. Detta kan vi se i nedanstående bild.



Insikter i kundresan

Generella insikter

Kundernas generella upplevelse av att vara i kontakt med vård- och omsorgsförvaltningens olika tjänster är mycket positiva. För att visa detta väljer vi att lyfta dessa citat från två deltagare på DV (daglig verksamhet):

"Jag trivs riktigt bra för personal och kompisar är pratvänliga och personalen säger att jag är en solstråle och att jag har fina kläder"

"Gemenskapen med alla. Det sociala. Helheten med detta ger mig glädje att komma till DV. Och ger trygghet."

I sammanställningen av vårt arbete kan vi se insikter som dyker upp i flera olika faser och verkar gälla de flesta kunder.

De generella insikterna som vi har identifierat är:

- **Information och kunskap**
- **Den röda tråden**
- **Övergångar**
- **Personalens roll viktig och komplex**
- **Delaktighet och anpassning**
- **Relationer som innovation**

I nedanstående text beskriver vi de olika generella insikterna.

Information och kunskap

Hemsidan är en viktig källa information. Både för våra kunder men också internt i förvaltningen och Helsingborgs Stad. Ett viktigt skyltfönster och introduktion till förvaltningens tjänster, särskilt i faser när kunden inser att man behöver stöd men vet inte vilket och hur.

- Kunden vill söka mer detaljerad information för att skapa sig en bild av t.ex. insatserna.
- Anpassa språket till målgruppen på hemsidan.
- Söker information om kontaktvägar.

"Kollade på boendena på hemsidan. Ville veta var i staden boendet ligger, spelar roll. Ville veta vilka som bor där - lugnt och tryggt. Inte i centrum - drar in kompisar från fel kretsar." Ur Intervju om ansökningsprocessen.

I kontakt med kund är enhetlig information viktig för att skapa rätt förväntningar.

- Helhetssyn som bygger på kundens behov och vad den vill göra
- Kunskap om flera lagutrymmen nödvändig i kontakt
- Kontaktcenter har en viktig roll som första kontaktyta för enhetlighet och hitta kontaktvägar

I den personliga kommunikationen med våra kunder vill man ha och får samma information på flera sätt.

- Delaktighet och rutiner viktiga. Tillsammans skriva upp och prata om informationen.
- Behov av att få informationen på olika språk, teckenspråk och bildstöd.
- Kunderna uppger att de känner trygghet när de får samma information skriftligt, muntligt och digitalt. De flesta vill få informationen på papper eller SMS. Att sätta upp informationen och läsa igen ger trygghet
- Behöver få hjälp med förklara information, ex myndighetspost. Fylla i blanketter, ex LSS ansökningar.

Den röda tråden

- Helhet runt kunden saknas. Individuell plan görs sällan, kunden måste begära detta själv. SIP har tagit över men görs inte alltid.

"Finns så mycket planer, ett virrvarr!" medarbetare

- Det är ibland otydligt vem som har ansvar/översikt över kundens helhetsbehov, den röda tråden. Kunden hamnar i kläm.
- Tungt och uttröttande att ha överblick. Kunden eller anhöriga tvingas att ha överblick och koll på alla ansökningar, aktörer och instanser runt kunden. Ingen annan har det. Det upplevs som både svårt, tidskrävande, uttröttande och väldigt jobbigt för kunder/anhöriga.

"Får hela tiden kriga för sina rättigheter. Soppa med dålig samverkan - skyller på varandra. BUP skyller på BUP-akuten, skyller på resurser. Ingen har överblick." Kund om ansökningsprocessen.

"Har kämpat många år för att få rätt stöd från samhället" kund.

*"Svårt att bara prata om det här beslutet - del av något mycket större"
kund om ansökningsprocessen.*

Övergångar

Övergångar mellan livets faser eller olika insatser är ofta mycket svåra för kunden. Förvaltningen har svårt att möta kundens behov och ge tillräckligt med stöd vid förändringen. Vi skapar även onödig upplevd ensamhet genom att utesluta kunder från tidigare insatser/sysselsättningar.

- Att fylla 18 innebär mycket nytt i vardagen och det riskerar bli ensamt - är svårt att förstå för kunden.
- Blivit pensionär och förlorade både sysselsättning och sammanhang - hänvisas till träffpunkter.
- Dialog och samarbete brister vid övergångar vilket gör att kännedom och information om kunden förloras. Påverkar kundens förväntningar och framtid.
- Förståelsen för behovet av ett sammanhang finns i hos medarbetare, men vår byråkrati upplevs inte alltid stötta kundens behov.

Personalens roll är viktig och komplex

Våra kunder uppger att personalen är en viktig del i deras liv. Relationen till personalen betyder mycket för våra kunder.

- Antalet personal de har kontakt med varje dag varierar men man har bra uppfattning om vilka som är deras personal.

"För mig betyder personalen mycket, de är som min familj"

Våra kunder uppger att personalen sätt att vara och hur de agerar är viktigt.

- Bemötandet viktigt – snäll, trevlig, uppmuntrande och lugn. Humör är viktigt.
- Personalen ska vilja förstå, prata till och stötta kunden.
- Svårt för kunden när personalen gör arbetsuppgifterna på olika sätt.
- Jobbigt med ny personal och när det strular tex om någon är sen till kunden.

"...när en helt ny vikarie kommer. Jag vill veta om jag träffar dem igen. Känns konstigt att träffa ngn några dagar eller bara en gång"
Kund som beskriver en dålig dag

"En bra personal ska vara snäll, trevlig, förstående och ge stöd när man behöver."

- Att skapa tillit är en konst som tar tid (personalens reflektion). Att lyssna och ta sig tid är avgörande. En bra relation med kunden ger också en sorts resurslåda att ta av vid dagar när det är sämre med relationen.

"Med goda relationer kommer du långt" medarbetare om relationer med kunder

"Har ett förtroendekapital de dagarna som inte är så bra" medarbetare om relationer med kunder

- Personalens egen stress och egna känslor påverkar relationen

"Ibland tycker jag att det är jobbigt när personalen är stressad och jäktar på mig"

- För personalen är det en utmaning med gränsdragning mellan att vara privat och professionell i arbetet
- Svårt med balans mellan att störa kundens privatliv och hålla sekretess till ex kundens sambo

Delaktighet och anpassning

Delaktighet är viktigt: Våra kunder uppger att de tycker det är viktigt att få vara med och bestämma över sin vardag. Man uppger att det är viktigt med rutiner där de kan påverka sin vardag, exempelvis tillsammans med personal styra över kommande vecka.

- Upplever att de bestämmer över sin vardag.
- Förstår varför de behöver hjälp i vardagen och att de ibland inte kan bestämma över ex sin privatekonomi.

"Vi får bestämma mycket för att vi ska träna på att säga vad vi vill och få bättre självförtroende, vilket man faktiskt får då."

- Kompromisser när man behöver ta hänsyn till tider och resurser.

Anpassa sig till verksamheten: Våra kunder behöver i olika stor grad anpassa sig till de resurser som våra verksamheter har. Kundens behov är svåra att bemöta då verksamhetens resurser styr. Vad kan vi göra för att vända på detta? Vi har sett att:

- Anpassa sig till när personalen har tid att träffa och hjälpa kunden.

"Jag får inte bestämma när jag ska till doktorn, personal måste med och alla måste kunna."

- Kompromisser när man behöver ta hänsyn till tider och resurser.

"Jag accepterar de tider Solteamet har och jag förstår att man inte alla kan få precis de tider man önskar."

- Medarbetaren behöver hantera kundens missnöje när de måste anpassa sig till personalens resurser.

"Ibland känns det restriktivt - jag hinner inte spela klart mina spel eftersom personalen kommer på vissa tider."

- Blandade grupper gör att insatserna blir svåra att matcha mot individens behov.
- Brist på platser och kompetens hos personal avgör vilken hjälp/insats kunderna får.

Relationen som innovation

Relationen kan vara ett av våra viktigaste verktyg

Våra kunder uppger att de tycker relationer till personal, arbetskollegor, grannar, familj, vänner och kärlekspartners är väldigt viktiga. Relationer kan också vara de samhällskontakter man som kund har. Vi ser att det generellt verkar finnas ett behov av stöd för att hantera sina relationer, dock vet man inte hur detta stöd kan se ut. Våra medarbetare säger att detta är viktiga frågor men att man som personal ibland saknar kunskap och kompetens för att stötta kunderna.

"Så viktigt och svårt hos våra kunder" sagt av medarbetare

Vi ser att här kan vi som verksamhet göra mycket för att **bygga tillit och en trygghet kring våra kunder**. Om vi utforskar och arbetar aktivt med **våra kunders olika relationer** så kan vi bättra kundens upplevelse samt även motverka ensamhet. Ensamhet uppstår när våra kunder har svårt att hitta och behålla relationer, men också när byråkratin har regler som måste följas.

Faser i kundresan

Här följer kundresans olika upplevelsefaser. I varje fas beskrivs vad den handlar om, vilka kunder och verksamheter som berörs och de aktiviteter kunderna gör. Vi beskriver sedan upplevelser och behov ur både kundens och medarbetarens perspektiv. Sist i varje fas beskriver vi de insikter vi kan se i materialet.

Vägen in

Den här fasen börjar redan innan våra kunder ansökt om insatser eller börjat få hjälp av oss.

Vilka kunder och verksamheter berörs?

Kunder och anhöriga inom alla verksamhetsområden. Kontaktcenter, biståndshandläggare, myndigheten, alla verksamhetsområden.

Aktiviteter

Ser två typer av kunder, nya kunder eller de som redan har eller har haft insatser sen tidigare. De som är nya:

- Kommer till insikt. Vardagen fungerar inte riktigt. Jag/vi behöver stöd.
- Vad ska jag göra? Vem ska jag prata med?
- Letar information.
- Får tips från skolan, kollega, primärvård, andra instanser i samhället.
- Tar kontakt med staden eller vof.

De som redan har insatser av staden.

- Hur överförs information till andra verksamheter?

Upplevelser

Kund:

- Får tips från andra (BUP, barnrehab, Region Skåne, kollegor, skola, andra instanser.) om insatser, rättigheter eller om ansökan:

"Blev tipsad av en vän att söka god man"

"Fick råd av skolan att ansöka"

"Får tips av andra kring rättigheter. Utnyttjar kontakter runt omkring när det gäller ansökan och vilka insatser som man kan söka"

- Positivt att det upplevs som att går snabbt att komma i kontakt med VOF.
- Bemötandet upplevs professionellt och engagerat.

Medarbetare:

- Både medarbetare och kunder använder hemsidan för att kolla information.

Behov

- Enkelt, smidigt att hitta rätt information och hamna rätt.
- Ett bra bemötande. Detta är många gånger kundernas första intryck av oss. Hur är bemötandet och servicen? Hur bemöts man på hemsidan? Hur upplevs vi i kontakt? Blir man runt slussad?
- Rätt information om vad som erbjuds kring hela resan: ansökan – få hjälp – avslut. Vad ingår i en insats? Vad kan jag förvänta mig? Hur går det till? Är detta något för oss/mig?

Insikter

- Hemsidan en viktig informationskälla för våra kunder och medarbetare. Kontaktcenter en viktig kontaktyta. Personligt bemötande uppskattas och behövs.
"Vi kollade på nätet, sedan ringde. Sen fyllde vi i ansökan" Anhörig kring ansökan om boende
- Anhöriga är ofta väldigt delaktiga och aktiva i våra kunders liv. Hur möter vi dem?
- Vägen in ser olika ut. För vissa är det första gången man ansöker om hjälp medan andra har haft stöd från oss eller andra kommuner tidigare. Hur bemöter vi dessa två grupper på bästa sätt?
- Gemensamt för våra kunder är att de ofta har många och långa kontakter med oss och andra instanser i samhället: primärvården, specialistvård, försäkringskassan, andra förvaltningar, skolan är några exempel.
- Redan i denna fas skapas kundens förväntningar. Ett exempel är missförstånd gällande rätt att söka kontra rätt till insats. I ett första läge får kunder/anhöriga ofta information från andra än oss. Hur når vi kunderna med sammanhållen och rätt information här? Samarbeten både externt och internt blir viktiga: mellan våra avdelningar, mellan lagutrymmen, mellan förvaltningar och med andra aktörer: skolan, försäkringskassan, regionen, primärvården osv.

Ansökan och beslut

Den här fasen handlar om när kunden tar kontakt och gör en ansökan om stöd och den följande beslutshandlingen.

Vilka kunder och verksamheter berörs?

Kunden, anhöriga, myndigheten, kontaktcenter.

Aktiviteter

- Ansöka
- Får information
- Kontakt med handläggare, telefon och hembesök
- Skaffa olika intyg
- Får underlag
- Undrar och väntar
- Får beslut

Upplevelser

Så här upplever kunder/medarbetare denna fas.

Kunder:

- Upplever att det är ett professionellt och engagerat bemötande, positivt att det går snabbt och att vi är aktiva.
- Otydlighet kring vem som blir min handläggare gör det svårt att veta vem man ska prata med. Ingen håller samman mina behov som kund.
- Mycket information i besluten men vet inte alltid vad besluten innebär. Språket i besluten kan vara svårt.

"Tyckte det var bra att handläggaren ringde upp och påminde - var aktiva och uppdaterade oss" ur intervju, ansökning

."Ansökte hos en grannkommun samtidigt. Vid jämförelse är Helsingborg snabba. Upplevdes som väldigt hjälpsamma och tillmötesgående. Händes mycket på kort tid, de kunde inte sköta det bättre" Anhörig om ansökningsprocessen.

"Imponerad över kontakten med vof, bra respons och mycket nöjd med allt! Upplever inga större väntetider och att det flyter på. Bäst av de myndigheter han har kontakt med!" – God man om ansökningsprocessen

"Mycket att hålla reda på - lätt att det försvinner. Mycket papper i besluten"

Medarbetare:

- Vid vissa ärenden behöver man besluta om tillfälliga insatser till exempel pga. platsbrist i verksamheter. Resulterar i dröjsmål innan rätt insats verkställs.
- Inte tillräcklig kännedom om varandras kunskaps- och beslutsområden eller andra förvaltningarnas uppdrag. Saknas forum för att träffa handläggare och verksamhet för att utbyta erfarenheter.

"Vi måste ha bättre framförhållning. Vi har varken tomma platser eller lokaler."

"Problematik som beror flera förvaltningar. Hur har vi ett bra samarbete mellan förvaltningar?"

Behov

Kund:

- Veta vilken insats som passar mig och vad jag kan ansöka om.
- Tar tacksamt emot påminnelser och uppskattar att de blir kontaktade.
- Förtroendeingivande bemötande viktigt.
- Behöver ibland hjälp med ansökan och förklaring av beslut.
- Tydlig information kring vad som händer efter beslutet.

"Personalen på golvet är alltid hjälpsamma" Ur Intervju om ansökningsprocessen.

"Fick hjälp av personal att ansöka" Kund.

"Godemannen hjälpte till att ansöka om fler insatser"

"Problem att man inte riktigt vet vad som passar mig" angående ansökan insatser"

Medarbetare:

- Behöver kunskap och lära känna de olika beslutsområden och verksamheterna.
- Forum för att träffa handläggare och verksamhet att utbyta erfarenheter.

Insikter

- Vård- och omsorgsförvaltningen i Helsingborg upplevs som professionella, servicevilliga och snabba av våra kunder i de kontakter man har med myndigheten.
- Kunden har svårt att veta vilken insats som är rätt för dennes behov. Här kan vi hjälpa genom att bli bra på att förklara och visa. Kunden behöver stöd för att kunna ansöka och stöd för att förstå beslut.
- Tydliga kontaktvägar är viktigt samt en sammanhållande resurs kring sitt ärende som också förstår kundens behov. Vill veta vem man ska kontakta. Vem som har hand om ens ärende och förstår ens behov.
-
- Medarbetarna behöver hitta forum eller andra sätt att dela kunskaper och erfarenheter över verksamhetsgränser och förvaltningar.

Livet med stöd

Livet med stöd innehåller många olika aktiviteter och insatser. Vi har valt att beskriva den här fasen utifrån känslan av hur det är att vara beroende av andra och ha en, ibland flera, insatser från vård- och omsorgsförvaltningen för att klara vardagen.

Vilka kunder och verksamheter berörs?

Kunder, anhöriga och medarbetare inom alla verksamhetsområden.

Aktiviteter

- Grundbehov uppfyllda (mat, hygien och sömn)
- Hjälp när man behöver
- Vardag som ger livskvalitet
- Socialt umgänge och gemenskap
- Motiverande stöd

Upplevelser

Kunden:

- Livet med stöd ger känslan av trygghet och man känner sig mindre ensam.

"Det sociala. Kan prata om allting känns det som. Alla får vara som man är. Man ser personen inte diagnosen. Känns som en familj. En bra grupp."

- Känns bra att veta om att personalen hjälper till och stöttar om något händer. Vill bestämma om hur och när man vill ha sin hjälp.

"Känner sig trygg med att inte behöva kunna fixa allt själv."

- Finns en önskan och strävan om att lära sig, bli mer självständig och oberoende.

"Jobbigt - jag vill kunna klara allt själv."

"Det känns bra. Om jag får stöd/hjälp så lär jag mig och blir mer självständig."

- Viktigt att få och vara med att bestämma över vardagen och sina insatser. Man har ofta förståelse för varför man inte kan bestämma, ha eget ansvar, över alla delar i sitt liv.

"Jag bestämmer helt och hållet över min vardag."

"Vi får bestämma mycket för att vi ska träna på att säga vad vi vill och få bättre självförtroende, vilket man faktiskt får då."

"Personalen hjälper mig att bestämma så att saker blir rätt. Men dem brukar fråga vad vi ska hitta på efter jobbet."

"Finns saker som jag inte får bestämma. De vill mig väl och detta är hemma."

"Allt förutom pengar - jag klarar inte av det."

- Vill bli förstådd och sedd, att man lyssnar och förstår mina behov.

"Personalen är viktig för mig både på jobb och hemma på boendet jag berättar vad jag vill och då ska de lyssna. De lyssnar inte alltid på mig hemma."

"En dålig dag är när "...personalen inte frågar hur jag mår. De gör bara det som vi har bestämt men jag tycker att det är viktigt att de visar att de bryr sig om mig. Att de frågar hur jag mår."

- Behöver göra kompromisser för att anpassa sig till personalens tider. En del har förståelse för detta.

"När jag skall få stöd av personalen kan det ibland hända att jag får vänta en liten stund."

"Jag accepterar de tider Solteamet har och jag förstår att man inte alla kan få precis de tider man önskar."

- Vill inte alltid behöva göra vardagsrutiner, känslan av maktlöshet.

"Jag får inte bestämma över någonting. Jag måste städa, diska, laga mat, jobba enligt min mamma. Jag vill hellre vara ledig och slippa alla hushållsuppgifter. Jag vill vara ledig jämt."

- Många kunder har en önskan av att vara "vanliga" och inte sticka ut. Deras upplevelse är att alla andra, till exempel personalen, är perfekta, kommer ihåg och klarar allt själva. (Detta har framkommit i dialoger med medarbetare)
- Finns en skam att behöva att visa offentligt att man har stöd. Färdtjänstens gula buss och personalens arbetskläder kan vara stigmatiserande. (Detta framkommer i dialoger med medarbetare)
- Många behöver stöd för att klara av förändringar i vardagen. Fler uppger att de är nöjda med som de har det idag och vill inte förändra något.

"Det vill jag inte, jag trivs här. Jag vill ha lugn och ro med de jag känner".

"Står på min plattform – är inte redo att ta steget än. När jag är redo vet jag att personal hjälper och stöttar."

"Personalen stöttar. Jag stötts till självständighet"

- Ge motivation till förändring för att sätta igång och hålla i, till exempel vid träning.

"Behöver stöd till motivation att röra på mig mer..."

"Är ibland blyg och tillbaka dragen. Får stöd av personalen som uppmuntrar till att våga, men i bland vågar jag inte i alla fall."

- Privatlivet är viktigt och inte alltid lätt med personal i närheten. Man använder sig av olika överenskommelser med personal om signaler och gränser för att få vara privat. Ibland tysta överenskommelser.

"Personalen säger ingenting, de vet om det bara".

"Jag vill att livet ska bli bra. Personalen hjälper mig med olika saker och jag är rätt nöjd med hjälpen jag får idag."

"Jag vill inte att personalen är för nyfikna. Jag har sagt ifrån om det och det verkar ok."

- Viktigt att få vara ostörd på sitt rum och kunna låsa om sig. Man vill att detta ska respekteras av både personal och grannar.

"Mitt privatliv är viktigt. Jag behöver få sitta ifred ibland och få läsa mina böcker."

"Har en granne som bara rycker upp dörren. Det tycker jag inte om."

- Färre insatser ger en känsla av att man har ett privatliv.

"Har inte alltid personal så jag har ett privatliv."

Medarbetaren:

- Kunderna tror att medarbetarna är superhjältar (perfekta), därför visar medarbetaren ofta att man behöver ta hjälp för att till exempel komma ihåg saker och tar hjälp för att sätta upp en tavla.
- För medarbetaren är det svårt att skapa tillit, det uppfattas som en konst att kunna skapa en tillit till kunden. Ibland kan det ta lång tid, upp till 2 år.
- Medarbetaren är medveten om att arbetskläder på personalen pekar ut kunderna, frågar om de ska byta om innan de går ut.

"Vi "vanliga" kommer ihåg allt i huvudet, tror de." Sagt av medarbetare

"Frågar alltid om man skall utomhus/iväg med kund om man skall byta till civilkläder." Sagt av medarbetare

Behov

Kunden:

- Bli sedd, hörd och förstådd.
- Känna trygghet och vara mindre ensam.
- Viktigt att kunna påverka och få bestämma över sin vardag.
- Vill inte sticka ut, vill vara "som alla andra".
- Behöver stöd och motivation vid förändringar.
- Viktigt att känna att man har ett privatliv och får vara i fred, låsa om sig och känna sig respekterad.

Medarbetaren:

- Behöver visa och förklara att "vanliga människor" är inte felfria.
- Det är svårt att skapa tillit och det krävs tålamod och tid för att lyckas.

- Medarbetaren behöver vara lyhörd till och agera efter till kundens önskan att inte bli utpekad.
- Att hitta sätt att förstå, bemöta och hantera gränsdragning för vad som är kundens privatliv.

Insikter

- Kunderna tycker det är viktigt att bli sedda och vara delaktiga i sin vardag. Detta behöver genomsyra allt vi gör. Viktigt att skapa miljöer och situationer där våra kunder känner trygghet och inte är ensamma.
- Våra kunder vill inte sticka ut, vill vara "som alla andra". Här behöver medarbetarna var lyhörda och hitta sätt kunna visa och berätta om att människor inte är felfria.
- Förändringar och hålla fast vid det nya kan vara svårt för våra kunder och medarbetarna behöver kunna stötta, motivera och coacha, i den situationen.
- Privatlivet och få vara själv är viktigt för våra kunder. Våra medarbetare behöver ha överenskomna gränsdragningar och sätt att bemöta och hantera olika situationer som uppkommer. Upplevs som viktigt att prata om hos medarbetare.

Kopplingar till Brukarundersökningen 2020

Från brukarundersökningen sticker dessa frågor ut med lågt resultat:

Boendestöd SOL: vet du vem du ska prata med om något med ditt boendestöd är dåligt? 65 %.

Personlig assistans: har du varit med och bestämt vilka som är dina assistenter? 60 %

Vi kan inte tydligt se något samband mellan det som kommit fram i brukarundersökningen, och våra insikter. Vi har dock uppfattat att det är viktigt att få vara med och bestämma. I våra kvalitativa interjuver framkommer det att de flesta upplever att de får bestämma och påverka sin vardag.

Första tiden

Den här fasen handlar om den första tiden med hjälp av oss från LSS. De första mötena, hur jag vänjer mig och övergår till nya insatser och andra verksamheter.

Vilka kunder och verksamheter berörs?

Kunder och anhöriga inom alla verksamhetsområden. Utförare och mottagande verksamheter.

Aktiviteter

- Träffas för första gången: personal, kollegor och grannar.
- Nya rutiner och ansikten, anpassar mig till personal och tider.
- Är det som jag trodde? Stämmer mina förväntningar?

Upplevelser

Kunden:

- Övergångar mellan olika faser i livet är ofta svåra för kunden. Exempel på övergångar:
myndighet – verksamhet
barn – vuxen
barnhab – vuxen hab
korttid - daglig verksamhet
hemma - eget boende
daglig verksamhet – pensionär
- Dialog och samarbete brister ofta vid övergångar vilket gör att information om kunden förloras. Påverkar kundens tillit till oss, trygghet och upplevelse.

*"Kan ha funkat bra på barnboendet - blir mycket sämre efter bytet.
Historia om kunden tappas bort, används inte. Alla års erfarenhet från
ett boende med stödpedagoger som inte tas tillvara på..." Medarbetare
om övergångar.*

Medarbetare:

- Många nya handläggare har ersatt kollegor med lång erfarenhet och många kontakter. De kände alla brukare, enhetschefer osv. Upparbetade relationer och kommunikationsvägar försvann när de slutade.
- Att inte känna kunden skapar otrygghet, ensamhet och bidrar till en sämre första tid.

Behov

Kund:

- Att vi, vård och omsorgsförvaltningen och alla våra verksamheter, upplevs som en helhet.
- Att information om mig som kund följer mig.

- Kunden behöver förberedelse och stöttning för att hantera den förändring som en övergång innebär.

Medarbetare:

- Relationer till varandra, nätverk och kontaktytor mellan alla aktörer där övergångar är aktuella.
- Veta i förväg om det kommer en ny kund till min verksamhet.
- Behöver kunskap och verktyg för att stötta kunden att kunna hantera förändringen.

Insikter

- Ta vara på och förvalta förtroendet, tilliten och kunskapen om våra kunder som byggts upp. Att veta vilka våra kunder är och vad som är viktig för dem. Inte börja om från noll varje gång vilket upplevs frustrerande och händer vid övergångar.
- Kontinuerligt främja nätverk och relationer mellan våra medarbetares olika områden. Extra viktigt vid övergångar. Kontakter och nätverk som är personliga riskerar att tappas bort om exempelvis en medarbetare slutar.
- Övergångar är redan svåra i sig, behöver därför vara mjuka. Medarbetare behöver förbereda och stötta våra kunder vid den förändring en övergång innebär.

Mitt boende

Den här fasen fokuserar på mitt boende, mitt hem där jag bor.

Verksamheter och kunder som berörs

Gruppboestad LSS, Serviceboestad LSS, myndigheten, Boendestöd Sol, boende barn och unga, korttidsboende.

Aktiviteter

- Leta bostad
- Flytta in
- Betala hyra
- Leva mitt liv
- Träffar grannar

- Flyttar ut

Upplevelser

Kund:

- Söker information om boenden, vill veta hur vilka alternativ som finns och hur det fungerar: var i staden, vilken typ av boende och vilken målgrupp.
- Bilder uppskattas mycket för att skapa sig en uppfattning om boendet. Studiebesök hade uppskattats.

"Tittade mycket på bilderna och kände igen utifrån hur husen såg ut"

"vem hyr en lägenhet utan bilder?"

"Hade varit fint med studiebesök, men hittar inte att det erbjuds på hemsidan" kund som ansökt om boende

- Bemötandet från grannar eller personal där jag bor påverkar. Stämningen viktig.
 - Olika målgrupper med skilda behov på samma ställe gör saker mer komplicerat.

"En granne kan vara väldigt otrevlig och högljudd, det gör mig på dåligt humör. Dagen blir inte så bra."

En dålig dag är när.. "grannen bankar på dörren och skriker. Blir på dåligt humör - vill inte göra något."

Behov

- En miljö som är anpassad till mig och min förmåga.
- Tydlig information kring boendet och hela processen. Vad ingår och vad gäller? Finns det en bostadskö, hur fungerar den? Får jag flytta ihop med min kära? Kan jag välja var jag vill bo och flytta när jag önskar? Kan jag byta om jag inte trivs? Vad passar mig?
- Möjlighet att göra studiebesök innan man bestämmer sig.

Insikter

- Viktigt symbolvärde att kunna stänga sin dörr och ha sitt eget. Viktigt att både grannar och personalrespektera den privata sfären.

- Gemenskapen med grannar och personal är viktig. Att göra saker tillsammans och känna samhörighet.
- Både grannars och personals sinnesstämning påverkar. Om någon är arg eller när en granne bankar på ens dörr känns det inte bra. Stämningen smittar, åt båda håll.

Från brukarundersökningen 2020:

Två frågor och resultat som rör mitt boende:

Gruppbostad LSS: Känner du dig trygg med personalen hemma? Är du rädd för något hemma? Båda frågorna visar ett resultat på 69 %.

Servicebostad LSS: Är du rädd för något hemma? 56 % av de svarande har angett att de aldrig är rädda.

Vi kan inte heller här se något direkt samband med brukarundersökningen mer än att konstatera att stämningen i hemmet påverkar våra kunder. För att gå vidare bör vi undersöka vad kunderna är rädda för och varför.

Utbildning, jobb och sysselsättning

Den här fasen omfattar alla områden där våra kunder utbildar sig, har jobb eller sysselsättning. Ordet "sysselsättning" blir samlingsnamn för utbildning, jobb och sysselsättning/aktivitet/daglig verksamhet i nedanstående text.

Verksamheter och kunder som berörs

Alla kunder inom LSS som är i utbildning, har daglig verksamhet, har arbete eller annan sysselsättning. Alla daglig verksamheter, skolor, privata aktörer och arbetsgivare.

Aktiviteter

- Vill hitta meningsfull sysselsättning
- Söker information
- Hitta sysselsättning
- Ansökan och beslut
- Börja sysselsättning
- Deltagande och personliga mål
- Avsluta sysselsättning

Upplevelser

Kunden:

- De flesta trivs. Man säger att helheten och stämningen i gruppen är positiv på DV och boende.

*"Jag har ingen dålig dag på jobbet mer än om jag vaknat på fel sida.
Tvärtom så blir det en bra dag när jag kommer till jobbet." Deltagare
på DV*

"När man kan skratta. Det gör jag när personal och grannar skojar."

- Gemenskapen och tryggheten som finns i gruppen, både mellan deltagarna men också mellan deltagare och personal är det viktigaste. Det sociala att träffa kompisar och kollegor är viktigt.

"DV är som deras familj" Personal på DV

*"Tycker om att ha andra människor att prata med, bara de är snälla
och trevliga mot mig."*

"Vet inte vad jag ska säga...jag är glad för att jag trivs"

*"Det sociala, träffa människor. Jag gör aktiviteter jag tycker om. Att ha
någonstans att gå varje dag." Kund om vad som är bra med DV*

- Dålig stämning smittar och kan komma från kundernas olika behov, ibland leder det till konflikter.

*"När både personal och deltagare är på gott humör, dåligt humör
smittar."*

- Blir fast i ensamhet då det kan vara en ekonomifråga eller andra byråkratiska beslut som hindrar deltagande. Väljer att avstå från att söka jobb då de kan förlora ersättning. Väljer att avstå DV vid risk att bli av med försörjningsstöd (Habiliteringsstöd kontra försörjningsstöd). Vissa personkretsar får inte delta överallt.

- Flera uppger att de har provat ha ett riktigt jobb men att de upplever att det krävde för mycket. Vill hellre vara på daglig verksamhet där kraven upplevs mer anpassade efter deras förmåga och ger den trygghet de behöver.

*"Man mår bra av att arbeta. Mitt arbete gör jag noga. Jag får lugn och
ro."*

*"Jag har provat att jobba ute och det vill jag inte mer, då kände jag mig
så ensam där fick jag inga vänner (arbetskamrater)"*

"Har provat att jobba ute i samhället och det var alldeles för stressigt så det vill jag aldrig mer göra."

- Kundernas deltagande på olika aktiviteter beror på intresse och utbud. Tillgång till aktiviteter uppfattas vara mycket viktigt för kunden. De flesta kunderna uppger att de är nöjda med de aktiviteter som finns idag, men att de kan bli fler och varieras mer. Variation mellan stora och små grupper är bra om det finns. En del hittar egna aktiviteter.

"Jag tycker det är för lite gemensamma aktiviteter på boendet."

"Behöver inte stressa och må dåligt för det är anpassat till mig." Om utbudet på DV

"Jag gillar utflykter för man får komma ut och göra något annat. Jag gillar också att pyssla för att det är kul att skapa och vara kreativ."

"Också när vi gör små utflykter och inte är så många."

"Jag har mer individuella aktiviteter med personalen och det tycker jag är bra."

"Jag hittar aktiviteterna själv"

Medarbetaren:

- Behöver kunna hantera de konflikter som uppstår i deltagargrupperna inom både DV och boende.
- Det uppstår ibland missförstånd mellan myndighet och utförare som behöver lösas. Uppföljning av verksamheterna brister ibland. (Framkommit i workshopsmaterial från Karin Linde och Eva Fallgren arbete)
- Kunden behöver ibland stanna hemma för att vi skall hinna med vardagsrutiner. Våra verksamheter och resurser styr ibland över kundens möjligheter till närvaro på aktiviteter.

Behov

Kunden:

- Behov av att vara i ett sammanhang där man blir sedd och känner trygghet. Att träffa andra, göra aktiviteter tillsammans och känna att man gör nytta är viktigt.
- Behöver stöd när det uppstår konflikter.

- Behöver förstå konsekvenser av deltagande och ta beslut om det är värt att delta om det påverkar ens ekonomi. Behöver förstå varför man inte som person får delta i alla aktiviteter.
- Sammanhang med arbetsuppgifter där kraven är anpassade efter kundens egen förmåga.
- Aktiviteter där man gör något tillsammans med andra eller själv är viktiga och bör utformas efter vilket intresse man har. Behov av att göra aktiviteter individuellt, i små grupper eller större grupper.

Medarbetaren:

- Behov av att göra uppföljning av verksamheten och individen för att se framsteg och vad som fungerar.
- Behöver kunskap och verktyg för att stävja konflikterna mellan kunder.
- Förstå vad som är problemen och åtgärda när missförstånd uppstår mellan myndighet och utförare.

Insikter

- Det är viktigt för våra kunder att vi kan erbjuda aktiviteter och sammanhang där man känner att man gör nytta och får träffa andra.
- Viktigt att ställa krav som är anpassade efter deras egen förmåga. Våra kunder vill också kunna välja på fler aktiviteter. Man vill få möjlighet att välja om på deltagande i stora eller mindre grupper och/eller individuella aktiviteter.
- Både kunder och medarbetare behöver verktyg och kunskap för att hantera konflikter som uppstår.
- Våra kunder behöver förstå konsekvenser av deltagande och ta beslut om det är värt att delta om det påverkar ens ekonomi. Behöver förstå varför man inte som person får delta i alla aktiviteter. Här har våra medarbetare en viktig roll i hur man kommunicerar detta till kunden.
- Uppföljning av verksamheten och individen har nämnts som något som ibland brister men är viktigt att det görs.

Kopplingar till Brukarundersökningen 2020

Från brukarundersökningen sticker dessa frågor ut med lågt resultat:

Från brukarundersökningen 2020: DV: är du rädd för något på din dagliga verksamhet? 67 %

Vi kan inte tydligt se något samband med våra insikter. Däremot kan vi ana att konflikter som uppstår mellan kunder är jobbigt för både medarbetare och kunder.

Personliga aktiviteter

Denna fas handlar om händelser och aktiviteter som rör våra kunders vardag, som att gå till vårdcentralen eller ha en fritidsaktivitet.

Kunder, verksamheter som berörs

Kunder, anhöriga, medarbetare, boende/DV, primärvården samt andra aktörer utanför vår verksamhet.

Aktiviteter

- Viktiga möten, läkare, vårdcentral
- Hälsa på familj och vänner
- Fritidsaktiviteter
- Ta sig dit, transport

Upplevelser

- Att ta sig dit:
 - Vissa behöver stöd för att ta sig till olika platser. En person som känner mig blir en trygghet på nya platser eller när jag träffar nya personer.
"Till vissa aktiviteter behöver jag ha med mig personal och när det är nya grejer."
"Åker jag buss har jag gärna personal med. Till tandläkare och vårdcentral vill jag att personal följer med."
 - Vissa upplever att det är värdefullt att åka själv och en viktig del i att vara självständig och ta ansvar.
"Jag åker buss för det är bra och då tar jag ansvar."
 - Syftet, måendet, avstånd och tidpunkt påverkar val av färdstätt.
 - Störningar med färdtjänst – gör dagen dålig.

"Färdtjänst fungerar ibland lite sämre, jag får vänta och någon gång kom inte taxin alls."

"Ibland strular det och det kan ställa till det. Men när de är i tid fungerar det väldigt bra."

"En dålig dag är när det inte klaffar, strular. Färdtjänst kommer ej i tid. Kan vara aktiviteter som är planerade som blir inställda pga. att man blir sen. Vill ändå försöka göra det bästa möjliga."

- Finns ett samarbete med kultur och fritid i staden som arrangerar aktiviteter och har ett program.

"Fritidsaktiviteter får jag bla genom en broschyr från kultur och fritid."

- Kontaktpersonen fyller en viktig funktion i denna fas. En roll tänkt att stötta vid aktiviteter och någon att umgås med.

"En insats som tyvärr dras in mer och mer" Medarbetare och kund

"Min kontaktperson försvinner"

"Min mamma har sagt att min personal ska vara min kontaktperson, hon har känt mig sedan jag var liten."

- Medarbetares motivation samt bemanning och schema påverkar aktiviteter.

Behov

Kund:

- Stöttning och trygghet vid viktiga möten, nya kontakter och på nya platser. Att känna sig trygg och ha någon som känner mig vid min sida vid.
- Veta vilka fritidsaktiviteter som erbjuds.
- Aktiviteter som jag uppskattar.

Medarbetare:

- Tid och möjlighet att stötta vid t.ex. läkarbesök.

Insikter

- Även om färdtjänst och kollektivtrafiken inte är en del av vår verksamhet påverkar detta våra kunder i deras vardag. Hur det upplevs att ta sig till sitt jobb eller till tandläkaren, är också en del av besöket.
- Sällskap och stöttning vid nya kontakter eller på nya platser är viktigt för våra kunder. Personal och anhöriga stöttar med detta.

- Kontaktperson är en viktig roll när det gäller fritidsaktiviteter och kundernas liv i utkanten av definierade insatser. En person att umgås med och göra saker, prata om saker man undrar över. En roll som upplevs att den försvinner mer och mer.

Relationer

Den här fasen omfattar kundens relationer till vänner och kärlek. Men den handlar också om personalens roll och kompetens för att kunna stötta för att relationer skall vara sunda.

Vilka kunder och verksamheter berörs?

Kunder, medarbetare och anhöriga inom alla verksamhetsområden.

Aktiviteter

- Saknar relation
- Hitta relation
- Förstå relation
- Behålla relation
- Avsluta relation

Upplevelser

Relationer - vänner

Kunden:

- Vänner är viktigt men en del uppger att det är svårt att hitta och behålla vänner. Saknar vänner i sin miljö, ex boende.
- Begränsad umgängeskrets kan göra det svårt att ha egna vänner, ex familjen och deras vänner

"Vänner är en viktig del i mitt liv, att ha andra att prata och umgås med."

"Jag har ingen mer än familjen men det hade varit roligt att ha någon och det är svårt att hitta."

"Har inte så många vänner, pratar med dem jag har på jobb. Det är sorgligt men sant."

"Har inte så många kompisar, jag hade velat ha någon kompis till."

- Kunderna hittar på egna sätt och strategier för att hitta vänner. Man hittar vänner på "jobbet" (DV) och på sitt boende. Att ha gemensamma intressen eller någon som fungerar som en själv underlättar. Man använder sig ibland av internet och sociala media.

"Jag brukar prata och vara snäll när jag träffar ny vänner. Ibland träffar man vänner på jobbet."

"Jag anser att det blir svårt ju äldre man blir, jag har en del ytliga vänner men ingen nära vän på djupet."

"Man träffar dom på jobbet, eller för att man bott grannar."

"Lättare nu eftersom jag har vänner som även de har diagnoser och de förstår mig bättre."

"Vänner växer ej på träd, hittar vänner på jobb, fritid och andra sociala ställen"

- Många uppger att det är svårt att behålla vänner. Man vill ha stöd för att lyckas men vet inte hur stödet ska se ut.

"Jag hade velat ha stöd för att hitta nya vänner, men jag vet inte hur stödet skulle vara."

"Behöver stöd med att komma på vad man kan göra tillsammans."

"Det är mycket svårt att hitta vänner och också behålla dem, jag vet inte hur man gör. Det hade varit bra om någon kunnat hjälpa mig eller säga förslag hur jag kan göra."

"Att ha en diagnos och försöka knyta nya vänskaper är inte lätt då man kan bli "dömd" för att kunskapen inte finns."

"Kan behöva personalens stöd för att våga fråga någon."

Medarbetaren:

- Kompisrelation med personalen är problematiskt för medarbetaren. Man tvingas att sätta gränser för vad som är privat och vad som är arbete. Man behöver hitta sätt att förklara och göra det begripligt utan att det skall sårta kunden.

- Kompis på Facebook? Personalen får frågor av kunder om de kan få bli vänner med dem på sociala media. Här drar personalen egna gränser efter egen erfarenhet.

"Kompis på Facebook, inte INSTA..."

- För medarbetaren är det en utmaning att stötta i olika situationer när kunderna har det jobbigt med kompisrelationer. Ansvar i arbetsuppdrag gör det svårt att veta hur du som medarbetare ska agera.

"Jobbigt med en boende till som jag inte har och/eller får ta ansvar för."

- Medarbetarens personliga värderingar och åsikter kan påverka agerande med kunden och dennes relationer.
- Medarbetaren behöver ibland hantera kunder som har kompisrelationer på internet och sociala media. Saknar ibland kunskap i hur man skall coacha i sådana situationer.

Relationer - kärlek

Kunden:

- Kärleksrelationer är viktigt och är en viktig del i livet för de flesta av kunderna. Några anser att det är mindre viktigt, de kan ha haft tidigare relation där det inte har fungerat, eller där de inte förstår hur man skall göra.

"Man ska känna sig älskad. Närhet är bra."

"Det är inget för mig jag har provat. Jag förstår inte det och är inte intresserad. Jag vill ha en hund där jag kan ge och få kärlek utan svårigheter."

- Flera kunder uppger att man tycker att det är svårt att hitta en partner. Man hittar olika strategier där man tar stöd av familj och vänner för att lyckas. Man hittar ofta någon i sin vanliga miljö, aktiviteter, skolan och andra sociala ytor. Man använder sig också av dejtingsidor och appar.

"Jag tycker att det känns omöjligt, det är svårt att hitta en tjej."

"Jag har aldrig haft någon men det hade jag velat ha men det är också svårt att hitta."

"Hittade min förra på jobbet, men nu finns ingen där"

- Många uppger att de behöver stöd för att hitta en partner. Någon enstaka vill inte ha något stöd från personalen.

"Om jag skulle vilja hitta någon så tror jag att jag skulle behöva stöd med att hitta telefonnummer och våga ringa."

"Vill inte ha personalens stöd med att hitta någon - vill helst klara det själv"

Prata om och förstå relationer

- Våra kunder uppger att de ibland inte vet varför man är tillsammans med sin partner. Man säger också att man ibland hade behövt prata med någon om relationen. Man vet inte alltid hur en sund relation fungerar och hur man kan agera. Ibland behöver kunden hantera andras åsikter om relationen från till exempel föräldrar och ibland även personal.

"Inte fan vet jag, han hittade mig, vi var kompisar sen frågade han mig om vi skulle vara tillsammans."

*"Från början var det lätt att vara tillsammans men sen blev det svårt att komma överens. Sen gick det inte mot slutet, det blev lite tråkigt."
Sagt av deltagare på Daglig verksamhet*

"Har ibland behövt prata med personal eller vän när det varit problem. Alla relationer går upp och ner. Det är ingen dans på rosor, men det funkar."

Medarbetaren:

Personalens kunskap, stöttning och gränser

- Svårt att hantera relationsproblem för personal.
- Attityd, värderingar och kunskap hos personalen (hålla värderingsfria diskussioner).
- Saknar ibland kunskap och verktyg för att kunna coacha inom relationer, sex och samlevnad.
- Riskerar att störa, blir jobbigt för mig som personal
- Osäkerhet kan uppstå kring vad man får lägga sig i, gränsdragning.
- Kan vara svårt vid samboende och sekretess.
- Frågan var svår att ställa, vad har vi som personal med deras kärleksliv att göra. Men upplevs som viktigt att vi vågar ta i frågan. Vem skulle annars göra det? Upplevs som en gråzon.

"Så viktigt och svårt hos våra kunder" (personal)

"Om inte vi vågar prata om detta – vem ska annars visa att detta är viktigt?" Sagt av medarbetare på Daglig verksamhet

Behov

Kunden:

- Stöd att hantera kompis- och kärleksrelationer.
- Stöd och hjälp att hitta och behålla kompisrelationer.
- Upplevs svårt när andra kan "döma" ens förmåga.
- Finns det ett underliggande behov av stöd som inte syns eller har uppfattats? (Behöver utforskas ytterligare)

"Att ha en diagnos och försöka knyta nya vänskaper är inte lätt då man kan bli "dömd" för att kunskapen inte finns."

Medarbetaren:

- Behöver kunskap och erfarenhet av att hantera och coacha kunden i sina känslor, svara på frågor om relationer, sex och samlevnad. Ha kunskap i hur man stöttar sunda relationer.
- Förstå att dina personliga värderingar och kunskaper påverkar kunden.

Insikter

Våra kunder uppger att de tycker det är viktigt med fungerande relationer till både kompisar och kärlekspartners. Samtidigt är det en utmaning.

- Kunderna uppger att de många gånger behöver stöd för att hitta vänner och kärlekspartners.
- Upplevs svårt att hitta kompis när andra kan "döma" ens förmåga.

"Att ha en diagnos och försöka knyta nya vänskaper är inte lätt då man kan bli "dömd" för att kunskapen inte finns."

Vi behöver främja sunda relationer. Våra kunder uppger att de behöver stöd för att förstå hur en sund relation fungerar men vet inte hur stödet ska se ut.

- Personalens värderingar och kunskaper påverkar det stöd vi kan ge.
- Personalen behöver kunna coacha och förklara.

- Kan uppstå situationer som personal måste kunna hantera och dessa kan upplevas som jobbiga. Vilket stöd ger vi medarbetaren?
- Det är svårt för vår personal att veta hur man ska agera, om man ska prata om detta och vilket stöd man ska vara. Komplexa situationer.

"Så viktigt och svårt hos våra kunder" (personal)

"Om inte vi vågar prata om detta – vem ska annars visa att detta är viktigt?" Sagt av medarbetare på Daglig verksamhet

Sista tiden

Den här fasen handlar om den sista tiden med våra tjänster och den sista tiden i livet.

Vilka kunder och verksamheter berörs?

Kunder, medarbetare och anhöriga inom alla verksamhetsområden.

Aktiviteter

Här ser vi två spår: sista tiden med våra tjänster för att de är tidsbegränsat, man flyttar eller byter jobb, eller för att det är sista tiden i livet.

- Byta boende
- Byta jobb
- Ansöka om annat
- Säga hejdå till sina grannar, gemenskapen.
- Flytta ut

Sista tiden i livet

- Min hälsa försämras
- Orkar inte vara med
- Min sista tid
- Avlider

Upplevelser

- Förändringar i livet när man inte längre orkar med sin vanliga sysselsättning.

- Hantera sviktande motivation och åldrande är svårt för alla.

Behov

- Stöttning i förändringen det innebär att sluta, flytta, byta.
- Önskemål om min sista tid, hur tillgodoser vi dem?

Insikter

- I den här fasen saknar vi tillräcklig information om hur våra kunder egentligen upplever sista tiden. Vi ser i diskussioner med medarbetare att detta är ett område vi behöver bli bättre på för att kunna bemöta kundens behov. Därför väcker vi här en del frågor som användas vid fortsatt utvecklingsarbete.
- Många av våra kunder ansöker igen om andra insatser i staden, hos andra utförare eller i andra städer. Avslutet är början på något nytt. Hur är vårt "Välkommen åter"? Hur hanterar vi dessa "interna" övergångar? (Se avsnittet första tiden där just övergångar diskuteras vidare.)
- Att prata om livet, de stora frågorna är svårt. Är vi bra på det? Vem pratar jag med?
- Personalens kompetens och erfarenhet. Kundens behov förändras: tappar ork och förmågor, ensamhet ökar. Hur hanterar vi sviktande motivation? Hur bra är vi på åldrande och dess sjukdomar?

Vad händer nu?

Denna slutrapport inkl. bilaga 1 innehåll är en kartläggning av ett nuläge. På många områden pågår säkert redan förändringsarbete. Tanken är att det här materialet ska hållas levande och uppdateras när vi har nya insikter om våra kunder. Att ni fortsätter utforska de olika delarna som är intressanta och driver arbetet framåt. Tänk på att göra innehållet till ert eget och se saker ur kundens perspektiv, var nyfikna och ställ frågor.

Rapporten inkl. bilagan kommer att lämnas över till LSS verksamhetsområden och de tar ägandet av fortsättningen av utvecklingsarbetet. Som medskick vill vi att den som läser detta ställer sig frågorna: *"Vad lär vi oss av detta?"*, *"Hur kan vi använda den här informationen?"* samt *"Hur gör vi alla delaktiga?"*.

Tack till alla som medverkat i arbetet

Vi vill rikta ett stort och varmt tack till alla kunder, medarbetare och chefer som har avsatt tid och med stor öppenhet bidragit och reflekterat tillsammans med oss på olika sätt i det här arbetet. Det har varit mycket lärorikt och intressant att lyssna till era tankar och funderingar.

Med vänliga hälsningar

Malin Remmerfors och Fabian Svensson Lundmark

2022-03-01

Bilaga 1:

Kundresan LSS – Livet tillsammans med oss (PPT-fil)

