

# Hur blir vi bättre på att nå grupper som är svåra att nå?

**Maria Elgstrand**  
**Verksamhetschef, Folkhälsoansvarig**  
**Kontaktpunkt FoHM**



## Utifrån genomlysning av FHS: Värt att prioritera 2024-2025

→ Bli bättre på att nå målgrupper som är svåra att nå

### Konkretisering:

→ Förslag att utifrån plattformen bilda en arbetsgrupp som ska identifiera vilka målgrupper och uppdrag där vi behöver bli bättre på att nå målgrupper som är svåra att nå.

### Uppdrag i TÅB 2025-2027

Utveckla det hälsofrämjande arbetet med särskilt fokus på socioekonomiskt svaga grupper som är svåra att nå, i samverkan med kommuner och andra aktörer (HSN).

### Aktiviteter i HSN årsplan 2025

Ska genomföras enligt pågående utvecklingsarbeten med utökat områdesansvar.

Vidareutveckla uppsökande verksamhet för barn och ungas tandhälsa.

Påbörja arbete med att identifiera vilka grupper som är svåra att nå.

# Syfte och mål

## Syfte:

- *Identifiera* vilka grupper som är svåra att nå, och identifiera hur vi kan *möjliggöra jämlika förutsättningar* för olika grupper att ta del av hälsofrämjande och sjukdomsförebyggande insatser.

## Mål:

- Metodutveckla hälsofrämjande och sjukdomsförebyggande insatser för att nå grupper som är svåra att nå.
- Öka delaktigheten och deltagandet från identifierade målgrupper i specifika insatser.

# Utifrån vårens arbete och omvärldsbevakning

Dessa områden kommer vi jobba vidare med (inkluderar både forskning och verksamhetsutveckling)

- Hjärtskola, till de som inte deltog. intervjuer? (forskning ihop med Joakim Alfredsson, kardiolog)
- Hälsosamtal - vilka som tackar ja och nej (Verksamhetsutveckling)
- De som inte deltar i screeningar mammografi (Verksamhetsutveckling)

# De som inte deltar i screeningar mammografi

Vi börjar med att boka ett möte (10/9) med verksamhetscheferna för mammografin i Norrköping (Johan) och Linköping (Sara) för involvering och förankring.

De vara positiva till att vi jobbade vidare med detta och ville vara involverade i delar av arbetet.

De hade samma bild som vi av vilka som inte tackar ja.

HSN årsplan 2026

Deltagande i allmän screening ska öka.

### Deltagandegrad i cancerscreening för regionerna och hela landet (källor sid 40)

Siffror från slutet av 2023 (nyare siffror kan finnas på regionnivå). För de regioner där det anges ett spann bör siffrorna tolkas med försiktighet. De baseras på statistik för varje screeningenhet och inte för regionen som helhet.

| Region             | Bröstcancerscreening | Tarmcancer-screening | Livmoderhals-cancerscreening |
|--------------------|----------------------|----------------------|------------------------------|
| Stockholm          | 78-82 %              | 68 %                 | 64 %                         |
| Uppsala            | 77 %                 | 60 %                 | 60 %                         |
| Södermanland       | 79 %                 | 62 %                 | 79 %                         |
| Östergötland       | 81 %                 | 63 %                 | 60 %                         |
| Jönköping          | 85 %                 | 63 %                 | 78 %                         |
| Kronoberg          | 80 %                 | 62 %                 | 82 %                         |
| Kalmar             | 82-83 %              | 61 %                 | 88 %                         |
| Gotland            | *                    | 74 %                 | 64 %                         |
| Blekinge           | 89 %                 | 62 %                 | 80 %                         |
| Halland            | *                    | 62 %                 | 78 %                         |
| Skåne              | 79-90 %              | 58 %                 | 68 %                         |
| Västra Götaland    | 82-87 %              | 62 %                 | 70 %                         |
| Värmland           | 85 %                 | 59 %                 | 87 %                         |
| Örebro             | 82 %                 | 61 %                 | 78 %                         |
| Västmanland        | 80 %                 | 62 %                 | 85 %                         |
| Dalarna            | 80 %                 | 66 %                 | 79 %                         |
| Gävleborg          | 76-80 %              | 65 %                 | 75 %                         |
| Västernorrland     | 86 %                 | 64 %                 | 83 %                         |
| Jämtland           | 85 %                 | 63 %                 | 80 %                         |
| Västerbotten       | 84-87 %              | 64 %                 | 79 %                         |
| Norrbottn          | 84 %                 | 60 %                 | 85 %                         |
| <b>Hela landet</b> | <b>**</b>            | <b>64 %</b>          | <b>70 %</b>                  |

\* Region Gotland och Region Halland har inte skickat in data.

\*\* En del regioner saknar siffror för hela regionen och därför går det inte ta fram nationell deltagandegrad.  
De flesta regioner har deltagande över 80 procent.

# Identifierade målgrupper med lägre deltagande (Cancerfonden, 2024)

- Utlandsfödda kvinnor i utsatta områden.
  - Boende i glesbygd.
  - Personer med funktionsnedsättning.
  - Långtidsuteblivare (de som aldrig eller sällan deltar).
- 
- Cancerfondens rapport lyfter behov av:
  - Riktade insatser.
  - Nya arbetssätt.
  - Ökad kunskap och kommunikation.





Verktyg för ökat deltagande i program för cancerscreening och catch up-vaccination mot HPV

## Utlandsfödda kvinnor i socioekonomiskt utsatta områden

Se förklaring av upplägget på sid 16.

Målgruppen har ofta obefintliga eller svaga kunskaper i svenska, ingen eller kort utbildning och är ofta långt från arbetsmarknaden.

Många rör sig ofta inom geografiskt begränsade områden, som mellan hemmet, lokala mataffären och förskolan. De lämnar sällan bostadsområdet.<sup>3</sup>

En del i gruppen är skeptiska till myndigheter. De desinformationskampanjer som florerat om socialtjänst och skola har spiltt över på andra samhällsfunktioner och det är vanligt att man främst litar på information från personer i den egna gruppen. En del har låg tillit till vården och upplever att man har blivit försummad vid tidigare kontakt.<sup>1,3</sup>

Gruppen har ibland bristande kunskaper om hälsa, kroppen och sjukdomar. I kombination med språksvårigheter blir det svårt att nå fram med information om screening och vaccin. Ämnen relaterade till sexualitet är ofta starkt tabubelagda vilket gör det svårt att sprida kunskap, särskilt kopplat till screening för och catch up-vaccination mot HPV.<sup>1</sup>

Det finns också erfarenheter av att hemtester upplevs som främmande och obehagliga att genomföra.<sup>3</sup>

### Kortfakta om målgruppen

- Står ofta långt från arbetsmarknaden.
- Bor i socioekonomiskt utsatta områden med hög andel utrikesfödda. Har högre risk för dödlighet i cancer och deltar i lägre utsträckning i cancerscreeningprogram än befolkningen som helhet.<sup>2</sup>
- Uppskattas till ungefär 100 000 personer (baserat på andel med utländsk bakgrund som bor i utsatta områden och åldersfördelningen i Sverige som helhet).<sup>70-71</sup>

### Trösklar för deltagande hos målgruppen

- Hälsolitteracitet: Förstår inte vikten av screening och vaccination eller hur det fungerar.
- Kommunikation från vården når inte fram, bland annat på grund av språkbarriärer och låg tillit.
- Tabubelagt med information om sexuell hälsa.

### Möjliga kontaktytor

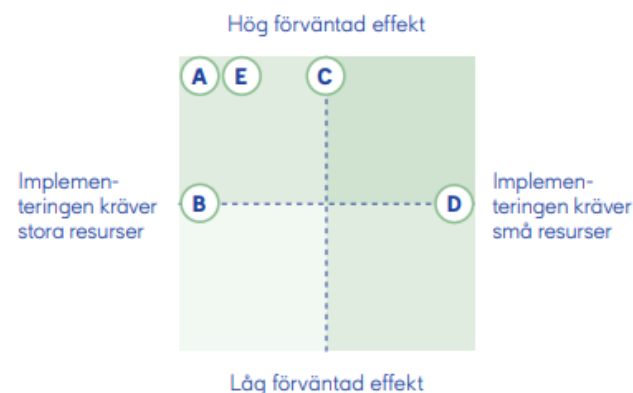
- Nära hemmet, som i tvättstugor eller trappuppgångar
- Genom sfi-utbildning
- Förskola
- Trossamfund
- Lokala livsmedelsbutiker
- Ute i bostadsområdet<sup>1,3</sup>

### Relevanta program

- ☒ Bröstcancer
- ☒ Tarmcancer
- ☒ Livmoderhalscancer
- ☒ Catch up-vaccination mot HPV

### Positionering av identifierade verktyg baserat på uppskattad effekt och resursåtgång

Verktøyen A, B, C, D och E beskrivs på nästa sida.





## Verktyg för ökat deltagande i screening- eller vaccinationsprogram

| Identifierade verktyg,<br>med syfte att sänka trösklar                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Identifierade<br>trösklar | Relevanta<br>program | Förväntad<br>effekt | Resurs-<br>åtgång | Evidens-<br>nivå | Källa       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------|---------------------|-------------------|------------------|-------------|
| <b>A</b> Informera om screening via civilsamhället, gärna i kombination med språkträning*  | Målgruppen kan vara ovan att själv söka information och kan ha begränsad kunskap om sin hälsa. Det finns dock ofta ett intresse av att öva på svenska. Att ha språkträning tillsammans med redan integrerade personer från den egna gruppen/kulturen är ett sätt att nå ut med kunskap om screening och vaccinering.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Kunskap<br>Sociala        | Alla                 | Hög                 | Stor              | 2                | 1, 2, 3     |
| <b>B</b> Kommunicera på platser där målgruppen är                                          | Eftersom målgruppen ofta rör sig nära hemmet och får information i andra kanaler än där vården traditionellt finns behöver kommunikation ske där målgruppen är, som i t ex trappuppgångar, tvättstugor och på sfi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Kunskap                   | Alla                 | Medel               | Låg               | 3                | 1, 3        |
| <b>C</b> Etablera kontakt med nyckelpersoner i bostadsområdet eller den kulturella gruppen | Målgruppen har ibland en låg tillit till myndigheter och är allmänt skeptisk mot prover och vaccin. Därför kan information om screening och vaccinering nå fram bättre om den kommuniceras av någon personen litar på i det egna nätverket. Det kan t ex vara en religiös ledare eller en medlem i en kvinnogrupp.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Sociala                   | Alla                 | Hög                 | Medel             | 1                | 1, 3, 6, 63 |
| <b>D</b> Utforma kallelsen på ett lättillgängligt sätt (språkligt och visuellt)            | Använd ett vardagligt språk och förklara svåra termer. Gör kallelsen visuellt lättillgänglig, till exempel med faktarutor, lyft ut viktiga meningar, använd större text och radavstånd. Om ett annat språk än svenska används, anpassa språket till det kulturella sammanhanget.<br><br>Det finns en nationella mallar från Regionala Cancercentrum i samverkan (RCC).<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/brostcancerscreening/kallelser-och-svarsbrev">Kallelse för bröstcancerscreening</a>: cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/brostcancerscreening/kallelser-och-svarsbrev</li> <li>• <a href="https://cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/gynekologisk-cellprovskontroll/kallelser-och-svarsbrev">Kallelse för livmoderhalscancerscreening</a>: cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/gynekologisk-cellprovskontroll/kallelser-och-svarsbrev</li> <li>• <a href="https://cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/Screening-tjock-och-andtarmscancer">Kallelse för tarmcancerscreening</a>: cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/Screening-tjock-och-andtarmscancer</li> </ul> | Kunskap                   | Alla                 | Medel               | Låg               | 1                | 1, 4, 5     |
| <b>E</b> Arbeta med doulor/ kulturtolkar i lokalsamhället*                                 | Att ha screeningverksamheten tillgänglig i lokalsamhället och samarbeta med individer med förtroende i området kan minska kulturella barriärer för att delta. En doula/kulturtolk kan arbeta på uppdrag av regionen och har då helst fått utbildning om screening och vaccination.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Sociala                   | Alla                 | Hög                 | Stor              | 1                | 6, 63       |

\* Verktuget beskrivs mer i detalj på kommande sidor, som fördjupning.

## Nationella rekommendationer för ökat deltagande i bröstcancerscreening.

Nationella arbetsgruppen för mammografi har formulerat nationella rekommendationer för ökat deltagande i bröstcancerscreening.

RCC samverkansgrupp har ställt sig bakom dessa rekommendationer (6 september 2022) och kommer liksom representanterna i arbetsgruppen att verka för att de ingår i regionala handlingsplaner.

### Nationella rekommendationer för ökat deltagande i bröstcancer-screening

- Enkelt, tillgängligt och digitalt ombokningssätt för bröstcancerscreening bör införas i hela landet.
- Ny kallelse med förbokad tid inom tre månader bör skickas till kvinnor som uteblivit från bröstcancerscreening.
- Varje region bör identifiera och analysera hinder för deltagande och genomföra riktade insatser i syfte att öka deltagandet.

# Förbättringsarbete med mammografin för personer med en funktionsnedsättning

- Studiebesök med målgruppen 26/9
- Arbete pågår med den nationella kallelsen
- Bildspel på 1177 tas fram, för att visa hur undersökningen går till
- Regelbundna studiebesök för nya 40-åringar som har kontakt med vuxenhabiliteringen



# De som inte deltar i screeningar mammografi

## Arbetet framåt:

Skapa oss en nulägesbild

Titta på RÖs statistik och sammanställa (Rapporter och analyser i REBUS)

Om vi inte har bra rapporter, skapa sådana

Kontakta Nora Sandholdt är processtödjaren bröstprocessen

Påbörja ett förslag på ev insatser som går i linje med Cancerfondens rekommendationer

Identifiera samverkanspartner

Planerar för involvering av målgruppen