

## Opskrift på samarbejde mellem ældrekonsulenter og erhvervsdrivende.

### Mål.

At de erhvervsdrivende og deres kunder får kendskab til aldersdepression, så de kan være med til at opspore særligt sårbare borgere og fortælle om muligheden for et forebyggende hjemmebesøg af ældrekonsulenterne.

### Hvad gjorde vi?

1. Vi (Ældrekonsulenterne) tog telefonisk kontakt til frisører, fodplejere og 3 forretninger for at lave en aftale om at få lov til at komme og kort fortælle om aldersdepression og aflevere pjecer om forebyggende hjemmebesøg?
2. Vi besøgte de erhvervsdrivende på aftalte tidspunkter.
3. Der blev lagt pjecer om forebyggende hjemmebesøg hos de erhvervsdrivende til fri afbenyttelse af deres kunder.
4. Opfølgning efter nogle måneder – pjecerne var udleveret og der blev lagt nye.

### Hvad gik godt?

- Det var godt at have lavet aftalen i telefonen først, så de vidste, at vi kom og vi blev taget godt imod. Det var godt at kunne henvise til vores telefonsamtale.
- Der blev vist interesse for vores pjece og aldersdepression.
- Opfølgning efter nogle måneder – pjecerne var udleveret og der blev lagt nye.
- At de erhvervsdrivende der ikke ønskede at deltage kunne sige fra allerede ved tlf. samtale.

### Hvad gik mindre godt?

- Vi skal være obs på at interessenter ikke sætter tid af for at høre vores budskab. De havde kunder og der var ikke meget tid. Vi lavede derfor et lille notat til de handlende så de kort kunne læse hvad aldersdepression gik ud på.
- Vi kan ikke påvise nogen direkte effekt af pjecen der blev lagt hos de handlende.

### Hvad har vi lært?

- Det svandt af pjecerne hos de handlende.
- Vanskeligt at sikre at pjecerne når målgruppen, men nogen i lokalområdet får kendskab til tilbud om forebyggende hjemmebesøg.

### Anbefalinger.

Vigtigt at pjecens forside afspejler formålet og skaber et godt blikfang. Det kan være en god ide at borgere i målgruppen får pjecen direkte i hånden.