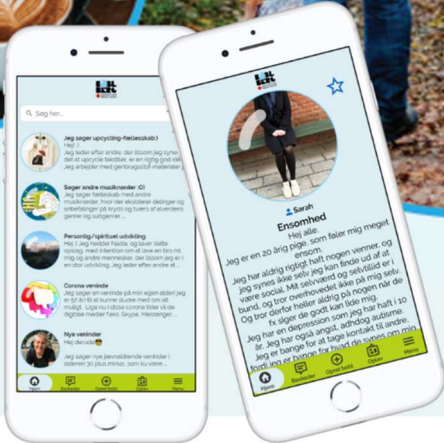


ØKONOMER UDEN GRÆNSER

BOBLBERG

SAMFUNDSØKONOMISK VÆRDI & SOCIAL RETURN ON INVESTMENT





**Rapporten er udarbejdet af
Økonomer Uden Grænser,
April 2021**

Frederik Fogh Sørensen
Holger Juul Harmsen
Jacob Scheel-Bech
Mads Rolin Løjmand
Mikala Henry Madsen
Nanna Emilie Wedel-Heinen

Web: www.economistswithoutborders.net

E-mail: contact@economistswithoutborders.net



Web: www.boblberg.dk

E-mail: support@boblberg.dk

For yderligere oplysninger om rapporten:

Anders Stæhr, Boblberg

E-mail: as@boblberg.dk

INDHOLD

| | |
|--|-----------|
| RESUMÉ | 4 |
| INTRODUKTION | 6 |
| FÆLLESSKABER, ENSOMHED OG MOTION | 6 |
| Sociale fællesskaber | 6 |
| Ensomhed og selvværd i Danmark | 7 |
| Konsekvenserne af ensomhed og dårligt selvværd | 7 |
| Motion og konsekvens af motion | 7 |
| INTRODUKTION TIL BOBLBERG | 8 |
| CASES | 9 |
| Case 1: Ensomhed | 9 |
| Case 2: Familierelation | 9 |
| Case 3: Sport | 9 |
| ANALYSENS DATAGRUNDLAG | 10 |
| Intern data | 10 |
| Spørgeskemaundersøgelsen | 10 |
| Kommunale referater | 10 |
| METODE OG REPRÆSENTATIVITET | 11 |
| Social Return on Investment (SROI) metode | 11 |
| ANTAGELSER FOR BOBLBERG | 14 |
| RESULTATER | 16 |
| Resultater - Overordnet | 16 |
| Resultater - Ensomhed | 16 |
| Resultater - Selvværd/Selvtillid | 17 |
| Resultater - Motion | 17 |
| Resultater - Samfundsgevinst | 18 |
| KONKLUSION | 19 |
| KILDER | 20 |

RESUMÉ

Ensomhed er et stigende problem i Danmark blandt både gamle som unge. I 2020, før coronapandemiens udbrud, følte 8% af den danske befolkning sig ensomme.¹

Som følge af coronapandemien er ensomhed som samfundsproblematik i stigende grad blevet en central del af de sociale/politiske dagsorden.

Boblberg er en online platform til at finde venner og fællesskaber. I et samarbejde med Røde Kors har de sat et mål om at bringe 500.000 danskere ind i fællesskabet inden 2022. Den primære effekt af dette ville være at halvere antallet af ensomme og dem, som føler sig udenfor fællesskab.²

Denne rapport forsøger at kvantificere den sociale værdi, som Boblberg skaber gennem deres online platform. Det gøres ved hjælp af en social return on investment (SROI) analyse.

I nedenstående tabel præsenteres resultaterne af SROI brudt ned på den fireårige periode, hvor det indtages at forandringerne løber over. I tabellen præsenteres de akkumulerede effekter over den fireårige periode, hvor år nul angiver startåret for oplevelsen af forandring, og år tre angiver det sidste år, hvor effekterne initieret i år nul finder sted.

| Nøgletal (kr.) | År 0 | År 1 | År 2 | År 3 |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| A) Akkumuleret omkostning | 2.620.324 kr. | 2.620.324 kr. | 2.620.324 kr. | 2.620.324 kr. |
| B) Akkumuleret bruttonutidsværdi | 11.892.856 kr. | 14.179.944 kr. | 14.619.769 kr. | 14.704.350 kr. |
| C) Akkumuleret nettonutidsværdi | 9.272.532 kr. | 11.559.620 kr. | 11.999.445 kr. | 12.084.026 kr. |
| D) Social Benefit cost-ratio (SCBR) | 5.5 | 6.4 | 6.6 | 6.6 |
| E) Social return on investment (SROI) | 33 % | 36 % | 37 % | 37 % |

Boblberg genererer sammenlagt en samfundsøkonomisk gevinst på 14,7 mio. kr. i løbet af tre år, hvilket giver en nettogevinst på 12 mio. kr., når investeringen fratrækkes. Det betyder, at for hver krone, der investeres i Boblberg, giver det samfundet ca. 5,6 kr. igen, når det ses over en 4-årig periode (hvilket svarer til et afkast på mellem 33-37% per år). Dette afkast er primært drevet af aldersgruppen 50+, hvor 50 % har oplevet et fald i ensomhed, men

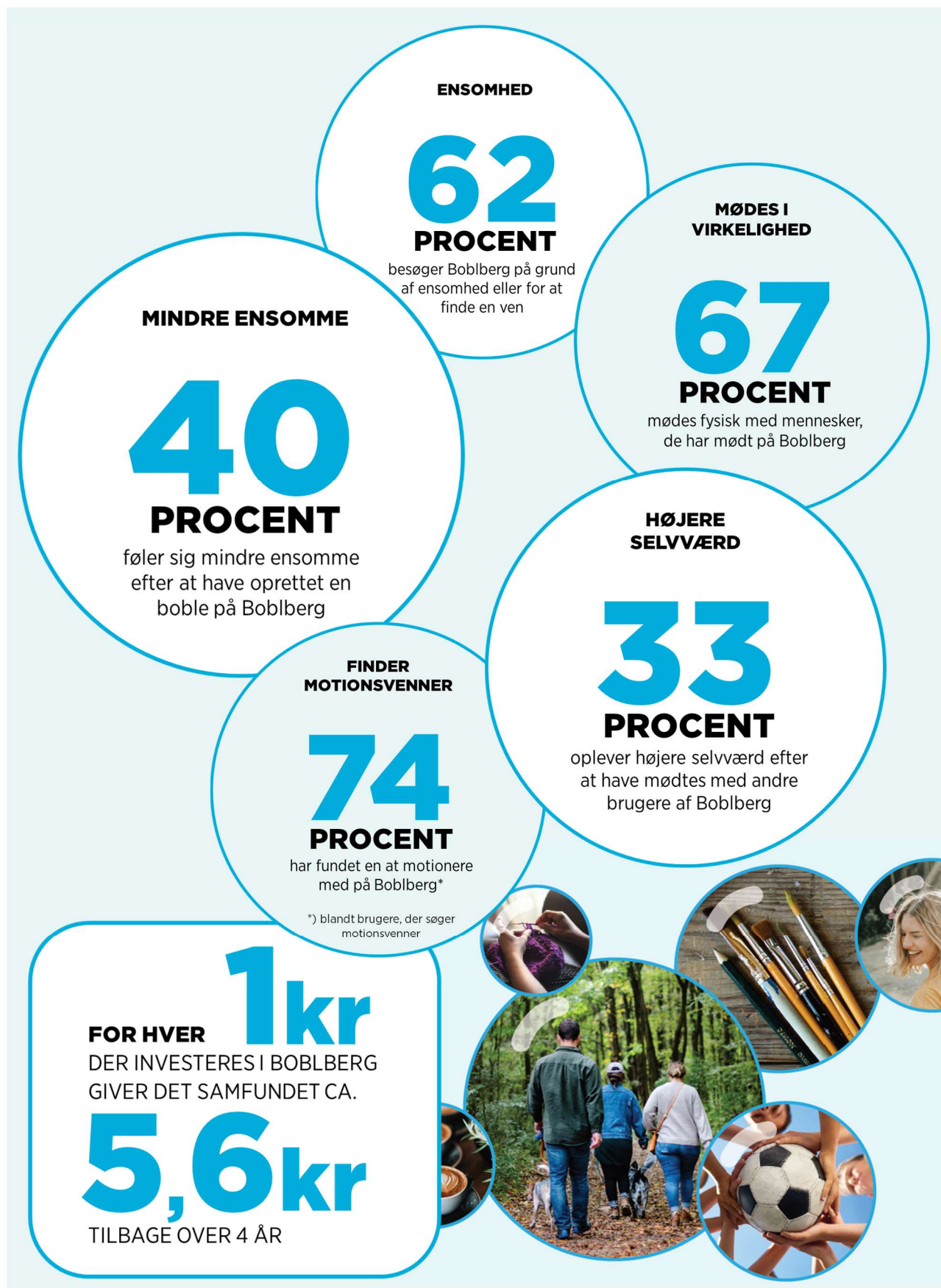
desuden er der store effekter på øget selvtillid samt mere fysisk aktivitet i alle aldersgrupper efter at være blevet en del af Boblbergs univers.

Dette betyder, at investeringen i Boblbergs indsats ud fra de i rapporten angivne data og antagelser, er en særdeles fornuftig investering set fra et socialt og samfundsmæssigt perspektiv.

”Det betyder, at for hver krone, der investeres i Boblberg, giver det samfundet ca. 5,6 kr. igen, når det ses over en 4-årig periode”

¹ https://www.maryfonden.dk/files/Ensomhed%20i%20Danmark_pdf.pdf

² <https://www.welfaretech.dk/medlemmer/boblberg-vshark-inc-aps>



INTRODUKTION

I den følgende rapport forsøger vi at kvantificere den værdi, som Boblberg skaber. Boblberg forsøger at reducere ensomhed ved at sætte folk i kontakt med hinanden igennem en online platform. Der er mange forskellige årsager til folk opsøger Boblberg, men den primære årsag er at skabe nye sociale relationer og fællesskaber. Formen og formatet af disse forskellige relationer kan variere meget, men det centrale er, at begge parter har opsøgt platformen og tilvælger selvstændigt at komme i kontakt med de andre.

I det følgende vil resultaterne af en analyse af Boblbergs online platform for fællesskaber blive præsenteret.

Analysens formål er at belyse individers udbytte af deres deltagelse/interaktion på platformen, samt de sociale og økonomiske gevinster der skabes, når fællesskaber, sociale relationer og netværker opstår på baggrund af Boblbergs platform. Disse relationer har store gevinster, da de i høj grad reducerer ensomhed i alle aldersgrupper. Der er flere forskellige udbytter af Boblbergs arbejde for deres brugere. Denne rapport fokuserer på de primære effekter, som er reduceret ensomhed, øget selvtillid og øget fysisk aktivitet hos brugerne. Der foretages beregninger af det samfundsøkonomiske afkast af organisationens arbejde ved hjælp af en model for Social return on investment (SROI).

FÆLLESSKABER, ENSOMHED OG MOTION

Boblbergs primære effekter medfører, at deres brugere føler sig mindre ensomme, en øget selvtillid og øget fysisk aktivitet. I det nedenstående vil det blive uddybet, hvilken effekt det har at være en del af et socialt fællesskab samt hvilke konsekvenser ensomhed og dårligt selvværd kan føre med sig.

Sociale fællesskaber

Sociale relationer og fællesskaber har stor betydning for individers mentale sundhed. Mennesket har brug for at mærke, at være en del af noget, og at menneskets handlinger og tilstedeværelse har betydning for andre mennesker. Behovspyramiden som blev opfundet af den amerikanske psykolog Abraham Maslow i 1943 er en pyramide, som viser menneskets behov. Her indgår det sociale behov som et af de tre fundamentale behov for menneskelig eksistens. De to første er fysisk behov og sikkerhed.

I nyere tid har flere studier påvist, at en af de mest afgørende faktorer for et langt liv er social integration. I en undersøgelse foretaget af TrygFonden i 2017 fandt man, at 17 % af danskerne lever på kanten af fællesskabet. Heraf har 4 % omfattende sociale og helbredsrelaterede problemer. De føler, at de står uden for samfundets fællesskab.³

³ Mette Thingstrup (2020), Fællesskaber får dig til at leve længere – og bedre: <https://altompsykologi.dk/2018/08/faellesskaber/>

Ensomhed og selvværd i Danmark

Ensomhed er en følelse, der kan opstå, når et individ ikke indgår i fællesskaber og derved ikke får opfyldt de sociale behov som vedkommende ønsker. I Danmark er ensomhed et voksende problem, og kan afføde afledte effekter, som kan forringe glæden i hverdagen, give dårligere arbejdsmoral osv. Ifølge Ventilen⁴ føler 10-12 % af unge mellem 16 og 29 år sig ofte eller altid ensomme. Dog er det ikke blot unge, der er særlig udsat eller ramt af ensomhed, men snarere en voksende tendens, der ses i befolkningen i alle aldersgrupper.

De sociale behov, som mangler at blive tilfredsstillet, kan i høj grad variere og kan blive opfyldt på mange forskellige måder og i en stor variation af interaktioner. Boblberg giver

muligheden for, at personer kan søge netop det, som vedkommende mangler i deres hverdag.

Selvværd handler om betragtning og anerkendelse af egen værdi, og er en vigtig determinant for menneskers livskvalitet. Det drejer sig om at anerkende og acceptere sine værdier frem for at underkende og marginalisere egne evner og egenskaber, og kan både være en forløber til og afledt effekt af depression, stress og ensomhed.⁵ Vigtigt for at forstærke menneskers oplevelse af egen værdi er derfor blandt andet sociale relationer og interaktioner. Et af Boblbergs mål er netop at hjælpe brugerne med at styrke deres selvværd gennem social interaktion.

Konsekvenserne af ensomhed og dårligt selvværd

Ensomhed kan være sundhedsskadelig. Individer der over længere tid har følt sig ensomme, *“sover dårligere, har et øget stressniveau, forhøjet blodtryk og lever ofte en inaktiv og usund tilværelse”*.⁶ En undersøgelse foretaget af DenHeart⁷ blandt patienter med hjerte-kar-sygdomme viser, at ensomhed er associeret med et dårligere helbred. Derudover fandt samme studie, at risikoen for at dø er dobbelt så stor, hvis du både er hjertesyg og ensom.

I en rapport fra Sundhedsstyrelsen i 2016 fremkommer det, at hvert år dør 770 mennesker i Danmark for tidligt på grund af ensomhed. Derudover er der 23.000 ekstra indlæggelser årligt blandt personer, som er ensomme i forhold til personer, som ikke er ensomme, 800.000 sygedage om året skyldes ensomhed, og læger bliver kontaktet 400.000 gange ekstra årligt på grund af ensomhed. Sundhedsstyrelsen opgør, at ensomhed koster samfundet 8 milliarder kroner årligt på grund af udgifter til pleje, behandling og tabt produktion.⁸ Derved kan Boblberg ved at nedsætte ensomheden i den brede befolkning muligvis være med til at spare statskassen for en del udgifter.

Motion og konsekvens af motion

Motion medvirker ikke blot til fysisk forbedring, men også til øget mental velvære. De afledte effekter af at dyrke rutinemæssigt motion har både kortsigtede og langsigtede effekter i form af færre helbredsproblemer samt større mentalt overskud i hverdagen.⁹ Motion kan i mange tilfælde medvirke til at reducere stress samt give bedre fysisk helbred, da fysisk aktivitet har en positiv indvirkning på adskillige biologiske processer.¹⁰ Derfor er motion utrolig

vigtigt for helbredet både fysisk og mentalt. Motion i forbindelse med Boblberg har ydermere en afledt effekt i form af en ny relation. De fleste brugere af Boblberg øger deres fysiske aktiviteter pga. forbindelsen med et andet menneske fx en løbemaker eller en fodboldkammerat. Derfor giver motion i denne sammenhæng også en social relation.

⁴ Ventilen (n.d.), Hvad er ensomhed? <https://ventilen.dk/om-ensomhed/>

⁵ Netdoktor: *Selvværd kan styrkes hele livet*. <https://netdoktor.dk/sygdomme/fakta/selvvaerd-kan-styrkes-hele-livet.htm>

⁶ Ventilen (n.d.), Hvad er ensomhed? <https://ventilen.dk/om-ensomhed/>

⁷ Maria Løvstad (2018), Ensomhed Dræber https://hjerteforeningen.dk/2018/06/ensomhed-draeber/?gclid=EAlaIqobChMI-u3mz_nH6glVStiyCh38fQD-EAAYASAAEgl_3fD_BwE

⁸ Ældresagen (2020), Prisen for ensomhed er høj <https://www.aeldresagen.dk/presse/maerkesager/ensomhed/fakta/prisen-for-ensomhed-er-hoej>

⁹ <https://aktivtraening.dk/sund-livsstil/sundhed-og-motion/saa-sund-bliver-du-af-motion>

¹⁰ <https://motionskalender.dk/saadan-gavner-regelmaessig-motion-dit-helbred/>

INTRODUKTION TIL BOBLBERG

Boblberg blev startet i 2013 med en vision om at skabe sundhed og velfærd for alle gennem styrkende fællesskaber.

Boblberg er således en gratis online platform for fællesskaber og venskaber. Igennem 'bobler' kan folk i alle aldre søge og finde fællesskaber til, hvad de går og mangler i hverdagen. Det kan fx være en ven, en at tale med, en bonus bedsteforældre, en at spille fodbold med, en madklub eller noget helt syvende. Det er kun fantasien og ens egne interesser, der sætter grænsen.

Boblberg har i dag over 300.000 medlemmer og samarbejder med over 35 danske kommuner¹¹. Via et abonnement får kommunernes borgere adgang til at benytte Boblberg og kan finde nye interesser og fællesskaber med deres medborgere. Foruden samarbejdet med kommunerne har Boblberg indgået et strategisk samarbejde med Røde Kors for at gøre det lettere at skabe fællesskaber mellem mennesker og hjælpe alle, der står uden for fællesskabet.

Til sidst samarbejder Boblberg også med en række organisationer og foreninger, der bl.a. bruger platformen til medlemshvervning og kommunikation.



¹¹ Per marts 2021 steget til 350.000 borgere i 45 kommuner. Dette påvirker dog ikke udregninger og konklusionerne i rapporten

CASES

Det følgende afsnit har til formål at give nogle praktiske eksempler på, hvordan folk i meget forskellige aldersgrupper bruger Boblberg til at finde nogle sociale relationer.

Case 1: Ensomhed

Tilflytter finder ny venindegruppe

23-årige Karoline flytter til en ny by uden at kende nogen. Karoline mangler naturligt fællesskaber, da hun ikke har noget netværk i den nye by. I et forsøg på at finde fællesskaber, støder hun på Boblberg. Karoline opretter en bobl for at søge efter nye veninder. Hun får en henvendelse af Pernille, da Pernille har mange af de samme interesser som Karoline. Pernille introducerer Karoline for nogle af hendes veninder. Karoline ender i samme vennegruppe med Pernille og hendes veninder, hvor de tager på shopping ture, byture og holder nytår sammen. Karoline har været glad for at benytte Boblberg, og regner med at benytte det fremover, f.eks. til at finde en mødregruppe.¹²

Case 2: Familierelation

Beriget med et ekstra barnebarn

Jytte og Leo, som har været ægtefæller i 35 år, lærte Boblberg at kende efter et længere sygdomsforløb. Sygdomsforløbet gjorde, at de blev beriget med mere fritid, hvorefter de valgte at søge en petanquemakker. Udover at finde en petanquemakker på Boblberg faldt Jytte og Leo over Marius på 4 år, som søgte reservebedsteforældre til bedstedag i børnehaven. Marius' mor havde i forbindelse med bedstedagen i børnehaven slået en boble op, hvilket medførte at Marius både fik Jytte og Leo med til bedstedag, men også blev beriget med reservebedsteforældre i hverdagen.¹³

Case 3: Sport

Samlede et helt hold fodboldspillere

Andreas bor i Hvidovre med sine to børn, er et stort familiemenneske og elsker fodbold - han manglede bare et hold at spille med. Han ledte efter en fodboldmakker på nettet, og faldt over Boblberg, hvor han oprettede en bobl i håbet om at møde andre fodboldinteresserede. Han endte med at samle 18 spillere med samme ønske som ham, og de spiller nu fast én gang om ugen. Efter halvandet år er Andreas fortsat fast bruger af Boblberg, og finder fortsat nye spillere til holdet løbende. Andreas' næste skridt er at starte egen forening og udvide holdet yderligere - det hjælper Boblberg ham med.¹⁴

¹² Boblberg (n.d.), Karoline - En tæt veninde blev til flere <https://boblberg.dk/historier/177>

¹³ Boblberg (n.d.), Jytte og Leo - Udvidede familien med et ekstra barnebarn <https://boblberg.dk/historier/15>

¹⁴ Boblberg (n.d.), Andreas - Samlede et helt hold fodboldspillere <https://boblberg.dk/historier/73>

ANALYSENS DATAGRUNDLAG

Der er i rapporten blevet benyttet tre primære datakilder;

- Intern data fra Boblberg
- Spørgeskema udsendt i samarbejde mellem Boblberg og Økonomer Uden Grænser
- Kommunale referater vedr. brug af Boblberg

Intern data

Boblberg har i forbindelse med opstarten af denne rapport udleveret en betydelig mængde af intern data fra deres platform. Heraf har det været muligt at identificere aktiviteten på platformen, kompositionen af brugerne, samt klarlægge hvilke behov Boblberg opfylder gennem indsigt i hvilke opslag, der bliver publiceret på platformen. På baggrund af de indsigter den interne data kunne give, er spørgeskemaundersøgelsen blevet udformet.

Spørgeskemaundersøgelsen

Foruden intern data fra Boblberg er der i rapporten blevet indsamlet data med henblik på den socialøkonomiske analyse. I perioden 17.08.2020 - 29.09.2020 har 292 brugere svaret på et spørgeskema designet af Økonomer Uden Grænser. Spørgsmålene har til formål at få en dybere forståelse for 1) hvilke årsager der er til at brugeren er på Boblberg, 2) hvor ofte brugeren bruger platformen, samt 3) i hvor høj grad platformen har været med til at øge brugerens trivsel. Foruden de konkrete spørgsmål, er der i spørgeskemaet også givet rum for brugeren til at uddybe sine svar og oplevelser med Boblberg med en længere skriftlig udtalelse.

Spørgeskemaet indeholder først en række baggrundsspørgsmål, som giver et indblik i, hvad der karakteriserer målgruppen for platformen. Derefter deler spørgeskemaundersøgelsen brugerne af Boblberg op i 5 kategorier ud fra årsagen til brugen af platformen fra brugerens eget perspektiv.

De fem kategorier er:

- 1) Jeg ledte efter en ven/jeg var ensom,
- 2) Jeg ledte efter motions-/sportspartner,
- 3) Jeg har haft problemer med mental mistrivsel/sygdom/misbrug,
- 4) Jeg ledte efter en familieven/havde brug for ekstra hænder i familien,
- 5) Andet

Hver kategori har målrettede spørgsmål i spørgeskemaet, for at opnå så relevante og præcise spørgsmål og svar som muligt fra hver bruger. Til sidst har alle brugere svaret på, hvor glade de har været for at bruge Boblberg, og i hvor høj grad de vil anbefale Boblberg til en ven. De fleste af spørgsmålene er blevet besvaret på en fempunktsskala, hvor det også har været muligt at angive, at det pågældende spørgsmål ikke er relevant for den enkelte respondent.

Kommunale referater

Boblberg samarbejder med mere end 35 danske kommuner, som mod en årlig betaling får en kommunalspecifik side på platformen, hvor beboere i kommunen bliver tilknyttet ved oprettelse på Boblberg. I forbindelse med opstarten af Boblberg i kommunerne, er der flere kommuner, som har evalueret effekten og værdien af Boblberg. I denne rapport er disse kommunale referater, heriblandt Odense, Varde, Gribskov & Fredericia, benyttet til at validere og sammenligne effekterne ØUG har identificeret gennem spørgeskemaet og Boblbergs interne data.

METODE OG REPRÆSENTATIVITET

Den samfundsøkonomiske analyse af Boblberg fokuserer på tre primære årsager til benyttelse af Boblberg:

- Ensomhed
- Fysisk aktivitet
- Højere selvtillid (selvværd)

De tre fokusområder er valgt, fordi det igennem dataindsamlingen er blevet tydeligt, at netop disse tre kategorier driver en relativ stor andel af brugerne, der benytter Boblberg. Derudover foreligger der troværdige vurderinger af deres samfundsøkonomiske omkostninger. Det er også i disse tre kategorier, at brugerne øjensynligt oplever at Boblberg skaber den største værdi.

Den metodiske tilgang er i sin enkelthed let forståelig. På baggrund af det udsendte spørgeskema fra ØUG udregnes et procentuelt estimat af, hvor mange personer Boblberg platformen har hjulpet inden for de valgte kategorier og aldersgrupper. Andelen Boblberg hjælper bliver ganget med størrelsen af Boblbergs virkning for den enkelte. En sådan beregning bygger på to væsentlige antagelser.

1. En antagelse om hvordan brugernes svar relaterer sig til det omfang, de har oplevet forbedringer efter benyttelse af Boblberg, dvs. hvilke faktiske forbedringer, de forskellige svarmuligheder afspejler. Svarer en bruger fx, at personen har oplevet en "meget stor" forbedring af ensomhed som følge af benyttelse af Boblberg, skal dette kvantificeres. De eksakte antagelser heraf redegøres der for i analyseafsnittet.
2. Spørgeskemaundersøgelsen giver os hovedsageligt mulighed for at udtale os om brugerperspektivet på nytten ved brugen af platformen Boblberg. Vi har testet hvorvidt vores spørgeskemaundersøgelse er repræsentativ for de brugere som er på platformen. Såfremt resultaterne ønskes generaliseret fra respondenterne til alle brugere af Boblberg kræves det, at respondenterne i spørgeskemaet er repræsentative for alle brugere af Boblberg. Sammenholdt med kommunalrapporternes data og det interne data, ser vi generelt en overensstemmelse med spørgeskemaet ift. demografi og aktivitet. Kategorien "ensomhed" fremstår dog en anelse overrepræsenteret i spørgeskemaet, hvorfor vi har nedskrevet denne værdi i analysen.

Social Return on Investment (SROI) metode

Metoden, som er anvendt til at beregne den sociale værdi skabt af Boblberg platformen, har sit afsæt i manualen "A guide to Social Return on Investment". Denne manual blev publiceret for første gang i 2009 af det britiske Cabinet office, og sidenhen i samarbejde med Social Value UK opdateret i 2012. Særligt nævneværdigt i den nyeste publicerede udgave er introduktionen af en underliggende model, herunder et impact map, der identificerer de sociale værdier på interessenter, som blev skabt i et samspil mellem praktikere, akademikere og forskere med indsigt i social værdi og effektmåling. Tilgangen til social værdimåling præsenteret i "A guide to Social Return on Investment", er i løbet af årene blevet bredt anerkendt, og både ledende læringsinstitutioner som Berkeley og Stanford University, samt offentlige institutioner som Social- og Indenrigsministeriet har adapteret metoden.

Manualen og modellen kan koges ned til 3 overordnede områder:

- 1) Forandringsteori
- 2) Effektmåling
- 3) Værdisætning

Forandringsteori er et metodisk redskab, der hjælper med at identificere aktuelle interessenter, for efterfølgende at synliggøre og kortlægge deres input, outputs og outcomes. Motivationen for at synliggøre de forskellige interessenters mekanismer er, at det her bliver fremhævet hvilke mulige effekter, der skal måles på. Effektmålingen kvantificerer herefter disse effekter, og slutteligt værdisættes effekterne i kroner og øre vha. værdisætningen.

Den umiddelbare fordel ved at arbejde ud fra denne model er den fulde gennemsigtighed ved alle antagelser og trin i beregningen af den sociale værdi. Dette er et særligt vigtigt element, når vi arbejder med beregning af social værdi, hvor effekterne ikke altid er umiddelbare. Modellen kompenserer således for en del af usikkerheden ved at være transparent og følge en klar operationel ramme, der gør det muligt at forskellige projekter kan måles objektivt op mod hinanden.

VIRKSOMHEDSRATIONALE

I en tid, hvor flere danskere end nogensinde før føler sig ram af ensomhed, har Boblberg skabt en digital platform, hvor borgere fra hele Danmark inviteres til at bruge deres lokalsamfund i fællesskab med andre.

Boblbergs vision er, at danskerne sikkert og trygt kan skabe nye fællesskaber og dele sine interesser med ligesindede. Fællesskabsplatformen har i 2021 rundet 350.000 brugere og samarbejder med kommuner, organisationer og foreninger over hele landet.

FORANDRINGSTEORI

Boblberg tilbyder et indbydende og sikkert rum, hvor danskere i alle aldersgrupper kan finde nye bekendtskaber, motionsvenner, reservebedsteførelde, samtalevenner og meget mere i samarbejde med Røde Kors.

Forandringsteorien forsøger at kortlægge outcome af Boblbergs arbejde og derved skabe overblik over, hvilke effekter Boblberg-plattformen har på brugerne og samfundet. Forandringsteorien er delt op i tre 'faser':

- 1) Hvilke inputs Boblberg kræver; hvad driver målet om at reducere ensomhed
- 2) Hvilke outputs Boblberg producerer; hvad Boblbergs arbejde konkret ændrer for brugerne og samfundet
- 3) Hvilke outcomes disse outputs skaber; hvad de specifikke outputs betyder for anpartshaverne og samfundet

Brugerne af Boblberg leverer tid og personlig overskud som input i modellen idet de risikerer ikke at kontakt med andre. Der er tre overordnede outputs for brugernes vedkommende; nye bekendtskaber, øget fysisk aktivitet og flere fællesskaber, da disse tre anses for de hyppigste og mest omfangsrige effekter af Boblbergs produkt.

Disse outputs forventes af bibringe outcomes i form af mere selvtillid, øget jobparathed og dermed beskæftigelse, mere selvstændighed, bedre helbred både mentalt og fysisk.

Udbyderne af platformen – Boblberg og Røde Kors – lægger tid og penge i projektet med en forventning om at få mere funding, flere deltagende kommuner og dermed flere brugere.

Det vil være med til at opnå deres vision om at skabe sundhed og fællesskaber for alle i Danmark.

INPUT

- Tid og initiativtagen fra brugerne
- Løn og økonomiske udgifter til driften af Boblberg
- Økonomisk støtte fra samarbejdskommuner
- Oplysningskampagner fra kommuner
- Økonomiske støtte fra sponsorer
- Strategisk samarbejde med Røde Kors

OUTPUT

- Større sociale flader blandt brugerne og heraf mindre ensomhed
- Mulighed for erfaringsdeling og større fra mennesker, der tidligere har været ramt af psykiske sygdomme
- Mere aktiv livsstil, som danner grundlag for bedre sundhed og sociale aktiviteter
- Øget fællesskab på tværs af husstandene i kommunerne

OUTCOMES

- Færre besøg til praktiserende læge som følge af en bedre fysisk og mental trivsel
- Mere selvstændighed, særligt blandt den ældre generation, og heraf også senere indflytning på plejehjem
- Større sandsynlighed for beskæftigelse
- Øget aktivitet i de lokale sportsforeninger
- Bedre fundingmuligheder for Boblberg
- Tryggere lokalområder
- Større selvtillid og selvværd blandt brugerne

INVOLVEREDE



BRUGERE



BOBLBERG



FAMILIE



KOMMUNER



REGIONER



SPONSOR

I forbindelse med adoptionen af SROI modellen bør der foretages videnskabssteoretiske overvejelser omkring det tilgængelige analyseniveau. I det datagrundlaget for denne rapport alene er bygget på før og efter analyse uden anvendelse af kontrolgrupper, kan der reelt ikke redegøres for Boblberg-brugernes udvikling i fraværet af Boblberg. Vi

kan således ikke med sikkerhed konkludere, at hele forandringen kan tilskrives tilstedeværelsen af Boblberg. For at kompensere for fraværet af en kontrolgruppe, er der i modellen inkluderet en række antagelser om deadweight, displacement, attribution og drop off, som nedskriver bruttoeffekten. Disse begreber defineres herunder:

Deadweight angiver hvor stor en del af udfaldet, der ville være sket, uanset om brugeren havde benyttet Boblberg eller ej. Således tages der hensyn til udviklingstendenser, der skyldes eksterne faktorer. En central faktor i benyttelse af Boblberg er, at brugerne selv skal tage initiativ ved enten at skabe en boble eller respondere på en boble. Brugere er således selv initiativtagere, hvorfor det synes sandsynligt, at en andel af brugerne vil have opnået eksempelvis en mindre ensomhed også i fraværet af Boblberg.

Displacement angiver, i hvor høj grad udfaldet har afløst eller fordrevet udfaldet fra anden aktivitet. Det kunne eksempelvis være, at brugeren oprindeligt var aktiv på en anden digital platform for fællesskaber, som vil have skabt de samme effekter. I sådan et tilfælde vil Boblberg ikke skabe nogen ny værdi, de vil blot facilitere effekterne, som alligevel havde trådt i kraft gennem en anden digital platform for fællesskaber.

Attribution angiver, hvor meget andre aktørers tilstedeværelse har påvirket udfaldet. Boblberg har et tæt samarbejde med en lang række kommuner, som også aktivt har promoveret Boblberg og dermed forventeligt haft en andel i effekten. Der kan desuden være andre ubekendte initiativer i kommunen som kan have påvirket resultaterne.

Drop off angiver, hvor meget effekten aftager hvert år. Dette kan skyldes, at det initiale behov for samvær er opfyldt, og hvordan effekten af nye bekendte eller motion gradvist aftager. Desuden vil nogle nye relationer ikke vare ved, og derved kan brugeren blive ensom igen.

Impact (værdien af outcomes) opgøres for både økonomiske og sociale effekter. Den økonomiske værdi er de driftsøkonomiske besparelser eller øgede indtægter, som myndighederne (kommuner, regioner og staten) opnår som følge af en intervention - fx effekten af reduceret ensomhed på offentlige finanser (se beskrivelse af forskning fra London School of Economics i næste afsnit). Sociale værdier derimod måler værdien af øget trivsel opgjort i en monetær enhed (f.eks. kroner og ører). Her er der altså ikke tale om penge, der skifter hænder. De personer, som opnår

en social værdi, får således ikke værdien udbetalt. Værdien er et udtryk for, hvor mange penge personen skulle have fået i hånden, hvis vedkommende skulle opnå samme trivselsfremgang, som er opnået ved fx reduceret ensomhed.

Disse beregninger og rapportens resultater skal tolkes med et gran salt, da samfundsmæssig værdi ikke kan måles og altid skal ses som et estimat.

ANTAGELSER FOR BOBLBERG

Deadweight

Deadweight er, jf. tabel 1 (nedenfor), sat til 75 %. Deadweight er estimeret på baggrund af ØUG's tilsendte spørgeskema, hvor brugerne specifikt skal forholde sig til, *hvorvidt* Boblberg har haft en indflydelse på en forbedring på ensomhed, motionsvaner eller selvtillid. På baggrund af responsen, har vi segmenteret mellem brugere, der konstaterer, at Boblberg har haft en aktiv andel i den positive ændring og brugere, som ikke har oplevet en forbedring i outcomes som følge af anvendelse af Boblberg.

Displacement

Det synes sandsynligt, at en del af den interaktion, som foregår på Boblberg, førhen har været faciliteret på andre sociale medier såsom Facebook, dating-apps m.m. For at kompensere for dette benytter vi en displacement effekt på 65 %. Vi forventer altså som konservativt estimat, at 65% af de relationer, Boblberg har skabt, ville være dannet på konkurrerende sites uden Boblbergs eksistens. Disses udspring antages altså at være flyttet til Boblberg fra andre platforme.

Attribution

Vi antager en konservativ attribution afskrivning ift. attribution, da Boblberg er en 'mellemand' for at få etableret rammerne for at effekterne kan finde sted. Når fx den lokale tennisklub rækker ud efter nye medlemmer eller sognegården tager initiativ til en samværsaften på Boblberg, må en stor del af den effekt brugerne oplever tilskrives disse initiativtagere. Vi nedskriver af disse grunde den effekt, Boblberg bidrager til, med 80 %.

Drop-off

Vi antager et drop-off på 80 %, altså antager vi at effekten falder med 80 % per år efter Boblberg er brugt til at skabe første kontakt. Det skyldes bl.a., at fundamentene for de fællesskaber og venskaber, der dannes, gradvist flyttes væk fra Boblberg efter første kontakt, mens man også må forvente at nogle nyskabte relationer dør ud over tid.

TABEL 1

| Interesser | Aldersgrupper | Input | Forventet forandring | Antal berørte | Variation | Outcome start | Inputs | Dead weight % | Displacement % | Attribution % | Drop off % | Impact |
|---|---|---------------------|-----------------------------|---------------|-----------|---------------|---|--------------------------------------|---|---------------------------------------|------------------------------|--|
| Hvem har indflydelse og hvem bliver påvirket? | Hvilken aldersgruppe tilhører boblerne? | Hvad investerer de? | Hvad ændres for målgruppen? | Antal berørte | Variation | Outcome start | Finansielt proxy | Hvad ville væres sket uden Boblberg? | Hvor meget blev andre platforme forskubbet? | Hvor meget bidrog andre til effekten? | Hvor meget aftager effekten? | Kvantitet gange den finansielle proxy fratrukket deadweight, displacement og attribution |
| | Under 25 | 0 | Øget selvtillid | 759 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of improvements in confidence (youth) (under 25) | 75 | 65 | 80 | 80 | 1.957.015 kr. |
| | 25 – 49 | 0 | Øget selvtillid | 1518 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of improvements in confidence (adults) (25-49) | 75 | 65 | 80 | 80 | 3.595.107 kr. |
| | Over 50 | 0 | Øget selvtillid | 1708 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of improvements in confidence (elder) (above 50) | 75 | 65 | 80 | 80 | 3.889.712 kr. |
| | Under 25 | 0 | Mindre ensom | 759 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of feeling a part of a community (youth) (under 25) | 75 | 65 | 80 | 80 | 407.115 kr. |
| | 25 – 49 | 0 | Mindre ensom | 1328 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of feeling a part of a community (adults) (25-49) | 75 | 65 | 80 | 80 | 267.259 kr. |
| | Over 50 | 0 | Mindre ensom | 1898 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of feeling a part of a community (elder) (above 50) | 75 | 65 | 80 | 80 | 680.016 kr. |
| | Under 25 | 0 | Øget fysisk aktivitet | 924 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of multi-exercise (youth) (under 25) | 75 | 65 | 80 | 80 | 355.425 kr. |
| | 25 – 49 | 0 | Øget fysisk aktivitet | 519 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of multi-exercise (adults) (25-49) | 75 | 65 | 80 | 80 | 219.712 kr. |
| | Over 50 | 0 | Øget fysisk aktivitet | 2253 | 4 | 1 | Social Value Bank (SVB), Value of multi-exercise (elder) (above 50) | 75 | 65 | 80 | 80 | 2.256.507 kr. |
| Det offentlige | Alle | 0 | | 2228 | 4 | 1 | London School of Economics, Making the economic case for investing in actions to prevent and/or tackle business (elder) | 75 | 65 | 80 | 80 | 1.214.413 kr. |
| Boblberg | | 2.620.324 kr. | | | | | | | | | | -2.620.324 kr. |
| Total værdi (nutid) | | | | | | | | | | | | 12.527.211 kr. |
| Det sociale afkast pr. krone (SROI) | | | | | | | | | | | | 5,6 kr. |

RESULTATER

I dette afsnit præsenteres resultaterne af den samfundsøkonomiske analyse. Først præsenteres en overordnet beskrivelse af respondenternes oplevelse og virkning af at benytte Boblberg. Efterfølgende vil de fire kilder til samfundsgevinst, ensomhed, selvværd, motion og vanlig økonomisk afkast, præsenteres særskilt.

Afsnittene er opdelt, så der for hver benyttelsesårsag vil blive præsenteret, hvordan de forskellige aldersgrupper oplevede en positiv effekt af Boblberg i forhold til deres benyttelsesårsag.

Resultater - Overordnet

Der hersker en generel tilfredshed blandt brugerne ved brug af Boblberg. Således tilkendegiver over tre fjerdedele (76,18 %), at de vil anbefale Boblberg til en ven. Kun tolv procent giver scoren en ud af fem i spørgsmålet *"I hvor høj grad vil du anbefale Boblberg til en ven?"*. Den positive respons til spørgsmålet indikerer, at brugeren oplever en stor tilfredshed ved brugen af Boblberg, og at det opfylder et reelt behov for brugeren.

På tværs af de 4 kilder til samfundsgevinst har Boblberg skabt en total værdi på ca. 12,5 mio. kr. Dette resulterer i et social afkast på 5,61 kr. for hver krone der bliver investeret, når driftsomkostninger medtages i beregningen. Det er i analysen tydeligt, at det primært er de socialøkonomiske effekter, som driver samfundsgevinsten, hvor især Boblbergs evne til at skabe en relation blandt brugere, og at de heraf oplever øget selvværd, som skaber en stor samfundsgevinst.

Resultater - Ensomhed

Af de 292 respondenter til spørgeskemaet tilkendegiver 181 at *ensomhed/ønske om en ven* er den primære årsag til, at de benytter Boblberg. Vi ser, at denne kategori er en anelse overrepræsenteret sammenholdt med kommunale rapporter og intern data fra Boblberg, hvorfor de 56 % repræsentation er nedskrevet til 29 % i den socialøkonomiske analyse.

På spørgsmålet *"Har du mødt nogle mennesker i virkeligheden, som du fik kontakt via Boblberg?"* svarer to tredjedele (66,85%) *"ja"*.

Dermed har over to tredjedele af brugerne, som har opsøgt Boblberg for at blive mindre ensomme, oplevet at der igennem Boblberg bliver faciliteret en kontakt, som de møder i virkeligheden. Det markante positive tal bevidner om, at Boblberg har haft succes med at skabe en platform hvor folk, der søger mere socialt samvær, kan møde ligesindede.

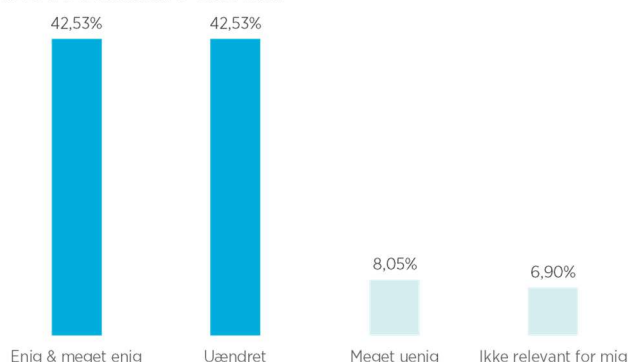
På spørgsmålet hvor brugerne specifikt bliver spurgt ind til Boblbergs effekt på ensomhed; *"Efter at have benyttet Boblberg er jeg blevet mindre ensom"*, angiver omtrent 40 %, at de er meget enige eller enige i udsagnet. Den præcise fordeling af svarene er præsenteret i figur 1, som også bevidner om et fåtal, der oplever en negativ effekt på ensomheden efter brug af Boblberg.

Det skal noteres, at fåtallet, der oplever en større ensomhed som følge af brugen af Boblberg, ikke er medregnet som en

samfundsomkostning, da gruppen udgjorde en for lille gruppe, og det blev vurderet, at usikkerheden heraf var for stor.

Figur 1 - Ensomhed

"Efter at have benyttet Boblberg er jeg blevet mindre ensom"



Den totale samfundsgevinst skabt af Boblberg i forhold til at nedkæmpe ensomhed summerer op til knap 1,7 mio. kr som også fremgår af tabel 1.

I samme tabel kan det også ses, at Boblberg formår særligt godt at facilitere nye bekendtskaber for den ældre gruppe (50+), hvor Økonomer Uden Grænser estimerer Boblberg til at have hjulpet næsten 2.000 personer ud af ensomhed.

Resultater - Selvværd/Selvtillid

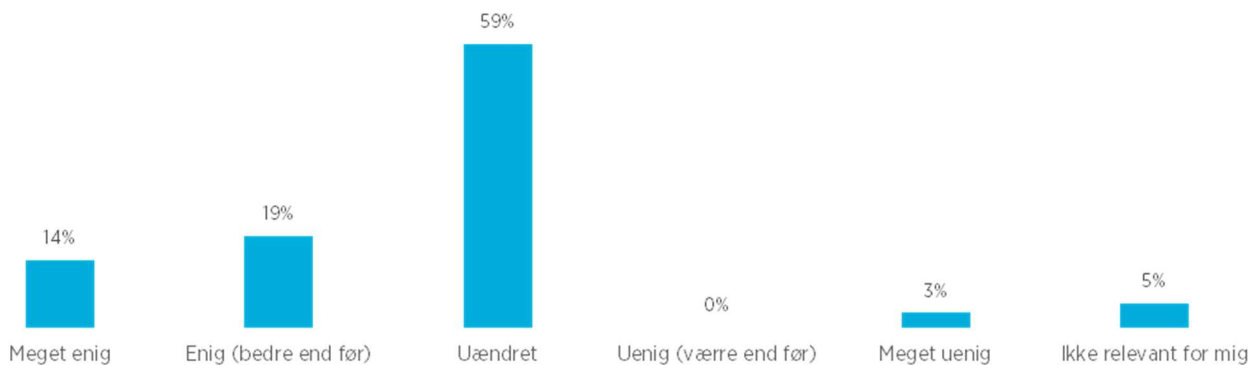
Et biprodukt af Boblbergs arbejde er - i forbindelse med samvær og aktivitet med andre mennesker - at sitets brugere skal opleve styrket selvtillid og selvværd efter at have mødt med andre mennesker via Boblberg. Spørgeskemaanalysen viser jf. figur 2, at 33% af de adspurgte, som havde mødt fysisk med andre Boblberg-brugere, var enige eller meget enige i, at de havde fået mere selvværd efter at have benyttet Boblberg. Kun 3% var uenige eller meget uenige. SROI-analysen estimerer, at det samlede sociale afkast på lavere ensomhed blandt sitets

brugere svarer til omtrent 9,4 mio. kr. over de næste fire år. I SROI-analysen vurderes det, at effekten for en ung af at være en del af et fællesskab er 9.213 kr., hvorimod værdien for en ældre (50+) er 16.409 kr. og reduktionen af ensomhed for en ældre værdiansættes til 6.000 kr. SROI-analysen estimerer derfor, at det samlede sociale afkast på effekten af at have fundet en træningspartner er 2,7 mio. kroner over de næste fire år, da det reducerer ensomhed og øger følelsen af at være en del af et fællesskab.

Figur 2 - Selvværd

Efter at have benyttet Boblberg i hvor høj grad er du enig i følgende:

”Jeg har fået mere selvværd”



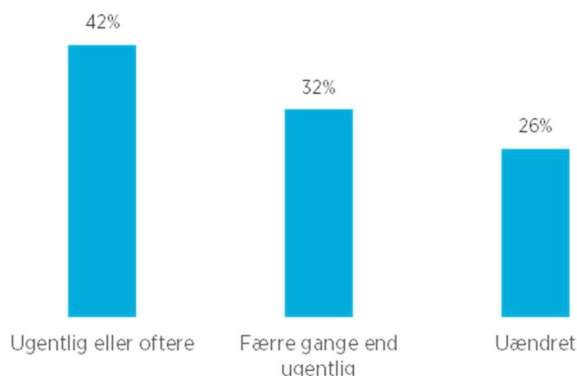
Resultater - Motion

Af de 292 respondenter til spørgeskemaet tilkendegiver knap 10 %, at ønsket om at finde en motions-/sportspartner er den primære årsag til, at de benytter Boblberg. Dette inkluderer alt fra en vandrepartner til oprettelsen af nyt fodboldhold, eller håbet om at få flere medlemmer til en petanqueklub. Af figur 3 fremgår det, at hele 74 % af dem, som der søgte en motions-/sportspartner har fundet det, de søgte, og har motioneret som resultat af at have slået en boble op. Af respondenterne er det 42 %, der mødes på regelmæssig basis og motionerer én til flere gange om ugen med den eller de partnere, vedkommende har fundet igennem Boblberg.

Med hensyn til de afledte effekter af at have fundet en motions-/træningspartner, er 68 % blevet meget gladere efter at have fundet det, de søgte, mens 56 % af respondenterne er enige eller meget enige i, at de har fået en ven grundet Boblberg.

Figur 3 - motion

Hvor ofte har du dyrket motion med din boble-forbindelse?



Resultater - Samfundsgevinst

Samfundsgevinster affødt af Boblberg kan både være forbedret psykisk og fysisk helbred. Øget socialt fællesskab reducerer blandt andet ensomhed og kan derved reducere besøg til praktiserende læge som følge af fysisk og mental trivsel. Desuden øger socialt fællesskab sandsynligheden for beskæftigelse. Erfaringsdeling og støtte fra andre mennesker, der er ramt af psykiske lidelser, kan reducere behovet for offentlig støtte. Mere selvstændighed blandt ældre kan bl.a. medføre senere indflytning på plejehjem.

Samtidig danner en mere aktiv livsstil grundlag for bedre sundhed og dermed mindre brug af praktiserende læge,

mens flere foreninger og lokale klubber kan skabe tryggere lokalområder for borgerne.

Disse følgevirkninger er blot et udsnit af de afledte effekter, som Boblberg vurderes at skabe. Med udgangspunkt i disse estimeres samfundsgevinsten til ca. 1,2 mio. kr., idet det antages, at 4% af Boblbergs brugere vil kræve færre offentlige ydelser. Disse resultater bygger på forskning fra London School of Economics i effekten af ensomhed på offentlige finanser, samt ØUG's beregninger på Boblbergs impact.

KONKLUSION

Boblbergs mission er at være et mødested for de danskere, der ønsker at skabe fællesskab og samvær - både gennem fælles interesser og på tværs af sociale ståsteder. Alle der søger nogen at dele noget med, har i dag mulighed for at finde dette gennem Boblberg. Således kan Boblberg bidrage til et mere integreret samfund ved at hjælpe borgere med at skabe relationer på tværs.

Rapportens resultater baseres på spørgeskemaundersøgelse af Boblbergs brugere og social investeringsteori koblet med forskning i værdisætning af ikke-markedsomsættelige aktiver som fysisk og mentalt helbred. Rapporten finder, at Boblberg skaber samfundsmæssige værdi gennem mindre ensomhed, større selvværd og øget fysisk aktivitet. Overordnet vurderes det, at én krone investeret i Boblberg giver samfundet 5,6 kr. igen. Det betyder, at investeringen i Boblbergs indsats ud fra de i rapporten angivne data og antagelser, er en særdeles fornuftig investering set fra et socialt og samfundsmæssigt perspektiv.

” Overordnet vurderes det, at én krone investeret i Boblberg giver samfundet 5,6 kr. igen”

KILDER

Boblberg (n.d.), Karoline - En tæt veninde blev til flere: <https://boblberg.dk/historier/177>

Boblberg (n.d.), Jytte og Leo - Udvidede familien med et ekstra barnebarn: <https://boblberg.dk/historier/15>

Boblberg (n.d.), Andreas - Samlede et helt hold fodboldspillere: <https://boblberg.dk/historier/73>

Boblberg (n.d.), Janie - Sundhedskonsulenten og de pårørende: <https://boblberg.dk/historier/38>

Carla M. Perissinotto (2012), MD, MHS; Irena Stijacic Cenzer, MA; Kenneth E. Covinsky, MD, MPH: *Loneliness in Older Persons: A Predictor of Functional Decline and Death* <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/fullarticle/1188033>

Mette Thingstrup (2020), Fællesskaber får dig til at leve længere - og bedre: <https://altompsykologi.dk/2018/08/faellesskaber/>

Ventilen (n.d.), Hvad er ensomhed? <https://ventilen.dk/om-ensomhed/>

Maria Løvstad (2018), Ensomhed Dræber https://hjertereforeningen.dk/2018/06/ensomhed-draeber/?gclid=EAlaIqobChMI-u3mz_nH6gIVStiyCh38fQD-EAAYASAAEgl_3fD_BwE

Ældresagen (2020), Prisen for ensomhed er høj <https://www.aeldresagen.dk/presse/maerkesager/ensomhed/fakta/prisen-for-ensomhed-er-hoej>

Kommunale referater

<https://www.odense.dk/politik/dagsordner-og-referater/aldre-og-handicapudvalget?agendauid=7710b040-f07d-469f-90bc-e3c587d81ab2&presentationuid=54fec2f4-007e-4d00-9d8e-5491e6838fc2>

<https://www.gribskov.dk/Umbraco/OpenPublic/ESDHJsonAgenda/DownloadFile?relativePath=/gribskov/ProfilePublic.nsf/35e5df75d22084e0c1256e3700524c65/3d879b281468ca1dc125806100462c0b?OpenDocument>

https://www.vardekommune.dk/sites/default/files/borger/sundhed_og_omsorg/strategi_paa_aeldreomraadet_2020.pdf

https://www.fredericia.dk/sites/default/files/acadre/Files_2599_2450617/13-01-2020.pdf
