



Sidegadeprojektet

- set fra deltagere og samarbejdspartnere

Juni 2008

Henning Hansen og Marianne Malmgren



Sidegadeprojektet

- set fra deltagere og samarbejdspartnere

Juni 2008

Henning Hansen og Marianne Malmgren

Sidegadeprojektet
- set fra deltagere og samarbejdspartnere

© CASA, Juni 2008

ISBN 978-87-91795-98-5

Elektronisk udgave: ISBN 978-87-91795-99-2

Forord

Sidegadeprojektet er en del af den frivillige sociale organisation Kristeligt Studenter-Settlement. Det er et socialt eksperiment og bygger på synergien imellem det frivillige arbejde, sociale aspekter og den lokale dimension samt beskæftigelse for arbejdsløse. Projektet har eksisteret siden 1986, og dets ramme er 9 butikker og værksteder samlet i et mindre gadeafsnit i Saxogade på Vesterbro i København. I dette miljø tilbydes beskæftigelsesmæssige, omsorgsmæssige og rådgivningsmæssige aktiviteter. Aktiviteterne er funderet i produktionsopgaver, serviceopgaver og sociale samværstilbud.

I 2007 har Settlementet modtaget økonomiske midler fra PUF (Puljen til frivilligt socialt arbejde for socialt truede mennesker) til projektet. I forbindelse hermed har Settlementet ønsket gennemført dels en brugerundersøgelse, dels en beskrivelse og vurdering af projektet set fra samarbejdspartnerne.

Vi vil gerne takke alle de personer i Sidegaden, som har taget sig tid til at udfylde spørgeskemaerne, og de medarbejdere, som har hjulpet med spørgeskemaundersøgelsens praktiske gennemførelse. Også en tak til de samarbejdspartnere, som har taget sig tid til at deltage i interview om deres kendskab til og vurdering af Sidegadeprojektet.

CASA
Juni 2008

Indhold

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Indledning..... | 3 |
| 1.1 | Sidegadeprojektet..... | 3 |
| 1.2 | Formål med evalueringen | 4 |
| 1.3 | Metoder i evalueringen | 5 |
| 1.4 | Sammenfatning af undersøgelsens resultater..... | 6 |
| 2 | Sidegaden set udefra..... | 13 |
| 2.1 | Sidegaden i en forandret kontekst..... | 13 |
| 2.2 | Feltet af samarbejdspartnere | 14 |
| 2.3 | Samarbejdsrelationer | 15 |
| 2.4 | Samarbejdspartnernes vurdering af Sidegadeprojektet..... | 17 |
| 2.5 | Fremtidsperspektiver | 19 |
| 3 | Sidegaden set indefra..... | 21 |
| 3.1 | Deltagertyper | 21 |
| 3.2 | Deltagelsesmønster | 22 |
| 3.3 | Hvor ofte kommer de i butikkerne?..... | 23 |
| 3.4 | Hvad laver de? | 23 |
| 3.5 | Tilfredshed | 25 |
| 3.6 | Hvor kender de Sidegaden fra?..... | 26 |
| 3.7 | Hvorfor bruger de Sidegadeprojektet?..... | 27 |
| 3.8 | Hvad har de fået ud af det? | 28 |
| 3.9 | Har <i>Hva'Så</i> givet mening og netværk?..... | 30 |
| 3.10 | Møder og indflydelse | 31 |
| 3.11 | Hvad ville de ellers lave?..... | 33 |
| 3.12 | Hvad er det gode ved at deltage i Sidegadeprojektet? | 34 |
| 3.13 | Vil du fortsætte i Sidegadeprojektet?..... | 36 |
| 3.14 | Forslag til forbedringer | 37 |
| 3.15 | Profiler | 37 |
| | Bilag..... | 43 |
| Bilag 1 | Liste over interviewede samarbejdspartnere | |
| Bilag 2 | Spørgeskema | |

1 Indledning

Dette indledende kapitel indeholder en beskrivelse af Sidegadeprojektet samt en fremstilling af evalueringens formål og metoder. Evalueringens hovedresultater er opsummeret sidst i kapitlet.

1.1 Sidegadeprojektet

Sidegadeprojektet hører organisatorisk ind under den frivillige sociale organisation Kristeligt Studenter-Settlement, som gennem næsten et århundrede har udført forskellige former for socialt arbejde på Vesterbro.

Sidegadeprojektet er etableret i 1986. Det er et socialt eksperiment og bygger på synergien imellem det frivillige arbejde, sociale aspekter og den lokale dimension samt beskæftigelse for arbejdsløse. I dag udfører projektet jobtræning på kontrakt for Københavns Kommune. Herudover udfører projektet en række lokalsamfundsopgaver fx langtidsbeskæftigelse af marginaliserede borgere på frivillig basis, netværksopbygning i kvarteret og støtte til borgere med misbrugsproblemer eller integrationsproblemer.

Indsatsen i projektet bygger på to fokusområder. For det første det erhvervsrettede område, som primært omhandler dagligdag og arbejdsrytme i butikkerne samt fremtidige jobønsker, praktik og jobsøgning. For det andet sociale problemstillinger. Typiske problemstillinger og ofte flere forskellige sammensatte problemstillinger er ud over arbejdsløshed: Ensomhed, mangelfuld skolegang, svære læse- og stavefærdigheder, få eller ingen erhvervs erfaring, ingen eller forældet uddannelse samt eventuelt en baggrund i forhold til kriminalitet og/eller et misbrug, uoverskuelige gældsposter, vold i partnerrelationer, dårligt helbred, manglende bolig, juridiske retssager og problemer i forhold til det offentlige systems regler.

Projektets ramme er 9 butikker og værksteder samlet et mindre gadeafsnit i Saxogade på Vesterbro i København. Følgende butikker indgår for nuværende i projektet:

- *Hva'Så* – far, mor og barn butik med bl.a. salg af brugt børnetøj. Kaffe og te samt samvær med andre forældre og børn. Desuden er der forskellige rådgivningstilbud for småbørnsmødre fx foredrag, babyrytmik, babysvømning, anonym rådgivning af sundhedsplejerske.
- *Café Sonja* – alkoholfri café med tilbud om billig mad og socialt samvær.
- *Solhatten* – økologiske fødevarer og helsekostbutik.
- *Gang i gaden* – et praktisk arbejdsfællesskab med bl.a. maling.
- *Muchacho* – musik, kunst og tøj samt trykkeri.
- *Cassiopeia* – salg af designet og hjemmesyet børne- og voksentøj.
- *Serviceteamet* – udfører viceværtstioner.

- *Frisør, massage og zoneterapi* – sundhed med mulighed for bl.a. tøjvask, bad og klipning.

I dette miljø tilbydes beskæftigelsesmæssige, omsorgsmæssige og rådgivningsmæssige aktiviteter. Aktiviteterne er funderet i produktionsopgaver, serviceopgaver og sociale samværstilbud.

Sidegadeprojektet har for det første til formål at virke som et være- og aktivitetssted, der tilbyder arbejdspladser og aktiviteter for borgere, som har vanskeligt ved at fungere på det etablerede arbejdsmarked. For det andet at støtte svage familier med rådgivning og netværk. Projektets vigtigste målsætning er, at borgerne oplever, at deltagelse i projektet giver mening og netværk til deres sociale liv. Dernæst er en målsætning for indsatsen, at projektet skaber gode sociale netværk og tryghed i kvarteret, samt at specifikt brugerne af mor, far og barn butikken (Hva'Så) oplever, at butikkens rådgivning og kurser betyder, at de har fået bedre værktøjer til at håndtere deres familieliv og sociale netværk.

Det metodiske arbejde bygger på igangsættelse af en udviklingsproces, hvor brugerne lære at tage ansvar for egen læring og forvaltning af egne ressourcer. Der lægges vægt på at:

- de tilbudte aktiviteter bliver oplevet som meningsfulde
- der er mulighed for lokalt og socialt fællesskab
- der er handlerum for den enkelte
- der er demokrati og ligestilling i processen
- der er plads til regression og progression i forløbet
- der er kompetent rådgivningsstøtte.

Brugerne i Sidegaden kommer ind i projektet gennem flere forskellige kanaler. Nogle henvender sig direkte i butikkerne i Sidegaden, andre henvises fra fx sundhedsplejersker, hjemmevejledere og jobcentre. For sundhedsplejerskens vedkommende drejer det sig fx om forældre, som har behov for et rådgivnings- og netværkssted, hvor de kan få støtte i forhold til deres familiesituation. For hjemmevejlederne drejer det sig fx om klienter med behov for væresteds- og samværsaktiviteter i hverdagen. Andre kommer gennem de øvrige projekter og aktiviteter i Kristeligt Studenter-Settlement. Generelt kommer brugerne, fordi de har brug for at kunne deltage i praktisk arbejde og/eller indgå i sociale netværk, og fordi de ønsker mere indhold i deres hverdag.

1.2 Formål med evalueringen

I 2007 har Settlementet modtaget økonomiske midler fra PUF (Puljen til frivilligt socialt arbejde for socialt truede mennesker) til projektet. I den forbindelse har Settlementet ønsket gennemført en evaluering af Sidegade-

projektet koncentreret om en brugerundersøgelse og samarbejdet i forhold til samarbejdspartnere.

Evalueringen har til formål at belyse, hvordan deltagerne og samarbejdspartnere vurderer Sidegadeprojektets aktiviteter.

Den ene del omfatter en undersøgelse af deltagernes brug af aktiviteterne i Sidegaden, og hvad det betyder for bl.a. deres sociale og arbejdsmæssige liv at indgå i projektaktiviteterne.

Den anden del omhandler Sidegadeprojektets samarbejdspartnere, og deres opfattelse af projektets betydninger i kvarteret. Hovedspørgsmålene for denne del af evalueringen er: Hvordan er samarbejdet mellem projektet og samarbejdspartnerne? Hvad samarbejdes der om? Og hvad synes samarbejdspartnerne om projektet?

1.3 Metoder i evalueringen

Evalueringsmetode og datagrundlag består dels af spørgeskemaer til deltagerne i projektet, dels af interview med Sidegadeprojektets samarbejdspartnere.

Spørgeskemaundersøgelse til brugere

Brugerundersøgelsen er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse blandt alle deltagere i Sidegadeprojektet, dvs. brugere/kunder, frivillige og ansatte på særlige vilkår, som gennem en fire ugers periode har udfyldt et spørgeskema, mens de var i Sidegadeprojektet.

Spørgeskemaet blev udarbejdet i et samarbejde mellem CASA og medarbejderne i Kristeligt Studenter-Settlement. Efter at have udarbejdet et forslag til spørgeskema, blev det testet i butikkerne blandt et begrænset antal deltagere. Testen betød, at der blev lavet enkelte ændringer i det oprindelige spørgeskema – se bilag.

Spørgeskemaerne blev uddelt til medarbejdere og deltagere i Sidegadens butikker. Det foregik i en periode fra midten af marts til slutningen af april 2008. Spørgeskemaundersøgelsen blev fuldt ud administreret af Sidegadens medarbejdere, som både udleverede og indsamlede spørgeskemaerne. Det er medarbejdernes vurdering, at perioden tegner et gennemsnitligt billede af brugerne i projektet.

Der blev i alt udfyldt 69 spørgeskemaer, som blev afleveret til CASA. Spørgeskemaerne blev derefter indtastet på edb med henblik på at foretage statistiske analyser. Resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen er beskrevet i kapitel 3.

Interview med samarbejdspartnere

Sidegadeprojektet har et samarbejde med andre aktører i området: Foreninger, frivillige, socialforvaltningen m.v. Det har været formålet at belyse og vurdere dette samarbejde, samt få samarbejdspartnernes vurdering af Sidegadeprojektet.

Der har været tale om en kvalitativ undersøgelse, hvor der primært er foretaget telefon- eller personlige interview med de samarbejdspartnere, som projektleder for Sidegaden og Settlementets ledelse har peget på som relevante. Det har drejet sig om medarbejdere og ledere fra kommunale institutioner på Vesterbro, herunder lokalcentret, en formand for en af andelsboligforeningerne samt andre samarbejdspartnere med kendskab til Sidegaden. En liste over de interviewede samarbejdspartnere er vedlagt rapporten som bilag.

CASA har været i kontakt med i alt 10 forskellige personer med forskelligt og varieret kendskab til Sidegadeprojektet samt 3 medarbejdere fra butikkerne i gaden. Samarbejdspartnerne er interviewet om deres kontakt til og opfattelse af Sidegadeprojektet samt projektets betydning i kvarteret. Interviewpersonernes beskrivelser og vurderinger tegner tilsammen et billede af Sidegaden set udefra.

Interviewene har indeholdt spørgsmål om samarbejdspartnernes kendskab til Sidegaden, indholdet af samarbejdet samt holdninger til og vurderinger af projektet særligt i forhold til lokal forankring, målopfyldelse og fremtidsperspektiver.

Resultaterne af denne del af undersøgelsen fremgår af kapitel 2.

1.4 Sammenfatning af undersøgelsens resultater

Spørgeskemaundersøgelsen omfatter 69 deltagere i projektet. Disse er opdelt på 3 undergrupper. Den største gruppe er kunderne/brugerne, som udgør 43 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen. Den næststørste gruppe er de frivillige med 32 %. Personer i aktivering udgør 16 %, og fleksjobbere udgør 6 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen. Endelig er der en praktikant.

Deltagernes brug af butikkerne

Vi har spurgt, hvilke butikker og aktiviteter deltagerne har været med i – på den ene eller den anden måde, som frivillig, kunde, bruger eller i aktivering og fleksjob. Det skal bemærkes, at man godt kan være med i flere butikker/aktiviteter, og det er de fleste.

Der er 3 butikker/aktiviteter, som har markant flere deltagere end de øvrige, nemlig *Hva'Så*, *café Sonja* og *Solhatten*, som tre fjerdedele af spørgeskema-

undersøgelsens deltagere har haft noget at gøre med. Dernæst er der 4 andre butikker/aktiviteter, som hver har haft en fjerdedel af deltagerne: *Gang i gaden*, *Muchacho*, *Cassiopeia* og *frisør/massage/ zoneterapi*. Endelig er der nogle få, der har haft tilknytning til *'Serviceteamet'*, og enkelte har angivet *'andet'*.

Deltagerne kommer i butikkerne med meget forskellig hyppighed. De hyppigst benyttede butikker/aktiviteter er *'Gang i gaden'* og *Serviceteamet*, men der er ret få deltagere i disse aktiviteter. *Café Sonja*, *Hva'Så* og *Solhat-ten* har mange brugere, og næsten halvdelen af dem kommer der dagligt eller flere gange om ugen.

I spørgeskemaet er personerne blevet spurgt om, hvad de laver i de forskellige butikker/aktiviteter. Det viser sig, at arbejdsopgaverne er delt ud på mange personer. Der er flest (42 %), der ekspederer og ordner varer, efterfulgt af rengøring (35 %) og laver mad/kaffe (33 %). Desuden er der 27 %, der er i støtte/rådgivning og kursus/foredrag, mens 22 % deltager i reparation.

Tilfredshed

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at der er en overvejende tilfredshed med butikkerne/aktiviteterne. Mange har svaret *'meget tilfreds'* eller *'nogenlunde tilfreds'*. Men der er desværre en stor del *'uoplyst'* i en del af aktiviteterne, som betyder, at der er megen usikkerhed omkring disse resultater. Desuden skal man være forsigtig med at overfortolke tilfredsheden med de forskellige butikker/aktiviteter. Det skyldes, at eventuelt utilfredse kunder eller frivillige normalt vil finde et andet sted at handle og derfor ikke vil indgå i denne undersøgelse.

Kendskab

De fleste deltagere kender Sidegadeprojektet, fordi de kommer i butikkerne. Det har 45 % svaret, mens andre kender Sidegaden, fordi nogle rådgivere har henvist dem. Det er især tilfældet for dem, der er i aktivering eller fleksjob. Endelig er der nogen, der har hørt om det fra venner og bekendte, eller de har læst om det i avisen. Det er især tilfældet for de frivillige og kunderne.

Den mest udbredte begrundelse for at deltage i Sidegadeprojektet er *'for at være sammen med andre'*. Det svarer 73 % af alle, og denne begrundelse er meget udbredt i alle grupper af deltagere. Desuden siger mere end halvdelen af de frivillige og de aktiverede/fleksjobberne, at det er *'for at gøre noget nyttigt'* og *'for at gøre noget for andre'*.

Udbytte

Deltagerne er blevet spurgt om, hvad de synes, de har fået ud af at deltage i Sidegadeprojektet. Der var opstillet følgende muligheder:

- *Udnyttet evner.*
- *Bedre socialt netværk.*
- *Mere indhold i dagligdagen.*
- *Et mere spændende liv.*
- *Mere selvrespekt.*
- *Mere struktur på dagligdagen.*
- *Mere respekt fra andre.*
- *Mere ansvarlig.*
- *Ser mere lyst på fremtiden.*
- *Bedre mulighed for livsudfoldelse.*

Desværre er der en del, som ikke har svaret på spørgsmålet eller kun har svaret på dele af underspørgsmålet, og der er derfor knyttet noget usikkerhed til resultaterne.

Den faktor, som bliver tillagt størst betydning, er '*mere indhold i dagligdagen*', som 67 % af deltagerne mener, har 'stor betydning'. På andenpladsen kommer '*bedre socialt netværk*' med 57 % 'stor betydning'. Blandt de faktorer, som har mindst betydning, er '*respekt fra andre*', som 52 % mener, har 'ingen betydning', efterfulgt af '*mere ansvarlig*' med 47 %. Gennemgående har deltagerne imidlertid fået noget ud af at deltage, og næsten ingen svarer 'ingen betydning' til alle delspørgsmålene.

Det er de aktiverede og dem i fleksjob, som tilsyneladende har fået rigtig meget ud af at deltage i projektet, mens de frivillige er på andenpladsen, og kunderne/brugerne ligger nederst. Der er dog enkelte undtagelser, fx når det gælder '*bedre livsudfoldelse*', hvor kunderne ligger højere end de frivillige.

Deltagerne blev også spurgt om, hvad de synes, er det gode ved at deltage i Sidegadeprojektet. Hvis man sammenligner de forskellige gruppers svar, er de fælles om at nævne det sociale samvær i lokalområdet – både de frivillige, kunderne og de aktiverede. De frivillige lægger desuden vægt på, at der er tale om meningsfulde aktiviteter, som giver struktur på dagligdagen, og nogle af de aktiverede mener, at de kan bruge det i en personlig udvikling. Brugere af *Hva'Så* sætter pris på de børnevenlige aktiviteter, og at de kan gå et sted hen i deres barselsperiode, hvor de kan møde ligesindede.

Deltagerne blev spurgt om, hvad de ville lave, hvis de ikke var med i Sidegadeprojektet. Til det svarer 35 % af deltagerne, at de ville deltage i et andet projekt, mens 15 % ville finde et job. Desuden var der 19 %, som ingenting ville gøre. Desværre er der 36 %, som ikke har besvaret spørgsmålet. Der er især en del frivillige og kunder/brugere, som siger, at de ville deltage i et andet projekt, mens der er en hel del aktiverede og fleksjobbere, som ville finde sig et job.

Langt de fleste deltagere vil gerne fortsætte i Sidegadeprojektet. 71 % har svaret 'ja, helt sikkert', og 19 % har svaret 'ja, måske', mens der kun er 4 %, der snart vil holde op i projektet.

Indflydelse

Det er et formål med Sidegadeprojektet, at deltagerne skal inddrages og have indflydelse. Men det er kun 9 %, der deltager i alle møder i Sidegadeprojektet, og det er helt overvejende de frivillige. Desuden viser det sig, at 70 % af kunderne/brugerne slet ikke deltager i nogen møder, mens 65 % af de aktiverede/fleksjobberne deltager i nogle af møderne. Der er altså meget stor forskel på, hvor mange møder de forskellige grupper deltager i.

Der er stort set ingen af deltagerne, der er utilfreds med den indflydelse, de har. Halvdelen er endda 'meget tilfreds', mens en fjerdedel blot er 'nogenlunde tilfreds', og 20 % er uoplyst. De frivillige er mest tilfreds med deres indflydelse.

Deltagerprofiler

Spørgeskemaundersøgelsen giver mulighed for at tegne nogle profiler af deltagerne med hensyn til køn, alder, familiesituation, uddannelse og beskæftigelse blandt de forskellige deltagergrupper og butikker. For det første viser det sig, at der er meget store kønsforskelle på de 3 grupper. Kunderne/brugerne er næsten udelukkende kvinder (90 %), de frivillige er overvejende kvinder (73 %), og de aktiverede/fleksjobberne er overvejende mænd (59 %).

Når det gælder alder, er der også markante forskelle. Kunderne/brugerne er klart yngre end de frivillige og de aktiverede/fleksjobberne. Det er aldersgruppen 30-39 år, som er størst i Sidegadeprojektet, mens der ikke er ret mange på 50 år og derover.

Familiesituationen er også meget forskellig i de 3 grupper. Langt de fleste af kunderne/brugerne lever i parforhold med børn (87 %), og det kan tilføjes, at de i mange tilfælde er på barsel. Derimod er en stor del af de frivillige og de aktiverede/fleksjobberne enlige med og uden børn.

Også uddannelsesmæssigt adskiller kunderne/brugerne sig fra de frivillige og især de aktiverede/fleksjobberne. 40 % af kunderne/brugerne har en lang videregående uddannelse, og 33 % har en kort videregående uddannelse. De aktiverede/fleksjobberne er derimod karakteriseret ved, at næsten halvdelen ingen erhvervsuddannelse har.

Beskæftigelsesmæssigt adskiller kunderne/brugerne sig ved groft sagt enten at være i beskæftigelse eller på barsel. De frivillige består derimod af et bredt spektrum af kategorier, og der er bl.a. en del førtidspensionister blandt de frivillige.

Projektets samarbejdsrelationer

Sidegadeprojektet har en tæt formaliseret samarbejdsrelation med sundhedsplejen på Vesterbro i forbindelse med Hva'Så-butikken, og den interviewede sundhedsplejerske har været med til at etablere tilbuddet. Sundhedsplejerskerne afholder en gang om ugen åbent hus i butikken Hva'Så, og der er regelmæssige møder mellem lederen af butikken, projektlederen og sundhedsplejerskerne. Desuden henviser sundhedsplejerskerne mødre til projektet.

Til Vesterbro Lokalcenter et der også et tæt samarbejde karakteriseret ved bl.a. gensidig henvisning af borgere til Sidegadeprojektets være- og aktivitetstilbud, og borgere, som kommer i projektet, henvises også af de frivillige her til eventuel støtte i socialforvaltningen. Fra lokalcentrets side er der perspektiver i retning af et mere formaliseret samarbejde. Sidegaden bliver set som et supplement i den forebyggende og motiverende indsats for dårligt stillede på Vesterbro.

Mellem Sidegadeprojektet og de forskellige naboer i gaden er der et samarbejde om forskellige lokalpolitiske temaer samt naboskab, hvor der bliver lånt forskellige ting af hinanden samt støttet op omkring praktiske gøremål i forbindelse med de arrangementer, Sidegadeprojektet afholder. Desuden deltager naboerne i de forskellige gadearrangementer. Et samarbejde med en lokal kunstner har resulteret i udsmykning af gaden, og samme kunstner optræder også gerne ved Sidegadens forskellige arrangementer.

Frivillighedscentret, et fritidshjem og en skole i lokalområdet, har ikke et samarbejde med Sidegadeprojektet, og deres kendskab til projektet er begrænset. Hvad angår frivillighedscentret er der perspektiver for samarbejdet fx i forbindelse med rekruttering af frivillige og/eller i forhold til den mentorordning, centret har, hvor erfarne frivillige, som er uddannet til mentorer, hjælper nye frivillige i de sociale foreninger på Vesterbro, og kan støtte dem i at blive fastholdt som frivillige.

Samarbejdspartnerne vurdering af projektet

Samarbejdspartnerne tegner et entydigt positivt billede af Sidegadeprojektet som et idealistisk projekt, et fænomen, en gennemgående succeshistorie, som skal vedblive med at eksistere, fordi det bygger på rummelighed over for de dårligst stillede borgere på Vesterbro. Et projekt hvorigennem brugerne får styrke og netværk, og som er et supplement til det offentliges tilbud om væresteder og aktivitetssteder på Vesterbro.

Projektet har, set fra samarbejdspartnerne synsvinkel, forskellige betydninger, nemlig:

- Rum for de dårligst stillede borgere på Vesterbro.
- Netværksskabende.
- Lokal forebyggende og motiverende indsats.

- Frivillige som tager ejerskab til projektet.
- Kerne for knopskydning.
- Positiv referenceramme for udsatte unge piger.
- Scene for samvær og fællesskab for en mangfoldighed af borgere.
- Alternativ i byrummet og en anderledes handelsgade.

Fremtidsperspektiver – som samarbejdspartnerne ser dem

Af fremtidsperspektiver peger samarbejdspartnerne på:

- Prioriteringer mellem kommercielle butikker, væresteder og kontorer i gaden.
- Åbne butikkerne mere ud imod gaden.
- Øge fleksibiliteten i butikskoncepterne.
- Indsats for udsatte unge, enlige mødre, østeuropæiske prostituerede.
- Udvidelse af butikkernes åbningstider.
- Inddrage indvandrere i butikskonceptet.
- Styrke kendskabet til projektets opsøgende funktion.

Samarbejdspartnerne tegner også et billede af et projekt, som opererer i et socialt, fysisk og politisk spændingsfelt. Socialt fordi der i lokalmiljøet bl.a. med byfornyelsen er sket en forandring af beboersammensætningen, som betyder kontrast mellem en del af beboerne i kvarteret og en del af brugerne i Sidegadeprojektet. Fysisk fordi byrummet omkring Saxogade i dag også er præget af trendy caféer og moderigtige butikker, hvilket umiddelbart er i modsætning til idégrundlaget for Sidegadeprojektet. Politisk fordi den sociale og beskæftigelsesmæssige kontekst i dag er karakteriseret ved, at alle uanset situation skal på arbejdsmarkedet, uden at den tilstrækkelige støtte til at realisere dette for en del af Sidegadeprojektets deltagere er til stede i offentligt regi.

Sidegadeprojektet står mellem det nye og det gamle Vesterbro, mellem beboere og brugere, mellem en tendens til bureaukratisering og anarki/aktivisme, mellem offentlige myndigheders krav om dokumentation og kontrol og projektets idégrundlag om den legende ildsjæl som drivkraft. Alle modsætningsforhold som er projektets fremtidige udfordring at agere indenfor.

2 Sidegaden set udefra

I dette kapitel tegner vi et billede af Sidegadeprojektet set udefra. Datagrundlaget er samarbejdspartnerne beskrivelser og vurderinger, som de er fremkommet med primært gennem telefoniske interview. Samarbejdspartnerne er blevet spurgt om deres kendskab til Sidegadeprojektet, samarbejdets karakter og deres vurderinger af projektet samt, hvilke perspektiver de ser for projektet fremover.

2.1 Sidegaden i en forandret kontekst

Samtlige interviewpersoner fortæller om det forandrede lokalemiljø og den forandrede arbejdsmarkedspolitiske kontekst, som Sidegadeprojektet er en del af i dag, og som adskiller sig væsentligt fra forholdene i 1986, da projektet blev etableret.

Kvarteret i og omkring Saxogade, hvor Sidegaden ligger, har gennemgået en radikal forandring gennem det seneste årti. I forlængelse af byfornyelsen er kvarteret blevet mere mondænt med trendy caféer, moderigtige butikker og et travlt forretningsliv i Istedgade samt beplantede og lukkede gårdmiljøer bag karreerne. Befolkningssammensætningen i området er ændret i retning af bedre socialt stillede beboere.

Da projektet blev etableret var der høj ungdomsarbejdsløshed, tomme butikker på Vesterbro, og en arbejdsmarkedspolitik udmøntet i bl.a. ”ung i arbejde” karakteriseret ved mere eller mindre meningsløse beskæftigelsesprojekter. Sidegadeprojektet blev etableret på ambitionen om at tilbyde meningsfuld beskæftigelse og kvalificering af hverdagslivet for udsatte borgere. I dag er arbejdsløsheden lav, og kravene til udsatte borgeres beskæftigelse skærpede.

Sidegadens sociale, fysiske og politiske kontekst har på denne måde ændret sig, hvilket får nogle af samarbejdspartnerne til at pege på en kontrast mellem dem, de kalder de gamle Vesterbroborgere, og det nye Vesterbro og den beboersammensætning, der er i kvarteret i dag. Der kan således være et modsætningsforhold mellem projektets målgruppe og beboere, som ønsker fred, ro, god smag og lås for døren til gården og cykelkælderens. På den måde står Sidegaden i et krydsfelt og skal balancere mellem mere eller mindre velstillede beboeres krav til deres boligområde og projektets målgruppe.

Samarbejdspartnerne vurderer, at Sidegaden virker mellem disse modsætninger. Og at netop modsætninger mødes i gaden, hvor gamle Vesterbroborgere, strøgkunder og beboere besøger og handler i butikkerne.

Sidegaden betragtes som et tilbud for de gamle Vesterbroborgere, og et sted, som ikke udelukkende er blevet tilpasset den nuværende beboergruppe. Men samtidig vurderes det, at Sidegaden følger med befolkningsudviklingen. Et eksempel her er Hva'Så-butikken for forældre til små børn. Hvor det tidligere var mødre med relativ kort uddannelse på bistandshjælp, der kom i butikken, er det i dag i højere grad veluddannede mødre på barsel, men med en usikkerhed eller ensomhed i forhold til deres nye identitet som mødre.

2.2 Feltet af samarbejdspartnere

Hvem er det Sidegaden samarbejder med? Sidegadens samarbejdspartnere er en blandet skare af offentligt ansatte i forskellige institutioner, nemlig sundhedsplejen, lokalcentret og børne- og unge institutioner og aktivister, beboere og butiksindehavere i lokalmiljøet.

Blandt samarbejdspartnerne er personer, som kender projektet fra etableringen, og som med hjerteblod har været med til at etablere tilbud i gaden. Det gælder sundhedsplejersken fra sundhedsplejen på Vesterbro, som har været med til at etablere Hva'Så-butikken i Sidegaden. I dag er der et formaliseret samarbejde mellem den kommunale sundhedspleje og projektet. En anden af samarbejdspartnerne kender Settlementet tilbage fra sin ungdom og har sympati for værdigrundlaget og den frivillige sociale indsats, som projektet er bygget op omkring, og han bidrager i dag til projektet med sin kreativitet og ekspertise.

Andre er samarbejdspartnere på baggrund af deres funktion fx lederen af frivillighedscentret på Vesterbro og chefen for Vesterbro Lokalcenter. Medarbejderne i socialcentret kender Sidegadens tilbud, bl.a. fordi de frivillige fra Sidegaden orienterer om disse på temadage med forvaltningen. Der kunne være behov for løbende at genetablere samarbejdsrelationer, fx når der sker personaleudskiftninger på de funktioner, som projektet samarbejder med.

Andre igen arbejder i gaden og har deres egne projekter eller butikker. Det drejer sig bl.a. om Pigegruppen i Saxogade, som udspringer af miljøet i Sidegaden, og som i dag er forankret som en kommunal klub i Københavns Kommune.

Naboer til gaden fx andelsboligforeningerne og kirken kender også til projektet. De bor her og kommer i butikkerne som ven og kunde. Miljøorganisationen i bydelen kender til projektet, fordi den er en af de lokale aktører, og fordi butikkerne deltager i forskellige aktiviteter i lokalområdet samt gennem samarbejdsrelationer med Settlementets ledelse. Desuden har organisationen været kunde i caféen og fået leveret mad ud af huset derfra.

Børne- og unge institutioner i kvarteret er blevet kontaktet, så de kunne beskrive deres kendskab til Sidegaden. De betragter sig imidlertid ikke som samarbejdspartnere, og deres kendskab til projektet er begrænset til Saxogade som en lidt anderledes gade i kvarteret. Der er således behov for at etablere kontakt til disse aktører, hvis målet er samarbejde med dem.

I denne undersøgelse indgår der ikke interview med medarbejdere fra jobcentre i Københavns Kommune, fordi fokus har været på Sidegadeprojektet i forhold til frivilligsektoren og som et lokalt forankret projekt.

Er Sidegadeprojektet nok kendt kunne man spørge? På den ene side fremstår Sidegadeprojektet som et begreb i bydelen, som et velintegreret beskæftigelsesprojekt i en travl bydel med stor lokal forankring og som kendt af de fleste i bydelen. Nogle af samarbejdspartnerne mener desuden, at Sidegadeprojektet er et af de mest veldokumenterede projekter bl.a. i forskellige universitetsspecialer og rapporter, samt at en stor del af reportagerne fra Vesterbro omhandler Sidegaden. Desuden er Markedsdagene og Gadefesten med til at gøre projektet og dets indsats synlig. Det er arrangementer, som samarbejdspartnerne kender til, deltager i og værdsætter. På den anden side er der nogle af de tilsyneladende relevante samarbejdspartnere, som ikke kender Sidegaden tilstrækkeligt. Desuden er et synspunkt, at der mangler interesse fra de lokale medier i forhold til at skildre projektet, indsatsen og miljøet omkring gaden.

2.3 Samarbejdsrelationer

Sidegadeprojektet er en del af den frivillige sociale organisation Kristeligt Studenter-Settlement, og det er sådan samarbejdspartnerne ser det. Ikke som noget i sig selv, men netop som en del af Settlementet. Flere af samarbejdspartnerne indgår i forskellige samarbejdsfora med Settlementets ledelse, fx sidder de i samme bestyrelse eller indgår i forskellige lokale arbejdsgrupper sammen med ledelsen.

På baggrund af de interviewede parter beskrivelser og vurderinger kan vi identificere flere forskelligartede samarbejdsrelationer, som Sidegaden indgår i, nemlig:

- Det formaliserede samarbejde mellem Hva'Så og sundhedsplejen.
- Et gensidigt henvisende samarbejde mellem Sidegadens være- og aktivitetssteder og borgerne i kvarteret med kontakt til lokalcentret.
- Som deltager ved sociale arrangementer.
- Som aktør i gaden, men ikke under Settlementets ledelse.
- Som del af det lokalpolitiske miljø.
- Som kreativ kunstner og ven af gaden.

Mellem sundhedsplejen på Vesterbro og projektet er der et fast formaliseret samarbejde. Sundhedsplejerskerne afholder åbent hus en gang om ugen i butikken Hva'Så, og der er regelmæssige møder mellem lederen af butikken, projektlederen og sundhedsplejerskerne. Desuden henviser sundhedsplejerskerne mødre til projektet. Mødrene kan modtage anonym rådgivning og vejledning. Vejning af børn er en anledning til at komme.

Samarbejdet mellem socialforvaltningen i Københavns Kommune og Sidegadeprojektet består i temadage, hvor frivillige fra Sidegaden orienterer medarbejderne i forvaltningen om de frivilliges tilbud og Sidegadens tilbud. Hjemmevejlederne fra forvaltningen har således kendskab til projektet og henviser og følger borgerne derhen. Forvaltningens ser projektet som en del af den forebyggende indsats for de dårligst stillede på Vesterbro. Desuden er samarbejdsrelationen også karakteriseret som brobygning, fordi projektets medarbejdere bringer borgere til lokalcentret. Det kan fx være psykisk syge borgere, som Sidegadens medarbejdere få kontakt til, og som de støtter i at kontakte socialforvaltningen. Endvidere er der også såkaldt fremskudt socialforvaltning, hvor kommunale ungerådgivere møder borgerne i Sidegaden.

Mellem Sidegadeprojektet og de forskellige naboer i gaden er der et samarbejde om forskellige lokalpolitiske temaer og et naboskab, hvor der bliver lånt forskellige ting af hinanden, samt støttet op omkring praktiske gøremål i forbindelse med de arrangementer, Sidegadeprojektet afholder. Desuden deltager naboerne i de forskellige gadearrangementer.

Med henblik på at synliggøre Sidegaden har der været arbejdet billedkunstnerisk med den fysiske fremtoning. Intentionen har været, at gaden fremstår i kontrast til modebutikkerne i Istedgade og giver associationer til kolonihaver og Dyrehavsbakken. Facaderne er malet i stærke farver, brolægningen samler gaden og adskiller den fra den øvrige brolægning i kvarteret, og er i sig selv et kunstværk.

Der er perspektiver for at styrke samarbejdet med frivilligcentret. Der kunne fx være tale om et samarbejde, hvor centret kunne støtte projektet i forhold til rekruttering af frivillige. Desuden er der en mulig samarbejdsrelation i forhold til den mentorordning, centret har, hvor erfarne frivillige, som er uddannet til mentorer, hjælper nye frivillige i de sociale foreninger på Vesterbro, og kan støtte dem i at blive fastholdt som frivillige.

2.4 Samarbejdspartners vurdering af Sidegadeprojektet

"I hverdagen siger man bare: "Nå det er Settlementet", som en selvfølge. Men set ovenfra er Settlementet et fænomen, en succeshistorie, som jeg håber, nogle kan beskrive rigtigt. Vi danskere tager mange ting for givet, men det er et sociologisk og politisk fænomen. Blanding af højskolekultur, Vesterbrokultur, pædagoger og frivillig arbejdskraft. Det er enestående. derfor bruger jeg tid på det og vil gerne bidrage til det... Jeg er absolut positiv – de har kombineret socialpolitik og idealisme og aktivistholdninger med stor kærlighed."
(Samarbejdspartner)

Rum for de dårligst stillede

Samarbejdspartnerne tegner et entydigt positivt billede af Sidegadeprojektet. Som et idealistisk projekt, et fænomen, en gennemgående succeshistorie, som skal vedblive med at eksistere, fordi det bygger på rummelighed over for de dårligst stillede borgere på Vesterbro. I Sidegaden er der højt til loftet og plads til alle også til de personer, som ikke har så mange relationer og eventuelt et misbrug, er samarbejdspartners overordnede vurdering.

Projekttilgangen bygger på den enkelte brugers initiativ, og fællesskabet gør den enkelte stærkere. Det er samarbejdspartners vurdering, at brugerne rejser sig ved at være en del af projektet og får styrke bl.a. ved at få et værdigt hverdagsliv og opleve, at der er brug for dem.

Netværksskabende

Etablering af netværk er en anden betydning, som samarbejdspartnerne vægter i deres vurdering af Sidegadeprojektet. Et eksempel på samvær er butikken i Sidegaden, hvor forældre udveksler brugt børnetøj, og hvor en af de interviewede siger:

"og pigerne der udveksler brugt børnetøj og har babydiskotek og synger for åbne vinduer for deres børn. Noget af den poesi i den bevægelse er fantastisk.. og hvad det betyder socialt – at man kan få tøj til en femmer og møde nogle andre piger." (Samarbejdspartner)

De mødre, som kommer i butikken, er ifølge sundhedsplejersken en anden gruppe mødre, end da tilbuddet blev etableret. De er måske ikke på samme måde fattige og socialt udsatte mødre på bistandshjælp, men alligevel mødre, som har brug for netværk og for at møde andre nybagte mødre i samme situation som dem selv.

Mødrene har i butikken mulighed for samvær og aktiviteter, og tilbuddet fungerer som netværksskabende. Vurderingen er, at mødrene bliver taget godt imod, og at der i butikken bliver taget hånd om hinanden. Desuden er genbrugsbutikken en succes, og pt. er genbrug populært.

Forebyggende og motiverende indsats

Som værestedsted, aktivitetssted og ramme om socialt samvær er projektet et supplement til det offentliges tilbud for de dårligst stillede borgere. Et tilbud til de borgere på Vesterbro, som kan være ekskluderede fra at komme på fx de trendy caféer, som præger en del af bybilledet i kvarteret i dag. Socialforvaltningen betragter Sidegadeprojektet som et lokalt forankret værested for de dårligst stillede på Vesterbro, og som en del af den forebyggende og motiverende indsats for borgere.

”... nogle borgere falder mellem to stole, og det er de frivillige, som overtager indsatsen for denne gruppe borgere... Godt Sidegaden er der – som forebyggende – Socialforvaltningen møder nærmest først borgerne, når det er for sent. Nødvendigt at de er her, fordi der er behov for tilbuddet, og det er der ikke i offentligt regi.”

(Samarbejdspartner)

De frivillige i Sidegaden kan for det første snakke med borgerne, der bruger stedet, og for det andet har de kendskab til, hvor der kan søges offentlig hjælp. Det er således en speciel indsats, som kan knytte an til støtte fra socialforvaltningen. Projektet bidrager til motivering af brugerne ved at vise, at aktivering kan være godt, fordi projektet giver borgere, der har det dårligt, mulighed for at deltage på de betingelser, som de magter, frem for fx at sidde hjemme måske uden samme muligheder for socialt netværk. Det er samarbejdspartnerens erfaring, at brugerne følger sig velkomne og bliver stimuleret positivt efter at have været i projektet et stykke tid. En anden erfaring er, at brugerne senere vender tilbage som frivillige i projektet.

Mødt af personer som har taget ejerskab til projektet

Det er samarbejdspartnerens oplevelse, at brugerne af gaden bliver taget godt(hjerteligt) imod og mødt med åbenhed af personer i butikkerne, som har taget ejerskab til projektet. Det lykkes således at give brugerne en værdifuld plads i hverdagen gennem deres brug af projektet.

Kerne for knopskydning

Sidegadeprojektet fremstår også med gode rammer for ildsjæle og med den betydning at være kerne for knopskydning af tilbud til forskellige målgrupper, fx pigeklubben.

”Pigegruppen startede som et fondeprojekt og udspringer af hele miljøet omkring Saxogade. I dag er pigeklubben et fast kommunalt projekt under Københavns Kommune.” (Samarbejdspartner)

Positiv referenceramme

For unge med usikkert netværk, er Sidegaden en positiv støtte i deres referenceramme samt noget at være stolt af i bydelen. Nogle understreger netop, at der i Sidegaden både sker noget godt, sjovt og spændende.

”Pigegruppens piger er børn af mødre, som har gået i Settlementet. Det har givet dem en viden og følelse af at høre til, og de passer på

deres gade. Den tidlige indsats i forhold til pigerne i klubben har vel gjort, at de ikke umiddelbart er målgruppe til Sidegaden - men de har en reference til et ordentligt sted, nemlig Sidegaden. Signalerer at pigerne ikke får brug for Sidegadetilbuddet, men det er der, hvis de gør.” (Samarbejdspartner)

Scene for samvær i lokalmiljøet

Projektet fremstår i samarbejdspartnerne vurdering også som scenen for samvær mellem brugergrupper af både bedre og dårligere stillede. De forskellige arrangementer i gaden er fx et tilløbsstykke for ressourcestærke personer, som bakker op omkring projektet, og som er med til at skabe opmærksomhed om det.

”Kæmper for en identitet og en synliggørelse og kæmper mod at være sig selv nok og småborgerlig egoisme.” (Samarbejdspartner)

Fællesskab og kommen hinanden ved

Storfamilietankegangen et udbredt i Sidegaden, og personer inviteres indenfor og deltager i noget, som er større end dem selv.

”Saxogade er ”kom og lad os hygge os alle sammen”. Ideen om det gamle arbejderkvarter lever fortsat her, hvor alle kommer hinanden ved. Den fungerer fortsat her, og det skulle gerne bevares.” (Samarbejdspartner)

Alternativ i byrummet

I selve lokalmiljøet og i gadebilledet er Sidegaden et alternativ til bl.a. de kommercielle modebutikker. En af de interviewede siger:

”I kampen om gadebilledet, der fører Sidegaden stadigvæk – håber det breder sig langt op ad Istedgade - men der er gået rent Louisiana i det på hele Vesterbro.” (Samarbejdspartner)

Fra et kundeperspektiv er vurderingen generelt, at butikkerne i gaden er gode. Fx kommer der mange i mor og barn butikken med et tilsyneladende udbytte heraf. Solhatten er den eneste økologiske butik og udfylder således en niche, om end vareudbuddet og kvaliteten kan variere. Cafeen er et samlingspunkt for mange mennesker, men har til tider båret præg af et lukket folkekøkken. Billige priser, ikke kommercielt og strømlinet samt sjove personligheder, der betjener en, udtaler en af samarbejdspartnerne, som er kunde i gadens butikker. Desuden er det lokalt og meningsfuldt at handle i gaden, og man behøver ikke at være smart for at komme der.

2.5 Fremtidsperspektiver

Adspurgt om fremtidsperspektiverne for Sidegadeprojektet kommer samarbejdspartnerne både ind på forskellige udfordringer som projektet står overfor og konkrete forslag.

Det drejer sig for det første om prioriteringen mellem kommercielle butikker og væresteder/ samværsklubber og kontorer i gaden og hermed et fysisk udtryk af lukkede facader. Skal gaden falde i et med gadebilledet på Istedgade eller vedblive med at være en gade med egen identitet, og som fremstår anderledes end det omkringliggende bymiljø? Et andet forhold er, om Sidegaden skal fremstå som en åben gade mod strøgkunder? Her problematiserer samarbejdspartnerne en tendens til, at en del af gaden kan virke lukket med bl.a. kontorer, og hvor det kan virke, som om man skal være medlem af en forening for at komme i butikkerne. Desuden bliver kontorerne i gaden tolket i retning af en institutionaliserings- og bureaukratiseringstendens, som kan virke uimødekomme for projektets målgruppe.

For det andet fleksibiliteten i butikkerne. Det foreslås, at det skal være muligt at åbne en butik og lukke den igen. Hensigten er ikke, at butikkerne skal eksistere i årevis, men at der skal være åbenhed over for de initiativer, som brugerne har. Det positive ved Sidegaden er netop, at det er personer i projektet, som farver indholdet mere end forskellige hensigtserklæringer på papir. Alt efter, hvem der er køkkenchef i cafeen, vil indholdet og dermed kundegrundlaget variere. Her er balancegangen, at strukturen ikke må dominere den enkelte persons udfoldelsesmuligheder.

For det tredje peges på perspektiver i forhold til målgruppen af fx helt unge enlige mødre i forhold til en tilknytning til deltidsbeskæftigelse og gråzoneunge, herunder fx unge prostituerede.

Af konkrete forslag bliver der peget på, at butikkernes åbningstider kunne udvides således, at der fx også var mulighed for at spise på cafeen om aftenen, men hensynet til beboerne i gaden vanskeliggør dette. Desuden kunne projektet med fordel involvere indvandrere i gaden fx a la Bazar i Århus og/eller med en tørklædemodebutik.

Med henblik på perspektiver for projektets samarbejde med socialforvaltningen bliver der peget på muligheden for at etablere samarbejdsaftaler om fx værestedsfunktionen for klienter i socialforvaltningen, så en klient fx kunne komme i cafeen et par timer om ugen for at have glæde af socialt samvær i lokalområdet. Desuden kan der være behov for at synliggøre, i hvilken udstrækning og hvordan projektet er opsøgende i sin indsats, og hvordan konceptet retter sig mod den ensomme midaldrende mand som målgruppe.

3 Sidegaden set indefra

Spørgeskemaundersøgelsen har til formål at analysere aktiviteten i Sidegadeprojektet ud fra en kvantitativ synsvinkel, dvs. give svar på hvor mange personer der gør dette eller hint, og hvad der karakteriserer dem.

Spørgeskemaerne blev uddelt til medarbejdere og deltagere i Sidegaden butikker. Det foregik i en periode fra midten af marts til slutningen af april 2008. Spørgeskemaundersøgelsen blev fuldt ud administreret af Sidegaden medarbejdere, som både udleverede og indsamlede spørgeskemaerne. Der blev i alt udfyldt 69 spørgeskemaer, som blev afleveret til CASA.

3.1 Deltagertyper

Man kan deltage i Sidegadeprojektet på flere forskellige måder, fx som bruger eller kunde i de forskellige butikker, eller som frivillig. Desuden er der personer i aktivering, fleksjob og praktik.

Tabel 1: Deltagere i spørgeskemaundersøgelsen – opdelt efter type af deltagere

| | Antal | Procent |
|----------------------|-----------|--------------|
| Kunder/brugere | 30 | 43 % |
| Frivillige | 22 | 32 % |
| I aktivering | 11 | 16 % |
| Fleksjob | 5 | 6 % |
| Andet* | 1 | 3 % |
| I alt | 69 | 100 % |

* En praktikant.

Den største gruppe deltagere er kunderne/brugerne, som udgør 43 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen. Den næststørste gruppe er frivillige med 32 %. Personer i aktivering udgør 16 %, og fleksjobbere udgør 6 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen. Endelig er der en praktikant.

Det skal nævnes, at der er flere eksempler på personer, der eksempelvis både optræder som frivillige og som kunder i butikkerne, eller som tidligere har været frivillige, men nu er i aktivering. I disse tilfælde har vi prioriteret deres situationer således, at aktivering/fleksjob går forud for frivillige, som igen går forud for kunder/brugere.

3.2 Deltagelsesmønstre

Vi har spurgt om, hvilke butikker og aktiviteter deltagerne har været med i – på den ene eller den anden måde, som frivillig, kunde, bruger eller i aktivering og fleksjob.

Tabel 2: Deltagere i spørgeskemaundersøgelsen – opdelt efter type af deltagere

| | Antal | Procent |
|----------------------|-----------|--------------|
| Hva'Så | 53 | 77 % |
| Sonja | 51 | 74 % |
| Solhatten | 51 | 74 % |
| Gang i gaden | 20 | 29 % |
| Muchacho | 17 | 25 % |
| Cassiopeia | 16 | 23 % |
| Serviceteamet | 10 | 14 % |
| Frisør/massage | 18 | 26 % |
| Andet | 5 | 7 % |
| I alt | 69 | 100 % |

Anm. Man kan deltage i flere butikker/aktiviteter, så summen er mere end 100 %.

Der er 3 butikker/aktiviteter, som har markant flere deltagere end de øvrige, nemlig *Hva'Så*, *Café Sonja* og *Solhatten*, som tre fjerdedele af spørgeskemaundersøgelsens deltagere har haft noget at gøre med.

Dernæst er der 4 andre butikker/aktiviteter, som hver har haft en fjerdedel af deltagerne: *Gang i gaden*, *Muchacho*, *Cassiopeia* og *frisør/massage/zoneterapi*.

Endelig er der nogle få, der har haft tilknytning til '*Serviceteamet*', og enkelte har angivet 'andet'.

Tabel 3: Deltagere i forskellige aktiviteter i Sidegaden – opdelt efter brugertype

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob m.v. | Alle |
|----------------------|------------|--------------------|------------------------------|------|
| Hva'Så | 64 % | 93 % | 65 % | 77 % |
| Sonja | 77 % | 70 % | 76 % | 74 % |
| Solhatten | 73 % | 70 % | 82 % | 74 % |
| Gang i gaden | 36 % | 7 % | 59 % | 29 % |
| Muchacho | 14 % | 27 % | 35 % | 25 % |
| Cassiopeia | 14 % | 30 % | 24 % | 23 % |
| Serviceteamet | 9 % | 7 % | 35 % | 14 % |
| Frisør/massage | 23 % | 20 % | 41 % | 26 % |
| Andet | 9 % | 7 % | 12 % | 7 % |
| Antal | 22 | 30 | 17 | 69 |

Tablet 3 viser, at deltagergrupperne spreder sig nogenlunde på de enkelte butikker/aktiviteter. Der er imidlertid en undtagelse med 'Gang i gaden', hvor der ikke er så mange kunder/brugere.

3.3 Hvor ofte kommer de i butikkerne?

Vi har spurgt dem, der bruger de forskellige butikker/aktiviteter om, hvor ofte de kommer i butikkerne.

Tablet 4: Brugere af forskellige aktiviteter i Sidegaden – opdelt efter hvor ofte de bruger dem

| | Daglig | Flere gange om ugen | En gang om ugen | Sjældnere | Uoplyst | I alt |
|----------------------|--------|---------------------|-----------------|-----------|---------|-------|
| Hva'Så..... | 4 % | 38 % | 23 % | 32 % | 4 % | 100 % |
| Sonja | 12 % | 33 % | 18 % | 35 % | 2 % | 100 % |
| Solhatten | 12 % | 31 % | 12 % | 41 % | 4 % | 100 % |
| Gang i gaden..... | 25 % | 35 % | 5 % | 30 % | 5 % | 100 % |
| Muchacho..... | 12 % | 12 % | - | 76 % | - | 100 % |
| Cassiopeia..... | 6 % | 25 % | 13 % | 50 % | 6 % | 100 % |
| Serviceteamet | 30 % | 40 % | - | 30 % | - | 100 % |
| Frisør/massage | 11 % | - | - | 67 % | 22 % | 100 % |

Anm. Kun blandt de, der har en tilknytning til de enkelte butikker.

Tabellen viser, at der er tale om meget forskellig hyppighed af de enkelte butikker/aktiviteter. De hyppigst benyttede butikker/aktiviteter er 'Gang i gaden' og Serviceteamet, men der er ret få deltagere i disse aktiviteter. Café Sonja, Hva'Så og Solhatten har mange brugere, og 40-50 % af dem kommer dagligt eller flere gange om ugen.

3.4 Hvad laver de?

I spørgeskemaet er personerne blevet spurgt om, hvad de laver i de forskellige butikker/aktiviteter. De kunne vælge mellem følgende funktioner: Rengøring, reparation, lave mad/kaffe, ekspedere, ordne varer, støtte/rådgivning og kursus/foredrag.

Tabel 5: Deltagere i spørgeskemaundersøgelsen – opdelt efter type af opgaver/aktiviteter

| | Antal | Procent |
|-------------------------|-------|---------|
| Rengøring..... | 24 | 35 % |
| Reparation | 15 | 22 % |
| Laver mad/kaffe..... | 23 | 33 % |
| Ekspederer | 29 | 42 % |
| Ordner varer | 29 | 42 % |
| Støtte/rådgivning | 19 | 27 % |
| Kursus/foredrag | 19 | 27 % |

Anm. Man kan deltage i flere opgaver/aktiviteter, så summen er mere end 100 %.

Tabel 5 viser, at arbejdsopgaverne er delt ud på mange personer. Der er flest (42 %), der ekspederer og ordner varer, efterfulgt af rengøring (35 %) og laver mad/kaffe (33 %). Desuden er der 27 %, der er i støtte/rådgivning og kursus/foredrag, mens 22 % deltager i reparation.

Tabel 6: Deltagere i forskellige arbejdsopgaver i Sidegaden – opdelt efter brugertype

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob m.v. | Alle |
|-------------------------|------------|--------------------|------------------------------|------|
| Rengøring..... | 50 % | 7 % | 65 % | 35 % |
| Reparation | 14 % | 10 % | 53 % | 22 % |
| Laver mad/kaffe..... | 64 % | 3 % | 47 % | 33 % |
| Ekspederer | 73 % | 13 % | 53 % | 42 % |
| Ordner varer | 59 % | 13 % | 71 % | 42 % |
| Støtte/rådgivning | 27 % | 27 % | 29 % | 27 % |
| Kursus/foredrag | 27 % | 37 % | 12 % | 27 % |
| Antal | 22 | 30 | 17 | 69 |

Tabel 6 viser, at de frivillige især tager sig af at ekspedere, lave mad/kaffe, ordne varer og gøre rent.

Kunderne/brugerne deltager mest i kurser/foredrag eller støtte/rådgivning. Her skal det dog nævnes, at vi ikke har medtaget kategorier om at købe/-handle i butikkerne eller deltage i samvær o.l. fx i *Hva'Så*.

Endelig viser tabel 6, at de aktiverede og fleksjobberne laver meget af det samme som de frivillige, bortset fra at de i højere grad gør rent og reparerer.

Tabel 7: Deltagere i forskellige arbejdsopgaver i Sidegaden – opdelt efter butik/aktivitet

| | Hva'Så | Sonja | Solhatten | Gang i gaden | Muchacho | Cassiopeia |
|------------------------|--------|-------|-----------|--------------|----------|------------|
| Rengøring..... | 30 % | 37 % | 33 % | 60 % | 41 % | 25 % |
| Reparation..... | 17 % | 22 % | 24 % | 30 % | 41 % | 31 % |
| Laver mad/kaffe .. | 30 % | 35 % | 29 % | 55 % | 18 % | 13 % |
| Ekspederer..... | 38 % | 47 % | 47 % | 45 % | 47 % | 50 % |
| Ordner varer..... | 38 % | 47 % | 47 % | 55 % | 53 % | 44 % |
| Støtte/rådgivning..... | 30 % | 28 % | 28 % | 30 % | 24 % | 31 % |
| Kursus/foredrag... | 32 % | 26 % | 28 % | 15 % | 12 % | 19 % |
| Antal | 53 | 51 | 51 | 20 | 17 | 16 |

I tabel 7 ser vi, at de forskellige arbejdsopgaver optræder i alle butikkerne/aktiviteterne, men med visse variationer som udtrykker, at butikkerne og aktiviteterne adskiller sig lidt, fx laver de ikke ret meget mad/kaffe i 'Muchacho og Cassiopeia, men det gør de derimod i 'Gang i gaden'.

3.5 Tilfredshed

Alle de, der har deltaget i de forskellige butikker/aktiviteter, er blevet spurgt om deres generelle tilfredshed med at deltage.

Tabel 8: Brugernes tilfredshed med de forskellige aktiviteter i Sidegaden

| | Meget tilfreds | Nogenlunde tilfreds | Ikke helt tilfreds | Uoplyst | I alt | Antal |
|----------------------|----------------|---------------------|--------------------|---------|-------|-------|
| Hva'Så..... | 87 % | 2 % | - | 11 % | 100 % | 53 |
| Sonja | 72 % | 18 % | 2 % | 8 % | 100 % | 51 |
| Solhatten | 71 % | 22 % | - | 8 % | 100 % | 51 |
| Gang i gaden..... | 55 % | 20 % | - | 25 % | 100 % | 20 |
| Muchacho..... | 41 % | 12 % | 6 % | 41 % | 100 % | 17 |
| Cassiopeia..... | 44 % | 19 % | - | 38 % | 100 % | 16 |
| Serviceteamet | 70 % | - | - | 30 % | 100 % | 10 |
| Frisør/massage | 61 % | 17 % | - | 22 % | 100 % | 18 |

Anm. Kun blandt de, der har en tilknytning til de enkelte butikker.

Tabel 8 viser, at der er en overvejende tilfredshed med butikkerne/aktiviteterne. Mange har svaret 'meget tilfreds' eller 'nogenlunde tilfreds'. Det skal nævnes, at der er en stor del 'uoplyst' i en del af aktiviteterne.

Tabel 9: Procentdel af brugerne, der er 'meget tilfreds' med de forskellige aktiviteter i Sidegaden – opdelt på brugertype

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede | Fleksjob | Alle |
|----------------------|------------|--------------------|------------|----------|------|
| Hva'Så | 71 % | 100 % | 75 % | 100 % | 87 % |
| Sonja | 62 % | 71 % | 100 % | 100 % | 72 % |
| Solhatten | 57 % | 75 % | 88 % | 100 % | 71 % |
| Gang i gaden | 50 % | 50 % | 43 % | 100 % | 55 % |
| Muchacho | 25 % | 100 % | - | 100 % | 41 % |
| Cassiopeia | 33 % | 67 % | - | 100 % | 44 % |
| Serviceteamet | 50 % | 100 % | 50 % | 100 % | 70 % |
| Frisør/massage | 67 % | 40 % | 33 % | 100 % | 61 % |

Anm. Kun blandt de, der har en tilknytning til de enkelte butikker.

Hvis vi koncentrerer dem, der har svaret 'meget tilfreds' i tabel 9, kan vi se en lille forskel mellem de forskellige typer af brugere. Der er 4 på fleksjob, der er 'meget tilfreds' over hele linjen. Der er også mange tilfredse kunder/-brugere. Derimod er der en tendens til, at de frivillige og de aktiverede er mindre tilfredse, og det gælder over hele linjen.

Man skal imidlertid være forsigtig med at overfortolke tilfredsheden med de forskellige butikker/aktiviteter, især blandt kunderne/brugere. Det skyldes, at eventuelle utilfredse kunder normalt vil finde et andet sted at handle og derfor ikke vil indgå i denne undersøgelse, som er gennemført ude i butikkerne. Det samme gælder for de frivillige, som normalt vil finde noget andet at beskæftige sig med, hvis de er utilfredse med forholdene.

3.6 Hvor kender de Sidegaden fra?

Det kan være interessant at vide, hvor deltagerne kender Sidegadeprojektet fra.

Tabel 10: Hvor kender de Sidegaden fra? – opdelt efter brugertype

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob m.v. | Alle |
|--------------------------------|------------|--------------------|------------------------------|------|
| Læst om det i avisen | 14 % | 10 % | 12 % | 12 % |
| Hørt fra venner/bekendte ... | 27 % | 37 % | 6 % | 26 % |
| Kom i butikkerne | 27 % | 67 % | 29 % | 45 % |
| Blev henvist fra rådgivere ... | 23 % | 20 % | 71 % | 33 % |
| N (Procentbasis) | 22 | 30 | 17 | 69 |

Anm. Man kunne vælge flere svar.

Det hyppigste svar er, at man kender Sidegadeprojektet, fordi man kommer i butikkerne. Det har 45 % svaret, og den største gruppe er kunderne, hvor 67 % har svaret, at de kom i butikkerne.

Nogen kender Sidegaden, fordi rådgivere har henvist dem. Det er især tilfældet for dem, der er i aktivering eller fleksjob.

Endelig er der nogen, der har hørt om det fra venner og bekendte, eller de har læst om det i avisen. Det er især tilfældet for de frivillige og kunderne.

Tabel 11: Hvor kender de Sidegadeprojektet fra? – opdelt på butik

| | Fra avisen | Venner og bekendte | Kom i butikkerne | Henvist fra rådgiver | N |
|---------------------|------------|--------------------|------------------|----------------------|----|
| Hva'Så..... | 11 % | 30 % | 47 % | 30 % | 53 |
| Sonja | 12 % | 27 % | 47 % | 29 % | 51 |
| Solhatten | 12 % | 25 % | 49 % | 29 % | 51 |
| Gang i gaden..... | 10 % | 10 % | 25 % | 45 % | 20 |
| Muchacho..... | 6 % | 24 % | 41 % | 29 % | 17 |
| Cassiopeia..... | 6 % | 31 % | 50 % | 25 % | 16 |
| Serviceteamet | - | 10 % | 10 % | 50 % | 10 |
| Frisør/massage | 6 % | 17 % | 50 % | 28 % | 18 |
| Alle | 12 % | 26 % | 45 % | 33 % | 69 |

Anm. Kun blandt de, der har en tilknytning til de enkelte butikker.

Hvis man ser på, hvor deltagerne i de enkelte butikker/aktiviteter kender Sidegadeprojektet fra, så ligner det meget godt hinanden, med enkelte undtagelser. 'Gang i gaden' og 'Serviceteamet' kendes meget fra rådgiverne, men sjældent fra butikkerne eller fra venner/bekendte.

3.7 Hvorfor bruger de Sidegadeprojektet?

Et interessant spørgsmål er, hvorfor deltagerne bruger Sidegadeprojektet og dets butikker. Vi var bl.a. interesseret i at vide, om det var af sociale grunde eller altruisme og godgørenhed.

Tabel 12: Hvor kender de Sidegaden fra? – opdelt efter brugertype

| | Frivillige | Kunder/brugere | Aktiverede/fleksjob m.v. | Alle |
|-----------------------------------|------------|----------------|--------------------------|------|
| For at være sammen med andre.. | 77 % | 77 % | 59 % | 73 % |
| For at gøre noget nyttigt..... | 64 % | 13 % | 53 % | 39 % |
| For at gøre noget for andre | 64 % | 10 % | 61 % | 36 % |
| For at kvalificere sig | 9 % | 17 % | 29 % | 17 % |
| N (Procentbasis) | 22 | 30 | 17 | 69 |

Anm. Man kunne vælge flere svar.

Den mest udbredte begrundelse for at deltage i Sidegadeprojektet er helt klart 'for at være sammen med andre'. Det svarer 73 % af alle, og denne begrundelse er meget udbredt i alle grupper af deltagere.

Til gengæld er der stor forskel på deltagergrupperne, når det handler om de andre begrundelser. Mere end halvdelen af de frivillige og de aktiverede/fleksjobberne svarer 'for at gøre noget nyttigt' og 'for at gøre noget for andre'.

Endelig er der næsten 30 % af de aktiverede, der svarer 'for at kvalificere mig'.

3.8 Hvad har de fået ud af det?

Deltagerne er blevet spurgt om, hvad de synes, de har fået ud af at deltage i Sidegadeprojektet. Der var opstillet følgende muligheder:

- *Udnyttet evner.*
- *Bedre socialt netværk.*
- *Mere indhold i dagligdagen.*
- *Et mere spændende liv.*
- *Mere selvrespekt.*
- *Mere struktur på dagligdagen.*
- *Mere respekt fra andre.*
- *Mere ansvarlig.*
- *Ser mere lyst på fremtiden.*
- *Bedre mulighed for livsudfoldelse.*

Desværre er der en del, som ikke har svaret på spørgsmålet eller kun har svaret på dele af underspørgsmålet. I den følgende tabel har vi kun medtaget svarene fra dem, der har besvaret det pågældende delspørgsmål. Men når der er mange uoplyste, er usikkerheden på svarene naturligvis også stor, fordi vi ikke ved, hvad de andre ville have svaret.

Tabel 13: Hvad har de fået ud af at deltage/bruge Sidegadeprojektet?

| | Stor betydning | Nogen betydning | Ingen betydning | I alt | N |
|------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|-------|----|
| Udnyttet evner | 50 % | 29 % | 21 % | 100 % | 38 |
| Bedre socialt netværk..... | 57 % | 34 % | 9 % | 100 % | 47 |
| Mere indhold i dagligdagen | 67 % | 29 % | 4 % | 100 % | 48 |
| Mere spændende liv | 50 % | 35 % | 15 % | 100 % | 40 |
| Mere selvrespekt | 41 % | 28 % | 31 % | 100 % | 39 |
| Mere struktur på dagen | 41 % | 20 % | 39 % | 100 % | 41 |
| Respekt fra andre | 24 % | 24 % | 52 % | 100 % | 37 |
| Mere ansvarlig | 31 % | 22 % | 47 % | 100 % | 36 |
| Ser mere lyst på fremtiden . | 46 % | 26 % | 28 % | 100 % | 39 |
| Bedre livsudfoldelse | 46 % | 31 % | 23 % | 100 % | 39 |

Anm. Ekskl. uoplyste.

Den faktor, som bliver tillagt størst betydning, er 'mere indhold i dagligdagen', som 67 % af deltagerne mener, har 'stor betydning'. På andenpladsen kommer 'bedre socialt netværk' med 57 % 'stor betydning'.

Blandt de faktorer, som har mindst betydning, er 'respekt fra andre', som 52 % mener, har 'ingen betydning', efterfulgt af 'mere ansvarlig' med 47 %.

Gennemgående har deltagerne imidlertid fået noget ud af at deltage, og næsten ingen svarer 'ingen betydning' til alle delspørgsmålene.

Tabel 14: Procentdel, der har svaret 'stor betydning' – opdelt på deltagertyper

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob | Alle |
|--------------------------------|------------|--------------------|-------------------------|------|
| Udnyttet evner | 54 % | 36 % | 64 % | 50 % |
| Bedre socialt netværk | 73 % | 53 % | 46 % | 57 % |
| Mere indhold i dagligdagen .. | 71 % | 65 % | 64 % | 67 % |
| Mere spændende liv..... | 40 % | 60 % | 50 % | 50 % |
| Mere selvrespekt..... | 43 % | 21 % | 64 % | 41 % |
| Mere struktur på dagen | 40 % | 20 % | 73 % | 41 % |
| Respekt fra andre..... | 23 % | 7 % | 50 % | 24 % |
| Mere ansvarlig..... | 25 % | 14 % | 60 % | 31 % |
| Ser mere lyst på fremtiden ... | 43 % | 27 % | 80 % | 46 % |
| Bedre livsudfoldelse | 23 % | 56 % | 60 % | 46 % |
| N..... | 15 | 15 | 11 | 41 |

Tabel 14 viser, hvor meget de forskellige grupper har fået ud af at deltage i Sidegadeprojektet. Desværre er det et meget lille talmateriale, fordi vi har udeladt de 'uoplyste'. Tendensen er imidlertid, at det er de aktiverede og dem i fleksjob, som tilsyneladende har fået rigtig meget ud af at deltage i projektet, mens de frivillige er på andenpladsen og kunderne/brugerne ligger nederst. Der er dog enkelte undtagelser, fx når det gælder 'bedre livsudfoldelse', hvor kunderne ligger højere end de frivillige.

Tabel 15a: Procentdel, der har svaret 'stor betydning' – opdelt på butikker/aktiviteter

| | Hva'Så | Café Sonja | Solhatten | Gang i gaden |
|------------------------------|--------|------------|-----------|--------------|
| Udnyttet evner | 47 % | 48 % | 52 % | 54 % |
| Bedre socialt netværk..... | 60 % | 60 % | 62 % | 57 % |
| Mere indhold i dagligdagen | 68 % | 62 % | 61 % | 73 % |
| Mere spændende liv..... | 50 % | 42 % | 41 % | 64 % |
| Mere selvrespekt | 42 % | 39 % | 38 % | 64 % |
| Mere struktur på dagen | 39 % | 36 % | 35 % | 77 % |
| Respekt fra andre..... | 27 % | 23 % | 22 % | 40 % |
| Mere ansvarlig..... | 31 % | 30 % | 29 % | 60 % |
| Ser mere lyst på fremtiden | 41 % | 41 % | 41 % | 80 % |
| Bedre livsudfoldelse | 44 % | 38 % | 40 % | 64 % |
| N | 32 | 32 | 33 | 11 |

Tabel 15b: Procentdel, der har svaret 'stor betydning' – opdelt på butikker/aktiviteter

| | Muchacho | Cassiopeia | Service-team | Frisør/massage |
|-------------------------------|----------|------------|--------------|----------------|
| Udnyttet evner | 70 % | 75 % | 100 % | 64 % |
| Bedre socialt netværk..... | 60 % | 46 % | 67 % | 43 % |
| Mere indhold i dagligdagen . | 67 % | 50 % | 67 % | 53 % |
| Mere spændende liv..... | 36 % | 22 % | 75 % | 36 % |
| Mere selvrespekt | 50 % | 50 % | 100 % | 46 % |
| Mere struktur på dagen | 46 % | 44 % | 100 % | 36 % |
| Respekt fra andre..... | 36 % | 33 % | 75 % | 27 % |
| Mere ansvarlig..... | 40 % | 38 % | 75 % | 36 % |
| Ser mere lyst på fremtiden .. | 50 % | 45 % | 100 % | 50 % |
| Bedre livsudfoldelse | 60 % | 50 % | 75 % | 46 % |
| N | 10 | 8 | 4 | 11 |

Tabel 15 viser, at der ikke er ret store forskelle i procentdelen, der har svaret 'stor betydning' i de 3 butikker, som har flest deltagere: *Hva'Så*, *Sonja* og *Solhatten*. Dette er ikke overraskende, fordi de 3 butikker har så mange deltagere, og de fleste er gengangere.

De øvrige butikker/aktiviteter har færre deltagere og indeholder større variationer. Desværre er talmaterialet meget beskedent, og der er derfor stor usikkerhed med hensyn til tallene.

3.9 Har *Hva'Så* givet mening og netværk?

I spørgeskemaet blev der stillet et særligt spørgsmål til brugerne af *Hva'Så*, som skal vise, om deltagerne mener, at aktiviteten lever op til sit erklærede formål om at give mening og netværk i deltagerens liv.

Tabel 16: Har deltagelse i Hva'Så givet mening og netværk? – opdelt på deltagertyper

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob | Alle |
|------------------------|------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Ja, i høj grad..... | 60 % | 30 % | - | 34 % |
| Ja, i nogen grad | 30 % | 57 % | 80 % | 53 % |
| Nej..... | 10 % | 13 % | 20 % | 13 % |
| I alt..... | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| N..... | 10 | 23 | 5 | 38 |

Anm. Ekskl. uoplyste.

Tabel 16 viser, at projektet kan siges at leve op til sit erklærede formål, da 34 % har svaret 'ja, i høj grad' mens 53 % har svaret 'ja, i nogen grad'. Kun 13 % har svaret 'nej'.

Tabellen viser også, at det især er de frivillige, der føler, at deltagelsen har givet deres liv mening og netværk, mens kunderne/brugere og de aktiverede er lidt mere reserverede i deres bedømmelse.

3.10 Møder og indflydelse

Det er et formål med Sidegadeprojektet, at deltagerne skal inddrages og have indflydelse.

Tabel 17: Deltager du i møder i butikkerne? – opdelt på deltagertyper

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob | Alle |
|------------------------|------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Ja, alle møderne | 23 % | 3 % | - | 9 % |
| Ja, nogle møder | 41 % | 20 % | 65 % | 38 % |
| Nej..... | 32 % | 70 % | 35 % | 34 % |
| Uoplyst | 4 % | 7 % | - | 4 % |
| I alt..... | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| N..... | 22 | 30 | 17 | 69 |

Det er kun 9 %, der deltager i alle møder i Sidegadeprojektet, og det er helt overvejende de frivillige. Desuden ser vi, at 70 % af kunderne/brugere slet ikke deltager i nogen møder, mens 65 % af de aktiverede/fleksjobberne deltager i nogle af møderne. Der er altså meget stor forskel på, hvor mange møder de deltager i.

Tabel 18: Deltager du i møder i butikkerne? – opdelt på butik

| | Alle møder | Nogle møder | Ingen møder | Uoplyst | I alt | N |
|----------------------|------------|-------------|-------------|---------|-------|----|
| Hva'Så | 9 % | 34 % | 55 % | 2 % | 100 % | 53 |
| Sonja | 8 % | 41 % | 47 % | 4 % | 100 % | 51 |
| Solhatten | 8 % | 39 % | 49 % | 4 % | 100 % | 51 |
| Gang i gaden | 10 % | 40 % | 45 % | 5 % | 100 % | 20 |
| Muchacho | 12 % | 41 % | 41 % | 6 % | 100 % | 17 |
| Cassiopeia | 13 % | 50 % | 37 % | - | 100 % | 16 |
| Serviceteamet | - | 30 % | 50 % | 20 % | 100 % | 10 |
| Frisør/massage | 11 % | 56 % | 33 % | - | 100 % | 18 |
| Alle | 9 % | 38 % | 34 % | 4 % | 100 % | 69 |

Anm. Kun blandt de, der har en tilknytning til de enkelte butikker.

Tabel 18 viser, at der ikke er markante forskelle i mødeaktivitet mellem deltagerne i forskellige butikker/aktiviteter.

Der var mulighed for at uddybe svaret om mødedeltagelse i spørgeskemaet, men det er der ikke mange, der har benyttet sig af. I de fleste tilfælde er det en uddybning af, at de ikke deltager i møderne, fx

- *Nogle af møderne ligger på "forkerte" tidspunkter!*
- *Før kom jeg tit til møderne, men nu har jeg fået job!*
- *Hader møder!*
- *Kan ikke holde mig vågen!*

Tabel 19: Er du tilfreds med den indflydelse, du har? – opdelt på deltager typer

| | Frivillige | Kunder/brugere | Aktiverede/fleksjob | Alle |
|---------------------------|------------|----------------|---------------------|-------|
| Meget tilfreds | 64 % | 43 % | 53 % | 52 % |
| Nogenlunde tilfreds | 22 % | 20 % | 41 % | 26 % |
| Ikke helt tilfreds | 5 % | - | - | 1 % |
| Utilfreds | - | - | - | - |
| Uoplyst | 9 % | 37 % | 6 % | 20 % |
| I alt | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| N | 22 | 30 | 17 | 69 |

Der er stort set ingen af deltagerne, der er utilfredse med den indflydelse, de har. Halvdelen er endda 'meget tilfreds', mens en fjerdedel blot er 'nogenlunde tilfreds', og 20 % er uoplyst.

De frivillige er tilsyneladende mest tilfredse med deres indflydelse, men der er en stor del af kunderne/brugere, som ikke har besvaret spørgsmålet. Der var desuden mulighed for, at deltagerne kunne uddybe deres svar på indflydelsesspørgsmålet, men der er kun få, der har benyttet muligheden, og indholdet er også meget begrænset.

3.11 Hvad ville de ellers lave?

Et af de spørgsmål, der blev stillet i spørgeskemaet, er, hvad deltagerne ville lave, hvis de ikke var i Sidegadeprojektet.

Tabel 20: Hvad ville du lave, hvis du ikke deltog i Sidegadeprojektet? – opdelt på deltagertyper

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ Fleksjob | Alle |
|--------------------------------|------------|--------------------|-------------------------|------|
| Ingenting..... | 27 % | 10 % | 24 % | 19 % |
| Finde mig et job..... | 5 % | 3 % | 47 % | 15 % |
| Deltage i et andet projekt ... | 41 % | 40 % | 18 % | 35 % |
| Ikke besvaret..... | 32 % | 50 % | 18 % | 36 % |
| N..... | 22 | 30 | 17 | 69 |

Tabel 20 viser, at 35 % af deltagerne ville deltage i et andet projekt, mens 15 % ville finde et job. Desuden var der 19 %, som ingenting ville gøre, og desværre er der 36 %, som ikke har besvaret spørgsmålet.

Der er især en del frivillige og kunder/brugere, som siger, at de ville deltage i et andet projekt, mens der er en hel del aktiverede og fleksjobbere, som ville finde sig et job.

Uddybningen af spørgsmålet har affødt følgende kommentarer fra frivillige, kunder/brugere og aktiverede/fleksjobbere:

Frivillige

- *Blive selvstændig et andet sted på Vesterbro.*
- *Er her kun pga. barsel.*
- *Er med i sang- og korprojektet som frivillig.*
- *Er studerende, men ville aldrig finde erstatning for mit forhold til Hva'Så.*
- *Finde en anden måde at være sammen med andre på.*
- *Frivilligt arbejde.*
- *Har dårlig ryg.*
- *Jeg har et job.*
- *Rart at komme og være sammen med andre og få hjælp og støtte.*

Kunder/brugere

- *Bruger pt. Sidegaden til babymusik og indkøb som kunde.*
- *Bruger Sidegaden som alternativ til bydelens andre tilbud af cafeer.*
- *Er på barsel fra job.*
- *Haft stor glæde af det, især på barsel.*
- *Har benyttet Hva'Så under barsel.*
- *Ingen andre projekter for folk i min situation på Vesterbro.*
- *Jeg bruger Hva'Så i forbindelse med barsel, som bruger.*
- *Jeg er under uddannelse nu.*

- *Jeg vil helst være med, men mit svar C er mest sandsynligt.*
- *Mindre i svømmehal med mit barn. Ikke være med til rytmik så ofte.*

Aktiverede/fleksjobbere

- *Afventer fleksordning.*
- *Har syge i familien, som jeg vil bruge tid på.*
- *Stedet giver min dag indhold.*

Der er altså mange forskellige uddybninger af spørgsmålet, som bl.a. viser noget om, hvorfor de deltager i Sidegadeprojektet. Især bemærker man, at en del bruger det i forbindelse med barsel.

3.12 Hvad er det gode ved at deltage i Sidegadeprojektet?

Deltagerne blev også spurgt om, hvad de synes, er det gode ved at deltage i Sidegadeprojektet. I det følgende har vi igen opdelt svarene efter deltager-typer: Frivillige, kunder/brugere og aktiverede/fleksjobbere.

Frivillige

- *Hyggeligt samvær. Møde nye mennesker. Snakke om børn og børnerelaterede "problemer".*
- *At der er noget at lave. De er søde i Solhatten. Der er forskellige opgaver.*
- *Billigt babytøj. Socialt samvær omkring spædbørn.*
- *Der skabes et netværk på Vesterbro, som især nybagte mødre har brug for.*
- *Det er den gode altomfavnende accept af alle forskellige mennesker, der giver ligeværdighed.*
- *Et godt netværk tæt ved ens hjem. Løfter ens selvværd. Holder sig selv i gang.*
- *Glæden ved at deltage i et arbejdsmæssigt fællesskab.*
- *God stemning.*
- *Godt at være med i de forskellige aktiviteter. Føler man er med i samfundet. Det handler også om solidaritet.*
- *Har noget at stå op til. Struktur på min uge. Samvær med andre.*
- *Mangfoldighed, netværk, livsglæde og sparring.*
- *Møde ligesindede. Føle sig accepteret og afholdt på trods af, at man også viser dårlige sider. Støtte, samtale, venskab og erfaring inden for egen profession.*
- *Socialt samvær. Motion. Indhold i dagen. Gode relationer.*

De frivillige lægger tilsyneladende meget vægt på de sociale elementer i aktiviteterne, hvor de møder andre mennesker, skaber netværk og fungerer i et fællesskab. Et andet element er, at der er tale om meningsfulde aktiviteter, som giver struktur på dagligdagen. Endelig er der nogle frivillige, som pointerer mangfoldighed, tolerance, livsglæde og solidaritet.

Kunder/brugere:

- *Dejligt at være bruger af Hva'Så. Sludre med andre mødre. Købe billigt tøj. Drikke en kop kaffe. Gode og billige tilbud, fx svømmehal.*
- *Der er plads til at være sig selv og afprøve sig selv.*
- *Det er godt for sjælen.*
- *For at føle en lokal tilknytning i den store by.*
- *Har mødt andre mødre/fædre på barsel og haft råd til at komme ud og lave aktiviteter med mit barn.*
- *Her er altid tid til en sludder. Billigt tøj. Mennesker at tale med. Min datter ser andre børn og er glad for Hva'Så. Vedkommende foredrag/kurser.*
- *Hyggeligt sted med børn. Vil gerne støtte det sociale i projektet, som er en super idé (Hva'Så).*
- *Imødekommende mennesker der har tid til at lytte og et smil. Der er ingen andre tilbud på Vesterbro. Det er trygt at vide, at det er her.*
- *Komme herved og få gode råd og dele erfaringer med andre. Har brugt sundhedsplejerske i Hva'Så et par gange.*
- *Man kan komme med sit barn og møde andre forældre og deres børn.*
- *Min baby elsker rytmik og at se de andre børn.*
- *Nemt at deltage i arrangementerne. Underviseren til rytmik er meget sød og kvalificeret.*
- *Nemt at komme og gå. Der er børnevenlige aktiviteter.*
- *Netværk og at der er plads til alle.*
- *Rart sted at komme og møde andre samt købe genbrugstøj.*
- *Åbenhed, kundskab, fællesskab, spændende, god mad, økologi.*

Kunderne/brugere lægger stor vægt på det sociale aspekt i Sidegaden, og det skal nævnes, at det i høj grad er brugerne af *Hva'Så*, der betoner det sociale element. De lægger også vægt på, at der er nogle gode aktiviteter for deres børn, og at de kan købe genbrugstøj.

Aktiverede/fleksjobbere

- *Alle er velkomne, også på dårlige dage. Man får hjælp til de ting, man har brug for. Indsigt i andres liv. Man er ikke alene.*
- *At ens indsats bliver værdsat og er nødvendig. Uden frivillige ville butikken være lukket.*
- *Et fint projekt for det ligner et rigtigt job.*
- *Jeg er begyndt at lære mig selv bedre at kende.*
- *Jeg har fundet ud af, hvad jeg vil arbejde med. Hjælp til at skrive ansøgninger. Fået råd og støtte.*
- *Man ser mennesket som helhed.*
- *Masser af søde tøser.*
- *Social aktivitet og danne et netværk til at komme videre. Får hverdagen til at spille.*
- *Teamånden.*

De aktiverede lægger vægt på, at man får anerkendelse for en meningsfuld indsats, der ligner et rigtigt job. Der er også nogle, der oplever det som en positiv personlig udvikling, hvor de kan få råd og støtte og komme videre i deres liv, fx med at søge job. Endelig lægger flere af dem vægt på det sociale samvær og 'teamånden'.

Hvis man sammenligner de forskellige gruppers argumenter for Sidegadeprojektet, så er der en fælles ting vedrørende det sociale samvær i lokalområdet, som næsten alle fremhæver – både de frivillige, kunderne og de aktiverede. De frivillige lægger desuden vægt på, at der er tale om meningsfulde aktiviteter, som giver struktur på dagligdagen, og de aktiverede mener, at de kan bruge det i en personlig udvikling. Brugerne af Hva'Så sætter pris på de børnevenlige aktiviteter, og at de kan gå et sted hen i deres barselsperiode, hvor de kan møde ligesindede.

3.13 Vil du fortsætte i Sidegadeprojektet?

I slutningen af spørgeskemaet er deltagerne blevet spurgt om, de vil fortsætte i Sidegadeprojektet.

Tabel 21: Vil du fortsætte i Sidegadeprojektet? – opdelt på deltagertyper

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob | Alle |
|-------------------------------|------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Ja, helt sikkert..... | 68 % | 77 % | 64 % | 71 % |
| Ja, måske | 27 % | 13 % | 18 % | 19 % |
| Nej, vil snart holde op | 5 % | - | 12 % | 4 % |
| Ikke besvaret | - | 10 % | 6 % | 6 % |
| I alt..... | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| N | 22 | 30 | 17 | 69 |

Tabel 21 viser meget klart, at langt de fleste deltagere gerne vil fortsætte i Sidegadeprojektet. 71 % har svaret 'ja, helt sikkert' og 19 % har svaret 'ja, måske', mens der kun er 4 %, der snart vil holde op i projektet.

Der er ikke markante forskelle mellem deltagertyperne. Man kan måske nævne, at de frivillige er lidt mere usikre end kunder/brugere, og 12 % af de aktiverede/fleksjobbere snart vil holde op.

3.14 Forslag til forbedringer

I slutningen af spørgeskemaet blev deltagerne bedt om at komme med forslag til forbedringer af Sidegadeprojektet. Der er imidlertid kun et meget begrænset antal deltagere, som har fremsat sådanne forslag.

Frivillige

- *Afskaffe "sladreklubben".*
- *Små ting sættes højere op på hylderne.*
- *At Hva'Så laver svømning for de store børn.*
- *Mangler unge i projektet.*
- *Sund mad. Motion.*
- *Trist at man er udelukket for Hva'Så, når man kommer på arbejdsmarkedet.*

Kunder/brugere

- *En time, hvor man kunne lære sin baby at spise første gang.*
- *Flere aktiviteter og mere plads.*
- *Få nogle mænd ud i projektet.*
- *Købe Yvones og starte integrationsprojekt.*
- *Lave et åbent værksted med mulighed for kreativ udfoldelse.*
- *Øko-is i Solhatten.*
- *Flere fester og markedsdage/loppemarkeder.*

Aktiverede/fleksjobbere

- *Butik med brugt voksentøj (mærkevarer).*
- *Butik med brugte brugsting.*
- *Giv folk en mulighed for at tjene en ekstra skilling.*
- *Tur i skov, strand, hede. Opleve den minimale vilde natur.*

Der er altså forslag til nye butikker med voksentøj og brugsting. Desuden er der forslag til andre aktiviteter, fx et integrationsprojekt, svømning for større børn og ture til skov og strand. Endelig efterlyses der flere mænd og unge.

3.15 Profiler

I dette afsnit vil vi tegne nogle profiler af de forskellige deltagergrupper med hensyn til køn, alder, uddannelse, familiesituation og beskæftigelsessituation. Tabel 22 viser de 3 hovedgrupper i undersøgelsen: Frivillige, kunder/brugere og aktiverede/fleksjobbere mv.

Tabel 22: Deltagertyper – opdelt på køn, alder, familiesituation, uddannelse og beskæftigelse

| | Frivillige | Kunder/ brugere | Aktiverede/ fleksjob | Alle |
|-----------------------------------|------------|--------------------|-------------------------|------|
| Køn: | | | | |
| Mand..... | 27 % | 7 % | 59 % | 26 % |
| Kvinde..... | 73 % | 90 % | 41 % | 73 % |
| Uoplyst..... | - | 3 % | - | 1 % |
| Alder: | | | | |
| Under 30 år..... | 5 % | 27 % | 18 % | 17 % |
| 30-39 år | 45 % | 50 % | 29 % | 44 % |
| 40-49 år | 32 % | 17 % | 12 % | 20 % |
| 50-59 år | 9 % | - | 18 % | 7 % |
| 60 år + | 9 % | - | 12 % | 6 % |
| Uoplyst..... | 18 % | 7 % | 12 % | 6 % |
| Familiesituation: | | | | |
| Enlig uden børn | 23 % | - | 35 % | 16 % |
| Enlig med børn | 27 % | 10 % | 29 % | 20 % |
| Par uden børn..... | 18 % | - | - | 6 % |
| Par med børn..... | 23 % | 87 % | 18 % | 49 % |
| Andet | 9 % | - | 18 % | 7 % |
| Uoplyst..... | - | 3 % | - | 1 % |
| Uddannelse: | | | | |
| Ingen..... | 14 % | 7 % | 47 % | 19 % |
| Lærlinge/elevuddannelse | 9 % | 3 % | 24 % | 10 % |
| Kort, videregående (x<4 år)..... | 23 % | 33 % | - | 22 % |
| Lang, videregående (x>4 år) | 36 % | 40 % | - | 29 % |
| Andet | 5 % | - | 6 % | 3 % |
| Uoplyst..... | 14 % | 17 % | 6 % | 17 % |
| Beskæftigelse: | | | | |
| Almindeligt job | 27 % | 33 % | - | 26 % |
| Aktivering/støttet..... | - | - | 100 % | 7 % |
| Under uddannelse | 9 % | 13 % | - | 9 % |
| Arbejdsløs..... | 5 % | 3 % | - | 6 % |
| Førtidspensionist | 23 % | - | - | 7 % |
| Folkepensionist..... | 5 % | - | - | 1 % |
| Andet | 9 % | 3 % | - | 10 % |
| Uoplyst/barsel..... | 27 % | 47 % | - | 33 % |
| N | 22 | 30 | 17 | 69 |

Tabel 22 viser for det første, at der er meget store kønsforskelle på de tre grupper. Kunderne/brugerne er næsten udelukkende kvinder (90 %), de frivillige er overvejende kvinder (73 %) og de aktiverede/fleksjobberne er overvejende mænd (59 %).

Når det gælder alder, så er der også markante forskelle. Kunderne/brugerne er klart yngre end de frivillige og de aktiverede/fleksjobberne. Det er aldersgruppen 30-39 år, som er størst i Sidegadeprojektet, mens der ikke er ret mange på 50 år og derover.

Familiesituationen er også meget forskellig i de 3 grupper. Langt de fleste af kunderne/brugerne lever i parforhold med børn (87 %), og det kan tilføjes, at de i mange tilfælde er på barsel. Derimod er en stor del af de frivillige og de aktiverede/fleksjobberne enlige med og uden børn.

Også uddannelsesmæssigt adskiller kunderne/brugerne sig fra de frivillige og især de aktiverede/fleksjobberne. 40 % af kunderne/brugerne har en lang videregående uddannelse, og 33 % har en kort videregående uddannelse. De aktiverede/fleksjobberne er derimod karakteriseret ved, at næsten halvdelen ingen erhvervsuddannelse har.

Beskæftigelsesmæssigt adskiller kunderne/brugerne sig ved groft sagt enten at være i beskæftigelse eller på barsel. De frivillige består derimod af et bredt spektrum af kategorier, og der er bl.a. en del førtidspensionister blandt de frivillige.

Tabel 22a: Deltagere i butikker/aktiviteter – opdelt på køn, alder, familiesituation, uddannelse og beskæftigelse

| | Hva'Så | Café Sonja | Solhatten | Gang i gaden |
|-----------------------------------|--------|------------|-----------|--------------|
| Køn: | | | | |
| Mand..... | 17 % | 27 % | 26 % | 50 % |
| Kvinde..... | 83 % | 71 % | 72 % | 45 % |
| Uoplyst..... | - | 2 % | 2 % | 5 % |
| Alder: | | | | |
| Under 30 år..... | 21 % | 16 % | 16 % | 15 % |
| 30-39 år | 49 % | 43 % | 45 % | 30 % |
| 40-49 år | 23 % | 25 % | 22 % | 30 % |
| 50-59 år | 4 % | 2 % | 6 % | 5 % |
| 60 år + | 2 % | 6 % | 6 % | 5 % |
| Uoplyst..... | 2 % | 8 % | 6 % | 15 % |
| Familiesituation: | | | | |
| Enlig uden børn | 9 % | 16 % | 20 % | 35 % |
| Enlig med børn | 25 % | 25 % | 20 % | 20 % |
| Par uden børn..... | 4 % | 4 % | 4 % | 15 % |
| Par med børn..... | 60 % | 47 % | 51 % | 15 % |
| Andet | 2 % | 6 % | 4 % | 10 % |
| Uoplyst..... | - | 2 % | 2 % | 5 % |
| Uddannelse: | | | | |
| Ingen..... | 17 % | 20 % | 24 % | 35 % |
| Lærlinge/elevuddannelse | 4 % | 8 % | 10 % | 20 % |
| Kort, videregående (x<4 år)..... | 23 % | 25 % | 24 % | 10 % |
| Lang, videregående (x>4 år) | 36 % | 27 % | 25 % | 5 % |
| Andet | 2 % | 4 % | 2 % | 5 % |
| Uoplyst..... | 19 % | 16 % | 16 % | 25 % |
| Beskæftigelse: | | | | |
| Almindeligt job | 30 % | 28 % | 28 % | 15 % |
| Aktivering/støttet..... | 9 % | 10 % | 10 % | 20 % |
| Under uddannelse | 11 % | 10 % | 10 % | - |
| Arbejdsløs..... | 6 % | 8 % | 8 % | 10 % |
| Førtidspensionist | 2 % | 6 % | 4 % | 10 % |
| Folkepensionist..... | - | - | - | 5 % |
| Andet | 4 % | 8 % | 10 % | 10 % |
| Uoplyst/barsel..... | 38 % | 31 % | 31 % | 30 % |
| N | 53 | 51 | 51 | 20 |

Tabel 22b: Deltagere i butikker/aktiviteter – opdelt på køn, alder, familiesituation, uddannelse og beskæftigelse

| | <i>Muchacho</i> | <i>Cassiopeia</i> | <i>Service- team</i> | <i>Frisør/ massage</i> |
|-----------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------------|----------------------------|
| Køn: | | | | |
| Mand | 41 % | 19 % | 50 % | 28 % |
| Kvinde | 53 % | 81 % | 40 % | 72 % |
| Uoplyst | 6 % | - | 10 % | - |
| Alder: | | | | |
| Under 30 år | 18 % | 19 % | 10 % | 11 % |
| 30-39 år | 47 % | 50 % | 20 % | 44 % |
| 40-49 år | 23 % | 31 % | 30 % | 28 % |
| 50-59 år | - | - | 20 % | 6 % |
| 60 år + | - | - | 10 % | 11 % |
| Uoplyst | 12 % | - | 10 % | - |
| Familiesituation: | | | | |
| Enlig uden børn | 24 % | 6 % | 30 % | 11 % |
| Enlig med børn | 18 % | 25 % | 20 % | 28 % |
| Par uden børn | - | 6 % | 10 % | - |
| Par med børn | 53 % | 63 % | 30 % | 56 % |
| Andet | - | - | - | 6 % |
| Uoplyst | 6 % | - | 10 % | - |
| Uddannelse: | | | | |
| Ingen | 29 % | 25 % | 60 % | 28 % |
| Lærlinge/elevuddannelse | 18 % | 13 % | 30 % | 22 % |
| Kort, videregående (x<4 år) | 23 % | 31 % | 10 % | 11 % |
| Lang, videregående (x>4 år) | 12 % | 25 % | - | 28 % |
| Andet | 6 % | - | - | - |
| Uoplyst | 12 % | 6 % | - | 11 % |
| Beskæftigelse: | | | | |
| Almindeligt job | 24 % | 31 % | 20 % | 22 % |
| Aktivering/støttet | 24 % | 25 % | 50 % | 22 % |
| Under uddannelse | 12 % | 13 % | - | 11 % |
| Arbejdsløs | 12 % | 6 % | - | - |
| Førtidspensionist | - | - | 20 % | 6 % |
| Folkepensionist | - | - | - | - |
| Andet | 12 % | - | 10 % | 17 % |
| Uoplyst/barsel | 18 % | 25 % | - | 22 % |
| N | 17 | 16 | 10 | 18 |

Kvinderne er i overtal i de fleste af butikkerne. Det gælder især i *Hva'Så* og *Cassiopeia*, mens mændene er bedst repræsenteret i *Service teamet* og *Gang i gaden*, hvor de udgør halvdelen.

De butikker, der har relativt flest unge, er *Hva'Så*, *Mushacho* og *Cassiopeia*, mens *Serviceteamet*, *Gang i gaden* og *frisør/massage mv.* har relativt flere ældre. Men ingen af butikkerne/aktiviteterne har rigtig mange ældre personer.

Familiemæssigt er det også et blandet billede. Men vi kan konstatere, at der er relativt flest, der lever i parforhold med børn i *Hva'Så* og *Muchacho*. Vi kan også se, at der er relativt flest enlige uden børn i *Gang i gaden* og *Serviceteamet*. Derimod er enlige med børn repræsenteret med nogenlunde ens procent (20-25 %) i næsten alle butikkerne.

Uddannelsesmæssigt finder man den største procentdel med lang, videregående uddannelse i *Hva'Så*, mens *Serviceteamet* har flest uden en erhvervsuddannelse (60 %). Ellers er uddannelsessammensætningen relativ ensartet i de fleste butikker.

Endelig kan vi konstatere, at butikkerne er meget bredt sammensatte rent beskæftigelsesmæssigt. Der burde have været en svarkategori i spørgeskemaet med 'barsel', men mange har alligevel tilkendegivet, at de er på barsel i øjeblikket, men at de ellers er i almindelig beskæftigelse eller under uddannelse.

Bilag

Bilag 1 – Interviewpersoner
Bilag 2 – Spørgeskema

Bilag 1: Interviewpersoner

Samarbejdsrelationerne til Sidegaden er beskrevet og vurderet på baggrund af interview med samarbejdspartnere, som projektleder for Sidegaden og Settlementets ledelse har peget på. Interviewene er primært gennemført som telefoninterview, dog 2 som personlige interview.

Følgende kommunale institutioner på Vesterbro har deltaget i interview:

- Sundhedsplejen i Mathæusgade Sundhedsplejerske Britta Sjøholm.
- Vesterbro Lokalcenter – chef Ulla Ravn.
- Pigegruppen i Saxogade – pædagog.

CASA har også været i kontakt med administrativ leder fra Oehlenschlägergades Skole Mikael Stenstrup og leder af Fritidshjemmet Vestervang Sally Hemann. Deres kendskab til Sidegaden var begrænset, og der er derfor ikke gennemført interview med dem.

I tilknytning til det frivillige arbejde drejer det sig om:

- Frivilligcenter V-SV – leder Helle Gerber Nielsen.

I forbindelse med den lokale forankring er følgende samarbejdspartnere interviewet:

- Grøn Vesterbro, Agenda 21 – leder Niels Birk.
- Gethsemane Kirke – sognepræst Jenny Liisberg.
- Kunstner, Enghave Plads – Erik Clausen.
- Andelsboligforeningen Saxogade 77-83 – Andelsboligformand Kirsten Kaas.

Desuden er følgende medarbejdere i Sidegaden blevet interviewet:

- Butik Muchacho i Saxogade – indehaver David Ramati.
- Kgc cykler i Valdemarsgade – indehaver Malle Jensen.
- Projektleder i Sidegaden Pernille Molsen.

Bilag 2: Spørgeskema

Spørgeskemaet udfyldes ved at sætte ringe omkring svarmulighederne i de enkelte spørgsmål. Tallene skal bruges til indtastning af svar. I enkelte spørgsmål skal der skrives tekst eller datoer.

1. Hvilke butikker i Sidegaden har du deltaget i og hvornår?

| | Samlet periode (År og måneder) | Starttidspunkt (ca. dato) |
|---------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| Hva'Så – far, mor og barn butik | | |
| Café Sonja | | |
| Solhatten | | |
| Gang i gaden | | |
| Muchacho | | |
| Cassiopeia | | |
| Serviceteamet | | |
| Frisør, massage og zoneterapi | | |
| Andet: | | |

2. Hvor ofte kommer du i de forskellige butikker i Sidegadeprojektet?

(Sæt én ring ved hver butik)

| | Daglig | Flere gange om ugen | En gang om ugen | Sjældnere | Aldrig |
|--------------------------------|--------|------------------------|--------------------|-----------|--------|
| Hva'Så – far, mor og barnbutik | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Café Sonja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Solhatten | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Gang i gaden | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Muchacho | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cassiopeia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Serviceteamet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Frisør/massage/zoneterapi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Andet: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. Hvilken stilling har du (haft) i de forskellige butikker i Sidegaden?

(Sæt ring ved de aktiviteter og butikker du bruger eller har brugt)

| | Aktivering | Fleksjob | Frivillig | Kunde/ Bruger | Andet |
|--------------------------------|------------|----------|-----------|------------------|-------|
| Hva'Så – far, mor og barnbutik | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Café Sonja | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Solhatten | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Gang i gaden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Muchacho | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cassiopeia | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Serviceteamet | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Frisør/massage/zoneterapi | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Andet: | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

4. Hvilke aktiviteter i Sidegaden deltager du /har deltaget i?

(Sæt ring ved de aktiviteter og butikker du bruger eller har brugt)

| | Ren- gøring | Repa- ration | Laver mad/ kaffe | Ekspe- derer | Ordne varer | Støtte/ rådgivning | Kursus/ foredrag |
|--------------------------------|----------------|-----------------|------------------------|-----------------|----------------|-----------------------|---------------------|
| Hva'Så – far, mor og barnbutik | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Café Sonja | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Solhatten | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Gang i gaden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Muchacho | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cassiopeia | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Serviceteamet | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Frisør/massage/zoneterapi | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Andet: | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

5. Hvor tilfreds er du alt i alt med de forskellige butikker i Sidegaden?

(Sæt ring ved de aktiviteter og butikker du bruger eller har brugt)

| | Meget tilfreds | Nogenlunde tilfreds | Ikke helt tilfreds | Utilfreds |
|-----------------------------------|-------------------|------------------------|-----------------------|-----------|
| Hva'Så – far, mor og barnbutik | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Café Sonja | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Solhatten | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Gang i gaden | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Muchacho | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Cassiopeia | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Serviceteamet | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Fri- sør/massage/zoneterapi | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Andet: | 1 | 2 | 3 | 4 |

6. Hvor kender du Sidegadeprojektet fra? (Sæt gerne flere ringe)

| | |
|--|---|
| Læst om det i avisen | 1 |
| Hørt om det fra venner/bekendte/naboer | 1 |
| Kom i butikkerne på gaden | 1 |
| Blev henvist fra rådgivere | 1 |
| Andet: | 1 |

7. Hvorfor bruger du Sidegadeprojektet? (Sæt gerne flere ringe)

| | |
|----------------------------------|---|
| For at være sammen med andre | 1 |
| For at gøre noget nyttigt | 1 |
| Kan lide at gøre noget for andre | 1 |
| For at kvalificere mig | 1 |
| Er i aktivering/praktik | 1 |
| Andet: | 1 |

8. Hvad har du fået ud af at deltage i/bruge Sidegadeprojektet?*(Sæt én ring ved hver ting)*

| | Stor betydning | Nogen betydning | Ingen betydning |
|-----------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Udnyttet evner | 1 | 2 | 3 |
| Bedre socialt netværk | 1 | 2 | 3 |
| Mere indhold i dagligdagen | 1 | 2 | 3 |
| Et mere spændende liv | 1 | 2 | 3 |
| Mere selvrespekt | 1 | 2 | 3 |
| Mere struktur på dagligdagen | 1 | 2 | 3 |
| Mere respekt fra andre | 1 | 2 | 3 |
| Mere ansvarlig | 1 | 2 | 3 |
| Ser mere lyst på fremtiden | 1 | 2 | 3 |
| Bedre mulighed for livsudfoldelse | 1 | 2 | 3 |

9. (Kun til deltagere i Hva'Så) Har du oplevet at deltagelse i Hva'Så har givet mening og netværk til dit sociale liv? (Sæt kun én ring)

| | |
|------------------|---|
| Ja, i høj grad | 1 |
| Ja, i nogen grad | 2 |
| Nej | 3 |

10. Hvis du ikke var i Sidegadeprojektet, hvad ville du så lave? (Gerne flere ringe)

| | |
|-------------------------------|---|
| a. Ingenting | 1 |
| b. Finde mig et job | 1 |
| c. Deltage i et andet projekt | 1 |

Uddyb evt. svaret: _____

11. Hvad er det gode ved at deltage i Sidegadeprojektet?

| |
|-----------------------|
| Skriv: _____ _____ |
|-----------------------|

12. Hvad laver du, når du ikke er i Sidegadeprojektet? (Sæt én ring om hver aktivitet)

| | Daglig | Hver uge | Sjældnere | Aldrig |
|--------------------------------------|--------|----------|-----------|--------|
| Er hjemme | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Går på café eller i byen | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Går på biblioteket | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Besøger familie og venner | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Dyrker motion og sport | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Går i biograf eller til forlystelser | 1 | 2 | 3 | 4 |

13. Deltager du i nogen møder i butikkerne? (Sæt kun én ring)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Ja, kommer til næsten alle møderne | 1 |
| Ja, været til nogle af møderne | 2 |
| Nej, har ikke været til nogen møder | 3 |
| Uddyb svaret: _____ | |

14. Er du alt i alt tilfreds med den indflydelse du har på aktiviteterne i Sidegadeprojektet? (Sæt kun én ring)

| | |
|---------------------|---|
| Meget tilfreds | 1 |
| Nogenlunde tilfreds | 2 |
| Ikke helt tilfreds | 3 |
| Utilfreds | 4 |
| Uddyb svaret: _____ | |

15. Har du tænkt dig at fortsætte i Sidegadeprojektet? (Sæt kun én ring)

| | |
|-----------------------------|---|
| Ja, helt sikkert | 1 |
| Ja, måske | 2 |
| Nej, jeg vil snart holde op | 3 |
| Uddyb svaret: _____ | |

16. Har du forslag til forbedringer eller nye aktiviteter i Sidegadeprojektet?

| |
|-----------------------|
| Skriv: _____ _____ |
|-----------------------|

17. (Kun til personer, der er stoppet i Sidegadeprojektet) Hvad laver du nu, da du ikke længere deltager i Sidegadeprojektet?

| |
|-----------------------|
| Skriv: _____ _____ |
|-----------------------|

Til sidst nogle spørgsmål om din baggrund

18. Alder?

| |
|----------|
| _____ år |
|----------|

19. Køn? (Sæt kun én ring)

| | |
|--------|---|
| Mand | 1 |
| Kvinde | 2 |

20. Familiesituation? (Sæt kun én ring)

| | |
|----------------------|---|
| Enlig uden børn | 1 |
| Enlig med børn | 2 |
| Parforhold uden børn | 3 |
| Parforhold med børn | 4 |
| Andet: | 5 |

21. Uddannelse? (Sæt kun én ring)

| | |
|---|---|
| Ingen erhvervsuddannelse | 1 |
| Lærlinge-/elevuddannelse | 2 |
| Kortere teoretisk uddannelse (højst 4 år) | 3 |
| Lang teoretisk uddannelse (mere end 4 år) | 4 |
| Andet: | 5 |

22. Nuværende beskæftigelse? (Sæt kun én ring)

| | |
|------------------------------------|---|
| I almindeligt job | 1 |
| I aktivering/støttet beskæftigelse | 2 |
| Under uddannelse | 3 |
| Arbejdsløs | 4 |
| Førtidspensionist | 5 |
| Folkepensionist | 6 |
| Andet: | 7 |

Tak for hjælpen!

