

Sunda solvanor resultatrapport 2015

Författare:

Matti Leijon, Verksamhetsutvecklare cancerprevention, RCC

Marianne Maroti, Läkare onkologkliniken, Länssjukhuset Ryhov Jönköping. Processledare
Hudtumörer RCC

Malin Wallberg, Verksamhetsutvecklare Barnhälsovården, Region Östergötland

Ann-Charlotte Lilja, verksamhetsutvecklare Barnhälsovården, Region Jönköpings län.

Noomi Carlsson, Utredare, Region Jönköpings län

Ann-Charlotte Jonsson, Verksamhetschef Barnhälsovården, Landstinget i Kalmar Län

Ylva Gorton, Tf Utvecklingsdirektör, Utvecklings- och folkhälsoenheten, Landstinget i
Kalmar Län

1. Sammanfattning	3
1.1 Introduktion	3
2. Bakgrund	3
2.1 Förlagan från RCC väst	3
2.2 Sunda solvanor i Sydöstra sjukvårdsregionen	4
3. Syfte	5
4. Metod	5
5. Resultat	5
5.1 Fråga 1: Vad är din allmänna uppfattning av projektet?	5
5.2 Fråga 2: Hur har föräldrarnas respons varit?	6
5.3 Fråga 3: Det arbetssätt som ni hade innan Sunda solvanor, hur nära ett idealt arbetssätt var det?	7
5.4 Fråga 4: Arbetssättet med information via kylskåpsmagneter om Sunda solvanor, hur nära ett idealt arbetssätt var det?	7
5.5 Fråga 5: I hur hög utsträckning stämmer följande påståande: Kampanjen har ökat kunskapen om risker med solexponering hos BVC- sjuusköterskor på ert BVC.	8
5.6 Fråga 6: Hur troligt är det att du skulle rekommendera en kollega som inte medverkat i projektet att medverka om chansen gavs?	9
5.7 Fråga 7: Har kampanjen resulterat i ökad samverkan mellan ert BVC och förskolor i närområdet?	10
5.8 Fråga 8: Vilket stöd behöver BVC för att fortsätta sprida kunskap om solvanor till familjer?	11
5.9 Fråga 9: Stort tack för din medverkan. Är det något du vill tillägga? ...	13
6. Diskussion	14
7. Bilaga 1:	15
Pressmeddelande:	15
8. Bilaga 2:	16
Länkar till Media om projektet sunda solvanor i Sydöstra sjukvårdsregionen. .	16

1. SAMMANFATTNING

Projektet Sunda solvanor har tagits emot väl av personalen inom barnhälsovården. Arbetsättet att dela ut en kylskåpsmagnet upplevs som väldigt positivt och har adderat tidigare arbetsätt. Personalen uppger att de sedan tidigare har god kunskap på området och att befintliga arbetsätt och rutiner varit bra, men att denna nya arbetsform är ännu bättre, gav en ännu bättre rutin och påminnelse som medförde att fler fick råd än tidigare. Förra årets uppföljning från Västra Götaland visar även på att projektet verkligen har nått föräldrarna och att det resulterat i förändrade beteenden till förmån för sundare solvanor. Projektet har även fått bra genomslag i media och tillsammans med informationen finns på 1177 och Arlas satsning med Sunda solvanors budskap på mjölkpaketet gör att projektet och budskapet har fått god spridning och ett relativt bra genomslag.

1.1 Introduktion

Malignt melanom är den cancerform som ökar mest i Sverige. Årligen insjuknar över 3000 personer i Sverige och omkring 500 personer dör varje år till följd av sjukdomen. Under senaste åren har incidensen av melanom accelererat och ökningen motsvarar 5 procent årligen. Solande och solariebruk ökar risken för all hudcancer, men speciellt för malignt hudmelanom som är den farligaste hudcancerformen. Ett tydligt samband mellan ökad solexponering och ökad risk för hudmelanom finns särskilt om man redan som barn utsätts för solens starka strålning och bränner sig i solen.

2. BAKGRUND

2.1 Förlagan från RCC väst

Våren 2014 genomförde RCC väst och Central Barnhälsovård i Södra Bohuslän och Göteborg det första pilotprojektet av "Sunda solvanor". I projektet delades det ut 500 kylskåpsmagneter till föräldrar som besökte de fyra BVC enheterna.

Det material- och arbetsätt som användes, utarbetades i samverkan med enheternas BVC sjuksköterskor. Konceptet "Sunda solvanor" bygger på en kylskåpsmagnet, som med hjälp av enkla bilder, praktiska råd beskriver hur man skyddar sig och sitt barn mot solen. Begreppet Sunda solvanor innebär i detta fall - att njuta av solen klokt och försiktigt och inte överexponeras eller bränna sig.

Personalen erhöll innan projektet utbildning och ett kunskaphöjande kompendium med ett 20-tal "frågor och svar" angående sol och Sunda solvanor. Materialet kompletterades dessutom med en affisch, med samma utformning som magneten. Affischen sattes upp i väntrummen på enheterna samt spreds till närliggande förskolor och vårdcentraler om sådan samverkan fanns. Pilotprojektet utvärderades med hjälp av telefonintervjuer till föräldrar som erhållit magneten samt med fokusgruppsintervjuer för den personal som medverkat i projektet.

Resultaten av uppföljning visade att konceptet var uppskattat både hos personalen och hos föräldrarna. Fokusgruppsintervjuerna med BVC-sjuksköterskor visade att arbetsmetoden fungerat bra; var tidseffektivt, gav en bra rutin, gav ett bra diskussionsunderlag med föräldrarna, fungerade som en bra påminnelse för personalen och var förtroendeingivande. Personalen uppgav även att det var uppskattat av föräldrarna. Vid telefonuppföljningen i Västra Götaland 2014, av 170 föräldrar, framkom bl.a. att:

- 76 procent hade magneten uppe någonstans i hemmet
- 34 procent tyckte att magneten hade bidragit med ny information
- 66 procent ansåg att magneten påverkat hur de skyddat sitt barn i solen
- 18 procent angav att de själva förändrat sina solvanor sedan de fick magneten

2.2 Sunda solvanor i Sydöstra sjukvårdsregionen

Inför våren 2015 beslutade sig RCC sydöst att medverka i projektet och efterfråga intresse inom BHV i sydöstra sjukvårdsregionen. Barnhälsovården (BHV) i samtliga tre län; Östergötland, Jönköping och Kalmar, valde att gå med i projektet. Ett initialt möte med kunskapsöverföring från RCC väst genomfördes i Jönköping under senvintern. Tre informationstillfällen för BHV personal genomfördes i Östergötland under våren. Kalmar informerade om projektet i sina vanliga informationskanaler.

Kylskåpsmagnet, affisch samt kompendium med ”frågor och svar” anpassades med respektive organisations logotyp. Totalt togs det fram 20 000 kylskåpsmagneter för projektet fördelat på; Östergötland 7500 magneter, Jönköping 8000 magneter, Kalmar 4500 magneter. RCC stod för en tredjedel av kostnaden för magneterna, resterande bekostades av respektive landsting/region själva.

Affisch distribuerades digitalt till enheterna, vilket gav dem möjlighet att skriva ut den och sätta upp i väntrum samt sprida till närliggande förskolor eller vårdcentraler, om sådan samverkan fanns. Dessutom erhöll varje enhet ett nytt uppdaterat kompendium med frågor och svar om sunda solvanor, ett kort PM som beskrev konceptet samt tidningsartiklar från förra årets satsning i Västra Götaland.

Den nationella hemsidan *Sundasolvanor.se* skapades av RCC och 1177 Vårdguiden och startade den 8 april 2015. Mellan den 1 maj och 25 juni hade sidan 2040 besök. Besökarna kom främst från Västra Götalandsregionen, men även från andra landsting/regioner i landet.

Som en ytterligare förstärkning av projektet initierade RCC en samverkan med Arla som under perioden presenterade budskapet om sunda solvanor på sina informationspaneler på mjölkpaketeten. En överblick över satsningen presenteras i bilden nedan.



3. SYFTE

Som en del i såväl RCCs som ingående BHV verksamheters kvalitets- och utvecklingsarbete har projektet sunda solvanor följts upp med en enkät till samtliga BVC enheter i sjukvårdsregionen. Syftet med föreliggande rapport är att redovisa resultaten av enkätundersökningen.

4. METOD

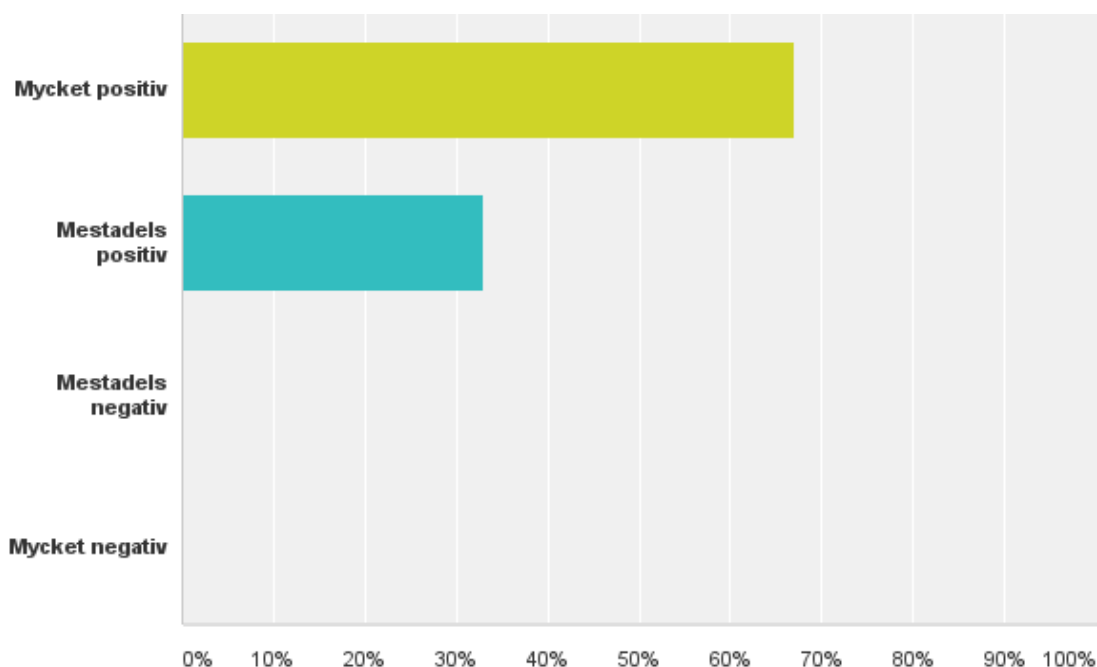
En enkät skickades, via SurveyMonkey, ut under augusti månad 2015. Totalt skickades 2 påminnelser. Svaren inkom under perioden 12/8- 18/9.

I Östergötland skickades enkäten till 41 enheter som inkluderade 110 sjuksköterskor; I Kalmar till 17 enheter och 45 sköterskor och i Jönköping till samtliga 98 sjuksköterskor vid regionens 24 enheter.

5. RESULTAT

Svar erhöles från 72 av totalt 82 enheter, vilket motsvarar 88% av enheterna. Totalt svarade 98 sjuksköterskorna på enheterna, vilket motsvarar 39% av sjuksköterskorna.

5.1 Fråga 1: Vad är din allmänna uppfattning av projektet?



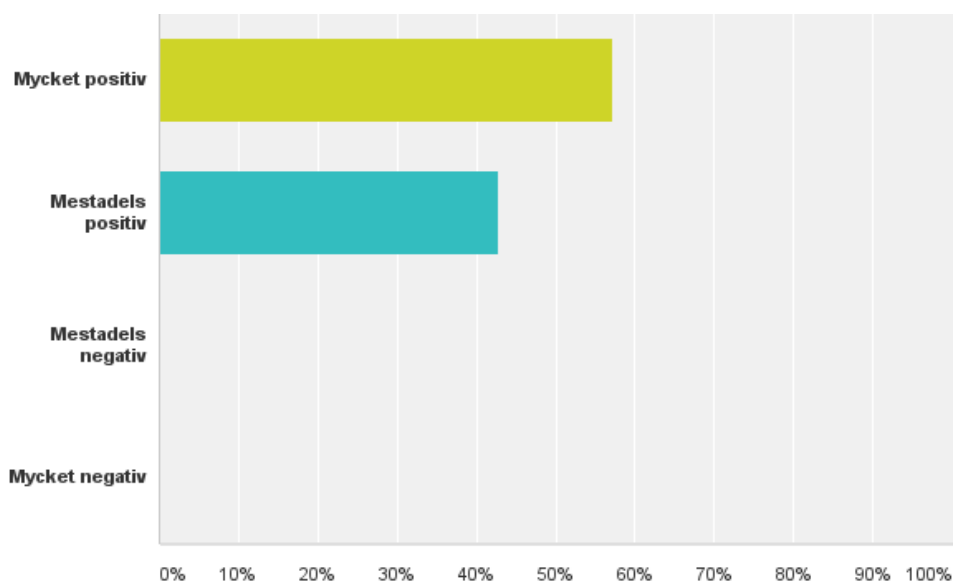
Av de 97 sjuksköterskor som besvarade frågan ”Vad är din allmänna uppfattning av projektet?” svarade:

67% Mycket positiv, 33% Mestadels positiv.

I en sammanfattning av de öppna svarsalternativen framkommer på denna fråga (n= 9) samt utsagor från den inledande öppna frågan om medverkan i projektet (n=3):

- Lättförståelig och bra budskap som kan placeras på ett ställe som familjen ser ofta.
- De stora broschyrerna hade jag med mig till de förskolor jag besöker och talade med alla barnen. Mycket bra att med bilder kunna beskriva infon.
- Vissa har bara delat ut magneter andra har även spridit affischer till andra verksamheter.
- Använt i föräldragrupper och i enskilda samtal
- Bra underlag att prata kring solvanorna.
- Nackdelen med magneterna är att det inte framkommer tydligt att man inte ska smörja in barn < 1 år med solskyddsmedel. Har träffat på familjer som smort in nyfödda barn med solskyddsmedel.
- Jag har själv tänkt på det mer än innan samt lämnat info till barnens förskola.

5.2 Fråga 2: Hur har föräldrarnas respons varit?



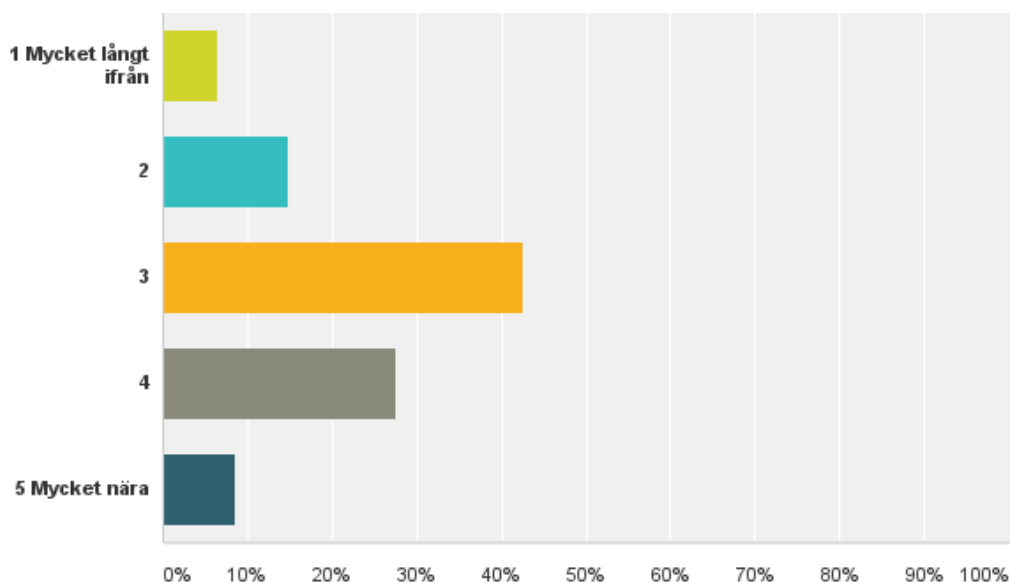
Av de 98 sjuksköterskor som besvarade frågan ”Hur har föräldrarnas respons varit?” svarade:

57% Mycket positiv, 43% Mestadels positiv.

I de öppna svarsalternativen (n=5) framkommer:

- Blivit lite prat kring solen och barns känsliga hud
- De har varit positiva. Någon bad t.o.m. om en magnet innan jag hunnit erbjuda en. De hade läst om den i Landstingsnytt
- De har velat ha magneterna o tyckt det varit bra
- De vet redan det mesta
- Stort intresse bland föräldrarna

5.3 Fråga 3: Det arbetssätt som ni hade innan Sunda solvanor, hur nära ett idealt arbetssätt var det?

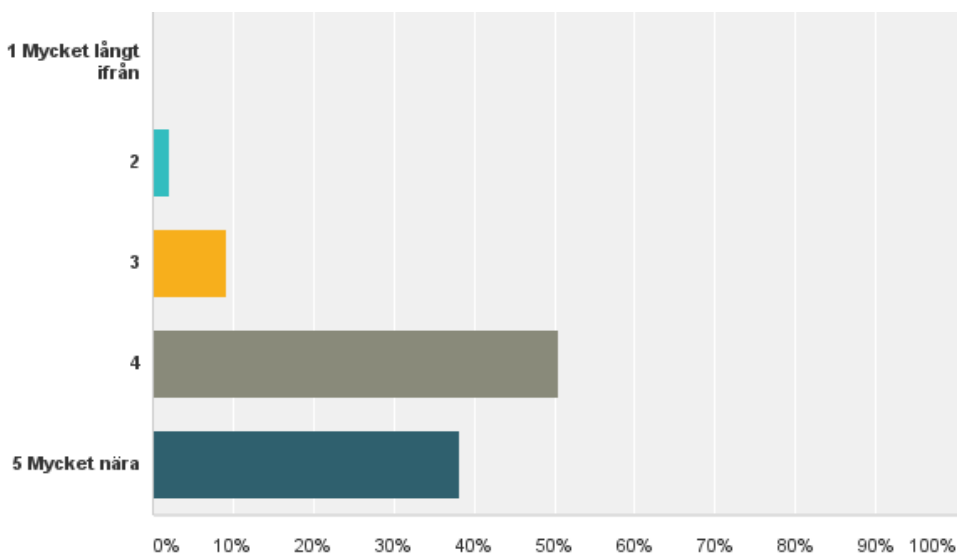


Vi var intresserade av att jämföra arbetssätten med kylskåpsmagnet med tidigare arbetssätt och formulerade därför två frågor om huruvida hur nära ett idealt arbetssätt respektive arbetssätt var.

Av de 94 sjuksköterskor som besvarade frågan ”Det arbetssätt som ni hade innan Sunda solvanor, hur nära ett idealt arbetssätt var det?” svarade:

Mycket långt ifrån 6%, 2 - 15%, 3 - 42%, 4 - 28%, Mycket nära 9%

5.4 Fråga 4: Arbetssättet med information via kylskåpsmagneter om Sunda solvanor, hur nära ett idealt arbetssätt var det?

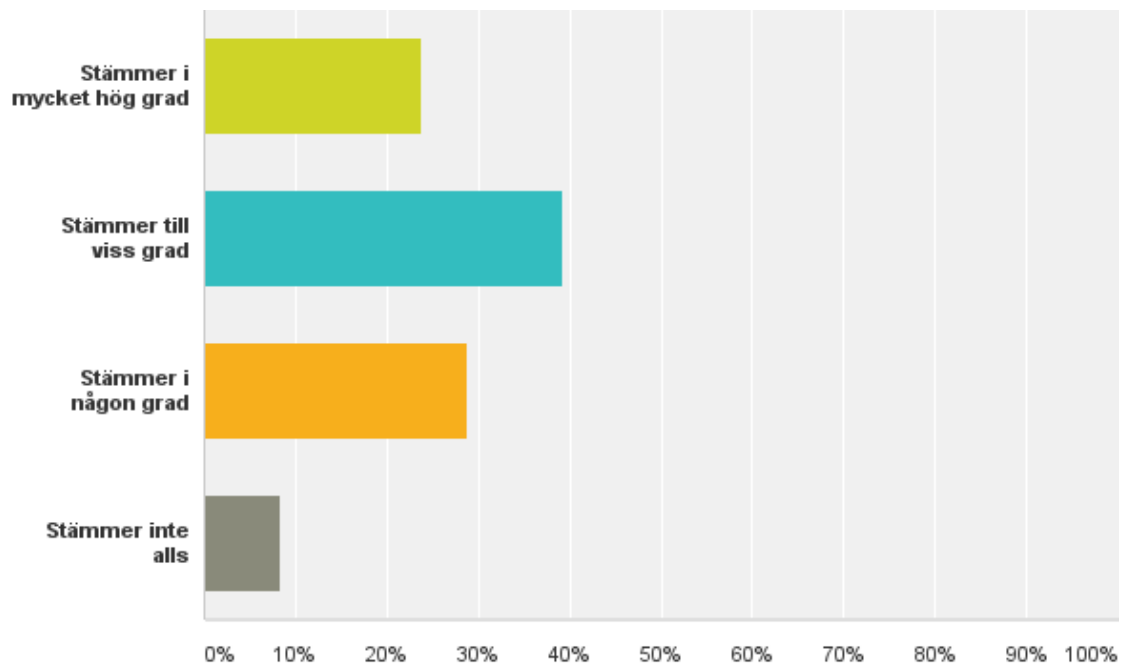


Av de sjuksköterskor (n=97) som besvarade frågan ”Arbetsättet med information via kylskåpsmagneter om Sunda solvanor, hur nära ett idealt arbetssätt var det?” svarade: **Mycket långt ifrån 0%, 2- 2%, 3 - 9%, 4 - 51%, Mycket nära 38%**

I en sammanfattning av de öppna svarsalternativen för fråga 3 (n=20) och fråga 4 (n= 14) framkommer:

- Bra när sunda solvanor tas upp/visas i många sammanhang
- Vi har alltid pratat om hur man skyddar sig mot solen, och haft broschyrer som vi delat ut tidigare, men det här kändes bättre
- Andra språk efter frågas
- Mer konstruktivt o bra med att kunna ge dem ett bra/roligt material.
- Hade en liknande broschyr att dela ut, det som var bra med Sunda solvanor var att det var en kylskåpsmagnet som de blir påmind om.
- Vi informerar redan en hel del men bra med en magnet som är synlig, påminner familjen
- Solvanor diskuterades med de flesta besökarna, vilket jag troligen inte hade gjort annars. Magneten blev en påminnelse för mig.
- Pratade inte så mycket solvanor om föräldrar inte frågade innan detta.
- Innan: Delade ut en broschyr
- Ingår i den normala informationen, särskilt på våren
- Kylskåpet finns centralt och där är man flera gånger per dag och blir ständigt påmind. Även andra som tex. mor –och farföräldrar ser det när de är på besök.
- Jag tror inte en kylskåpsmagnet ger mer än en broschyr. Magneten ligger ofta kvar i BVC-boken
- Bättre men inte perfekt

5.5 Fråga 5: I hur hög utsträckning stämmer följande påstående: Kampanjen har ökat kunskapen om risker med solexponering hos BVC-sjuksköterskor på ert BVC.



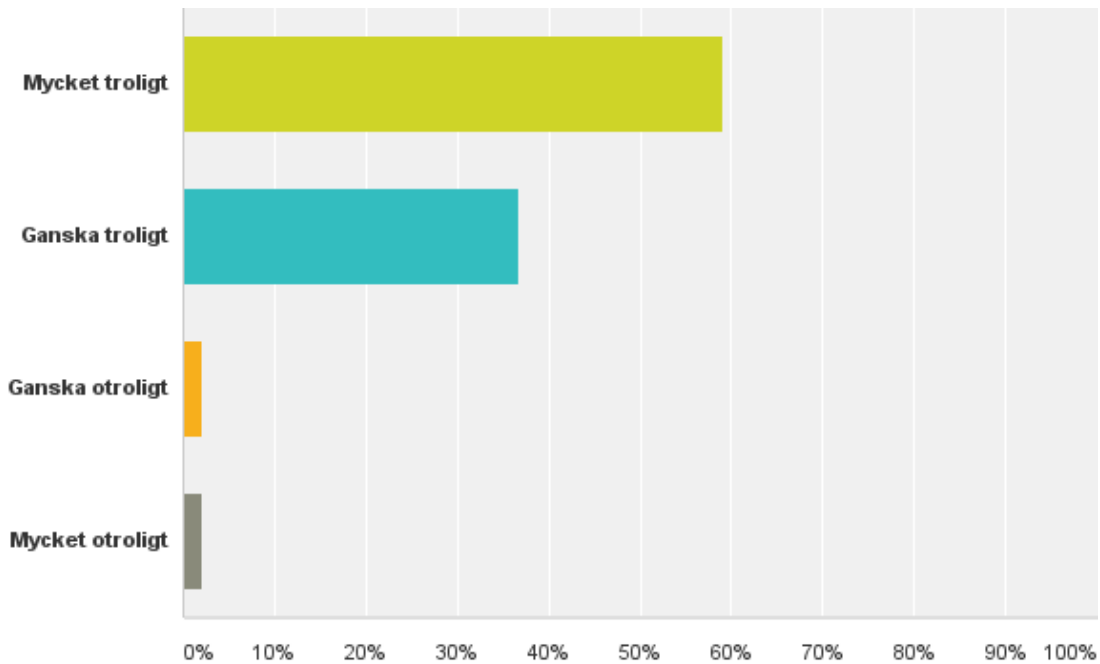
Av de sjuksköterskor (n=97) som besvarade frågan: ”I hur hög utsträckning stämmer följande påstående: kampanjen har ökat kunskapen om risker med solexponering hos BVC-sjuksköterskor på ert BVC” svarade:

24% Stämmer i mycket hög grad, 39% Stämmer till viss grad, 29% Stämmer i någon grad, 8% Stämmer inte alls

I en sammanfattning av de öppna svarsalternativen (n=15) framkommer:

- Den kunskapen hade vi innan också, men vi fick ett bra redskap att använda tillsammans med familjer och barn.
- Anser inte att det var någon ny information som jag inte kände till sedan tidigare
- Tror att kunskapen har funnits, men inte alltid fått ut informationen till föräldrarna
- Upplever att vi har mycket kunskaper innan
- Jag upplever att vår kunskap ändå varit densamma
- Alltid bra med uppdatering och material kring detta

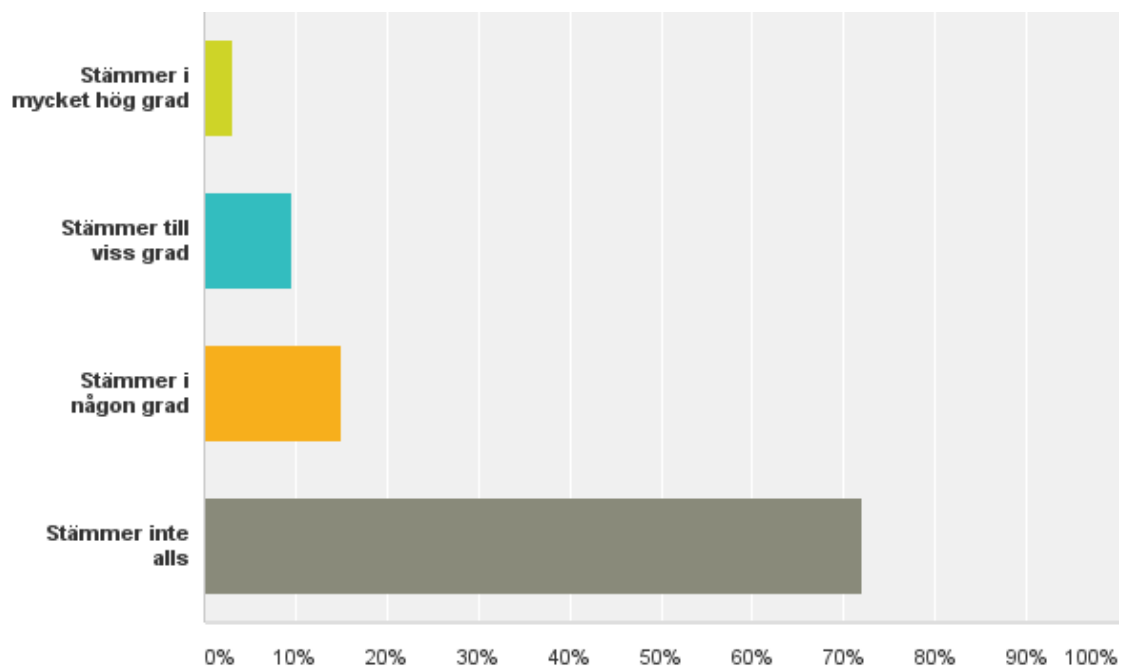
5.6 Fråga 6: Hur troligt är det att du skulle rekommendera en kollega som inte medverkat i projektet att medverka om chansen gavs?



Av de sjuksköterskor (n=98) som besvarade frågan ”Hur troligt är det att du skulle rekommendera en kollega som inte medverkat i projektet att medverka om chansen gavs?” svarade:

59% Mycket troligt, 37% Ganska troligt, 2% Ganska otroligt, 2% Mycket otroligt

5.7 Fråga 7: Har kampanjen resulterat i ökad samverkan mellan ert BVC och förskolor i närområdet?



Av de sköterskor (n=93) som besvarade frågan ”Har kampanjen resulterat i ökad samverkan mellan ert BVC och förskolor i närområdet?” svarade:

3% Stämmer i mycket hög grad, 10% Stämmer till viss grad, 15% Stämmer i någon grad, 72% Stämmer inte alls

Projektet i Sydöstra sjukvårdsregionen hade inte samma fokus på samverkan med förskolor och skolor som projektet i Västra Götaland (men vi använde samma uppföljningsenkät). Vi redovisar därför inte svaren på frågan om hur många affischer som delats ut till förskolor. Frågan hade dock många kommentarer (n=43) i det öppna svarsfältet som tangerar denna fråga. Vi redovisar därför även dessa svar. Särskilt då många på denna fråga angivit svaret ”se ovan”

I sammanfattning av de öppna svarsalternativen (n=24 + 43) framkommer:

- Vi hade inga affischer
- Skickade affischen vidare till rektorn
- Via öppna förskolan
- Alla i mitt område
- Via familjecentral
- Fanns tyvärr inte tid för detta
- Har god samverkan med förskolor sedan tidigare – detta har inte påverkat samverkan
- Har gott samarbete men ej i denna fråga
- Vi arbetar inte direkt med förskolor i dagsläget
- Har under lång tid bra samverkan med förskolor

5.8 Fråga 8: Vilket stöd behöver BVC för att fortsätta sprida kunskap om solvanor till familjer?

Samtliga utsagor redovisas (n=61).

- Extra tid - fler magneter
- Fortsatt pedagogiskt material
- Fler magneter till nästa vår hade varit toppen!
- Vi kan hålla i en del av informationen men det behövs flera påminnelser för att få genomslag hos familjerna. Typ: TV, Radio, på bussar, på vårdcentral, apotek och liknande.
- Gärna mer utbildning om hur solen påverkar oss.
- Det saknas tid på mottagningen att belysa ytterligare en sak på besöken.
- Fortlöpande bra info. material att dela ut- gärna lite "barninriktat"
- Fortsatt information
- Vi behöver få detta material även i fortsättningen, då vi nu i stort gjort slut på det vi har.
- Påminnelse från er att sprida kunskaper på våren, när sommaren är på gång.
- Magneter till nästa år också
- Information om risker/fördelar med sol för barn och vilka råd i olika åldrar vi ska ge...
- Detta gör vi redan.
- Det här var bra, kan ej komma på något annat.
- Bra att kunna lämna ut magneterna. Mycket bättre än en broschyr som hamnar i soporna eller i en mörk låsa. Magneten är användbar.

- Inför varje säsong behövs en påminnelse och broschyr/magnet att samtala kring och ge föräldrarna.
- Fortsätt att dela ut magneter vore bra
- Information årligen inför sommaren om solskydd.
- Uppdatering om det framkommer ny kunskap inom området.
- Det är lättare när man har något att samtal runt om ex magneten. Enkel information, även lätt för dem som ej har svenska som modersmål.
- Detta sätt fungerade bra
- Detta projektet var bra och kan gärna permanentas.
- Något att sätta i handen på föräldern är bra, för att påminna både dom och oss själva.
- Regelbunden uppdatering och förnyelse av ev material
- Bra med påminnelse
- Kontinuerlig information om ämnet.
- Fortsätta med magneter och affischer
- Utbildning och information
- Att man återkommer med affischerna och kylskåpsmagneterna att dela ut när det är säsong.
- Låter kanske förmätet, men jag tycker jag har bra koll på faran med solexponering.
- Bra med tips till länkar etc., för att det inte ska glömmas
- Fortsätta dela ut magneter
- Bra informationsmaterial
- Kontinuerlig uppdatering med utbildning m.m.
- Bara bli påmind! 20
- Kontinuerlig fortbildning i ämnet
- Upprepa kampanjen följande år
- Bra med kampanjer som uppmärksammar oss i säkra solvanor
- Tid f att gå vidare till förskolorna
- Liknande information
- Påminnelse inför sommaren och solvanor
- Bra material som det här. Gärna föreläsning om solens effekter på huden lite grundligare.
- Bra broschyrer eller liknande
- Mer allmän info i median
- Fler liknande kampanjer
- Infomaterial
- Broschyr eller något att dela ut gör att det blir lättare att komma ihåg att prata solvanor
- Fler magneter
- Bra magneten har funnits
- Bra med påminnelse varje vår
- Mycket bra med magneter fortsättningsvis.
- Jag önskar att samma kampanj upprepas även nästa år.
- Bli påmind
- Att alltid bli uppdaterad om forskning.
- Trevligt att ha något konkret att dela ut, ett bra sätt/stöd att prata om detta
- Fler magneter till nästa år. Tror på korta kampanjer när det är som mest aktuellt.
- Bra att ha något att dela ut, som exempelvis dessa magneter
- Material
- Påminnelser
- Magneterna mkt bra, påminnelse både till föräldrar och oss
- Inför varje sommar behöver vi påminnas, och gärna få magneter att prata runt.

5.9 Fråga 9: Stort tack för din medverkan. Är det något du vill tillägga?

Samtliga utsagor redovisas (n=13).

- Tack för bra material och hopp om ett fortsatt bra samarbete kring detta ämne framöver!
- Fina magneter
- Det är väldigt många olika saker vi på BVC ska sprida kunskap och informera om. Så det räcker med detta för att vi ska bli påmind om att prata om det. I våra babygrupper har vi regelbundna träffar där vi bla pratar om sol och sunda solvanor. Detta har vi hållit på med länge.
- Trevliga magneter, bra sätt att ge info. Info om kampanjen (samarbete med förskolorna) har inte gått fram
- Använde mig av solvanormaterialet som information vid föräldracafé, delade då också ut magneter. Kändes som ett naturligt sätt att förmedla detta
- Bra
- nej
- Informationen är viktig med att medvetandegöra föräldrar
- Nej
- Bra initiativ:))!
- Positiv!
- Speciell affisch inför vinterresor av olika slag vore bra
- Bra initiativ

6. DISKUSSION

Denna utvärdering visar att projektet ”Sunda solvanor” varit uppskattat av personalen inom barnhälsovården. Gruppen upplever sig redan ha goda kunskaper om solvanor och att det arbetssätt man använt under årens lopp varit både bra och framgångsrikt. Det nya i konceptet är själva kylskåpsmagneten och många har upplevt det som väldigt positivt och att det har adderat något till tidigare arbetssätt. Det har varit en påminnelse som medfört att fler fått råd om solvanor än innan. Särskilt intressant är svaren på frågorna 3 och 4 där tidigare arbetssätt jämförs med konceptet sunda solvanor. Där svaren i fråga 3 om tidigare arbetssätt visar en närmast normalfördelad kurva med viss överskjutning åt det positiva hållet, medan svaren på fråga 4 om arbetssättet med sunda solvanor och kylskåpsmagneten resulterar i att 89% svarat åt det positiva hållet. Personalen bekräftar alltså att ett redan bra arbetssätt har blivit ännu bättre.

De allra flesta uppger att de fått ökad kunskap om solvanor och arbetet med solvanor under projektet. Av de som besvarat enkäten är alla positiva till konceptet och nästan alla (98%) skulle rekommendera det till en kollega på en annan enhet. Alla upplever även en positiv respons från föräldrarna.

Denna undersökning har inte tittat på föräldrarnas respons på arbetet med kylskåpsmagneter, men tidigare uppföljningar från Västra Götaland visar på ett väldigt gott genomslag och inget tyder på att resultatet skulle vara annorlunda i sydöstra sjukvårdsregionen. Projektet har adderat något både för verksamhet, föräldrar och då även i förlängningen för barnen.

Det som kan utvecklas vidare är samverkan med förskolor och andra närliggande enheter. Det var dock inte något huvudfokus i projektet 2015. Sådan samverkan i projektet skedde oftast spontant och då god samverkan redan fanns. Frågan fanns med i enkäten då vi använde samma enkät som vid uppföljningen som genomfördes i västra Sverige. Projektet har även fått gott genomslag i media, se pressmedelände i bilaga 1 och länkar i bilaga 2.

Ett stort tack till alla inom barnhälsovården som medverkat i projektet och till er som besvarat enkäten och delgivit oss era erfarenheter och synpunkter.

7. BILAGA 1:

Pressmeddelande:

Linköping 28/4-15

Magnet lär föräldrar att skydda sina barn mot solen

Nu drar projektet *Sunda solvanor* in i sydöstra sjukvårdsregionen. Sunda solvanor är ett samarbete mellan Regionalt cancercentrum sydöst, barnhälsovården i Landstinget i Kalmar län, Region Jönköpings län och Region Östergötland. Projektet går ut på att man delar ut kylskåpsmagneter på barnvårdscentralerna, och informerar föräldrarna om hur de ska skydda sina barn mot solen. Kylskåpsmagneterna är pedagogiskt utformade med tecknade bilder och enkel text, för att alla ska förstå vad som gäller.

- Huvudanledningen till att konceptet blivit så uppskattat är enkelheten. Konceptet passar bra in i barnhälsovårdens arbetssätt och bilderna är lätta att förstå oavsett språk – även barnen förstår vad råden går ut på, säger Matti Leijon, samordnare för cancerprevention på Regionalt cancercentrum sydöst.
- Erfarenheterna från förra årets pilotprojekt i Västra Götaland visade att föräldrarna ökade sin medvetenhet om att skydda både sig själva och sina barn och att konceptet var uppskattat hos personalen. Vi utgår ifrån att det blir på samma sätt här i vår region, fortsätter Matti Leijon.

Hudcancer är den näst vanligaste cancerformen och den cancerform som idag ökar mest i Sverige. Att bränna sig i solen är en riskfaktor och därför är det viktigt att försöka förändra människors beteende i solen.

Under maj månad kommer 7500 magneter att delas ut i Östergötland, i Jönköping 8000 och i Kalmar 4500 stycken. Dessutom kommer alla kunna ta del av råden via sidan www.sundasolvanor.se som är kopplad till 1177 vårdguiden. Även Arla har nappat på idén och sprider bilden på sina mjölkpaket fr o m 25 maj och fyra veckor framåt.

Projektet kommer ursprungligen ifrån Regional cancercentrum i Västra Götalandsregionen, där det har varit framgångsrikt genom att föräldrarna upplevt att de fått ny information via magneterna, och i högre utsträckning följt råden. Resultat från pilotprojektet som genomfördes 2014, visar att 76% hade magneten uppsatt i hemmet och att 66% av föräldrarna tycker att Sunda solvanor påverkat hur de skyddat sina barn i solen.

Bilderna som används i projektet är ritade av Pernilla Stafelt och kommer från boken [En bok om solen](#), som har tagits fram i samarbete med Strålsäkerhetsmyndigheten.

För mer information om projektet se www.sundasolvanor.se

Förslag på lokala barnhälsovårdsenheter kontakta:

Barnhälsovårdsenheten i Östergötland, Malin Wallberg: 010-103 50 66

Folkhälsa och sjukvård Region Jönköpings län, Ann-Charlotte Lilja: 0705-37 13 08

Barnhälsovårdsledningen Landstinget i Kalmar, Ann-Charlotte Jonsson: 0706-63 14 19

Matti Leijon, Regionalt Cancercentrum, matti.leijon@regionostergotland.se

8. BILAGA 2:

Länkar till Media om projektet Sunda solvanor i
Sydöstra sjukvårdsregionen.

1. <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/541387?programid=442>
2. <http://www.corren.se/24corren/> - lokalteveinslag om Sunda solvanor
3. <http://www.corren.se/nyheter/ostergotland/magnet-skyddar-barnen-mot-solen-7994954.aspx>
4. <http://folkbladet.se/nyheter/norrkoping/magnet-ska-forhindra-cancer-7996578.aspx>
5. <http://24kalmar.se/2015/05/07/sa-skyddar-du-barnen-mot-den-starka-varsolen/>
6. <https://www.bokavard.se/artikel/feed/pilotprojekt-som-gav-lysande-resultat/>



Rapporten är utgiven av regionalt cancercentrum sydöst 2016-01-27.