



MOLDE KOMMUNE

Senior i Molde

Sluttrapport per 31.12.25



KORT OM PROSJEKTET

Denne rapporten oppsummerer arbeidet i «Senior i Molde». Prosjektet ble etablert som et resultat av et tydelig behov for å møte demografiutfordringene gjennom kommunikasjon og kunnskapsformidling. I prosessen har Molde kommune inspirert seniorene til et aktivt og godt seniorliv. Arbeidet startet opp våren 2024 og har pågått ut 2025. Gassror IKS bevilget 0,5 millioner kroner til arbeidet.

Det er blitt testet ut ulike kommunikasjonskanaler og arenaer for dialog og aktivitet. Det ble utarbeidet en egen kommunikasjonsplan for prosjektet, som ble fulgt opp gjennom prosjektperioden.

FORANKRING OG INVOLVERING

Satsingen er helt i tråd med flere av kommunens utviklingsmål og hovedmål, blant annet

- Å dreie ressursinnsatsen mot helsefremming, forebygging og tidlig innsats
- Å legge til rette for møteplasser for alle
- Verdsette og bruke innbyggerne sin kunnskap og ressurser
- Styrke innsatsen for bedre psykisk helse i befolkninga

Politikere og fagressurser fra ulike deler av kommunen bidro med innspill og vurderinger før prosjektstart. Satsingen ble presentert og drøftet i møter med flere pensjonistforeninger, og kommunens toppledelse støttet etablering av en tverrfaglig arbeidsgruppe.

ARBEIDSGRUPPE

Den tverrfaglige arbeidsgruppen ble etablert i september 2024, og har hatt følgende administrative og politiske representasjon:

- Stab for kommunikasjon (prosjektledelse)
- Stab for innovasjon og teknologi
- Sektor for oppvekst, kultur og velferd
- Helsetjenesten
- Kulturtjenesten
- Eldrerådet

MANDAT

Arbeidsgruppen har fulgt opp mandatet til prosjektet, som har vært

- Å rigge satsingen «senior i Molde» gjennom konkrete tiltak og aktiviteter i 2024 og 2025
- Sørge for tydelig kommunikasjon gjennom fysiske og digitale kommunikasjonskanaler
- Etablere tett samarbeid med eksterne tilbydere av ulike tjenester
- Etablere og vedlikeholde nettsiden «senior i Molde»
- Teste og evaluere tiltakene i samarbeid med målgruppa
- Anbefale veien videre, altså hvordan lykkes med kontinuerlig drift

TILTAK OG AKTIVITETER I PROSJEKTET

NETTSIDE OG FACEBOOKSIDE

Nettsiden «senior i Molde» ble lansert i oktober 2024. Medarbeidere fra ulike deler av kommuneadministrasjonen var involvert i å fylle nettsiden med relevant innhold. Det ble spesielt lagt vekt på å få med næringslivet (tilbydere av ulike tjenester som renhold, matleveranser, vaktmestertjenester). Nettsiden ble brukertestet av brukerne ved Nobel Seniorsenter. Parallelt med egen nettside, ble også Facebooksiden «Senior i Molde» etablert.

SENIORMAGASIN

Det har vært utgitt tre utgaver av magasinet «senior i Molde», som ble distribuert til samtlige husstander i kommunen. Det ble valgt full distribusjon for å nå bredt ut til alle involverte (pårørende, de som er på vei inn i seniortilværelsen, tilbydere av varer og tjenester, frivillige etc). Lokal historiefortelling og deling av praktisk informasjon har vært vektlagt i de redaksjonelle arbeidet.

KULTURELLE MØTEPLASSER

«SeniorPlassen» og «Seniorkafe» ble testet ut gjennom første halvår av 2025, i samarbeid med Romsdalsmuseet og kulturaktørene som holder til på Plassen. Tiltakene ble ikke videreført. Det samme gjelder for gratistilbudet «seniortrimmen» som kommunen testet ut på Idrettens Hus.

SENIORTIMEN

Det er blitt arrangert i alt 18 «seniortimer» i Molde rådhus. Tidspunkt, hyppighet og konsept ble justert underveis, før timene fant sin endelige form. Høsten 2025 er det blitt arrangert månedlige møter – av høy kvalitet og med veldig god oppslutning. I samarbeid med pensjonistforeninger og frivilligsentraler er det blitt gjennomført noen «mini-utgaver» av seniortimer i Midsund og Neset.

MARKEDSFØRING

Seniortimen og de andre arrangementene blitt annonsert gjennom magasinene, i digitale flater, via kulturkalenderen «Det skjer» og gjennom tradisjonell annonsering.

ERFARINGSDELING

Erfaringer med «senior Molde» er blitt delt med de andre kommunene i regionen i flere sammenhenger. Prosjektet har også vekket nasjonal interesse gjennom et samarbeid med Senter for aldersvennlig samfunn, hvor kommunen blant annet har deltatt på en digital nettverkssamling.

SENIORUNDERSØKELSE

For å kunne evaluere tiltakene og anbefale veen videre, ble det mot slutten av prosjektperioden gjennomført en spørreundersøkelse blant innbyggere i Molde over 60 år. 300 personer ble intervjuet på telefon av analysebyrået Norstat. Det ble stilt tilsammen 20 spørsmål.

EVALUERING

Ved oppstart ble det satt noen kortsiktige og konkrete mål for prosjektet:

- **Over 50 % av målgruppa kjenner til nettsiden seniorimolde.no**

Resultat: 63% av de spurte i undersøkelsen opplyser at de kjenner til nettsiden, men det er en betydelig andel (49%) som sier at de ikke har brukt den. Resultatet fra undersøkelsen stemmer godt overens med statistikken på nettsiden.

Prosjektgruppas vurdering: Målet er isolert sett oppnådd. Som ventet tar det tid å få målgruppa til å ta i bruk et nytt nettsted, og kanskje i hele tatt være aktivt oppsøkende digitalt.

- **Over 50 % av målgruppa har deltatt på minst en seniortime**

Resultat: Bare 14% av de spurte i undersøkelsen opplyser at de har deltatt på en eller flere seniortimer, men det er en høy andel (74%) som har hørt om tilbudet. De som har deltatt, ble også spurt om hva de syns om tilbudet. Her svarer hele 76 % at det er helt greit eller et veldig bra tilbud hvor de har fått mye nyttig informasjon.

48 % oppgir at de har fått kjennskap til seniortimene gjennom annonse eller «det skjer» i lokalavisa, mens bare 24% har fått kjennskap til arrangementene via sosiale medier eller nettsiden seniorimolde.no.

Prosjektgruppas vurdering: Målet er isolert sett ikke nådd, men kommunen har oppnådd høy kjennskap om seniortimen, og i tillegg høy tilfredshet blant de som har deltatt.

- **Over 50 % av målgruppa har lest «senior i Molde-magasinet»**

Resultat: 62% av de spurte har lest alt eller noe av innholdet, mens 37% har ikke lest magasinene. Hele 29% hevder faktisk at de ikke har mottatt magasinene i hele tatt. Av de som har lest alt eller noe, mener 51% at innholdet er ganske eller svært nyttig.

Prosjektgruppas vurdering: Målet er isolert sett oppnådd, men resultatet viser også at det er krevende å vinne målgruppas oppmerksomhet – og at det tar tid å utvikle et medium som målgruppa forstår og verdsetter. Tre utgaver var neppe tilstrekkelig.

- **Facebooksiden Senior i Molde har over 1000 følgere**

Resultat: Antall følgere ved prosjektslutt er 270.

Kommentar: Målet er langt ifra oppnådd, til tross for aktiv promotering av seniortimer og andre aktiviteter. Seniorene er kanskje forsiktige med å følge nye sider, og muligens noe mindre bevisste på hva de ønsker av informasjon i sosiale medier sammenlignet med yngre målgrupper.

SUKSESSKRITERIER

Egeninnsatsen til kommunen har vært betydelig, og generelt har Senior i Molde lyktes med høy aktivitet gjennom hele prosjektperioden. De viktigste faktorene har vært:

- ✓ Tverrfaglig og engasjert arbeidsgruppe
- ✓ Tilstrekkelig med ressurser (arbeidstimer og prosjektmidler)
- ✓ Positiv formidlingsform

OPPSUMMERING OG ANBEFALING OM VEIEN VIDERE

1. Erfaringer må utnyttes videre

Prosjekt «Senior i Molde» har vært en viktig arena for å samle kunnskap om hvordan kommunen når seniorene som målgruppe. Kunnskapen bør utnyttes videre i arbeidet med å møte demografiutfordringene.

2. Helhetlig tilnærming

Senior i Molde bør videreføres som «merkevare» og inngå som en del av kommunen sitt helhetlige arbeid med generasjonsvennlig/aldersvennlig samfunn. Arbeidet bør følges opp av ei tverrfaglig, intern arbeidsgruppe.

Eksternt samarbeid må videreutvikles, blant annet med næringslivet og frivilligheten.

3. Sats på fysiske og tradisjonelle kommunikasjonskanaler

Fysiske møteplasser er vesentlig for å bygge tillit og gi rom for dialog. Kommunen bør i første omgang prioritere å videreføre månedlige seniortimer, og i tillegg aktivt bruke andre, etablerte fora rundt om i kommunen for å nå denne målgruppa.

Ambisjonsnivået i de digitale kanalene som er etablert i prosjektperioden, kan skaleres noe ned.