



SYNLIGHET, KUNNSKAP OG ENGASJEMENT – NØKKELEN TIL FLERE FOSTERHJEM, BESØKSHJEM OG STØTTEKONTAKTER

Handlingsplan for rekruttering og ivaretagelse



6. AUGUST 2026
BARNEVERNTJENESTEN
Signe Fosstveit & Silja Halland

Sammendrag

Denne rapporten er utarbeidet som en del av et prosjekt i Sauda kommune med mål om å styre rekrutteringen og ivaretakelsen av fosterhjem, støttehjem og støttekontakter. Formålet har vært å utvikle en lokal handlingsplan og kommunikasjonsmateriell som kan bidra til et mer systematisk og målrettet rekrutteringsarbeid. Rapporten bygger på en spørreundersøkelse blant innbyggere i Sauda kommune, intervjuer med nåværende og tidligere fosterhjem, støttehjem og støttekontakter, intervjuer med andre barneverntjenester, samt samtaler med ansatte og gjennomgang av nasjonale anbefalinger.

Funnene i prosjektet tyder på at mange har begrenset kunnskap om ordningene, samtidig som viljen til å bidra kan være større enn mange antar. Resultatene peker også på at synlighet, god oppfølging og tydelige rutiner kan være viktige faktorer for både rekruttering og ivaretakelse av oppdragstakere. Samtidig bygger rapporten på et begrenset utvalg og må derfor forstås som et kunnskapsgrunnlag og en indikasjon på mulige utfordringer og forbedringsområder, ikke som et fullstendig bilde av situasjonen.

På bakgrunn av disse funnene presenterer rapporten forslag til strategier og konkrete tiltak for organisering, kommunikasjon, oppfølging og ivaretakelse. Tiltakene er ment som et grunnlag for videre utvikling og kan tilpasses kommunens behov, ressurser og erfaringer over tid.

Rapporten konkludere med at Sauda kommune har gode muligheter til å styrke rekrutteringsarbeidet gjennom en mer målrettet og systematisk tilnærming. Samtidig anbefales det at strategiene evalueres og videreutvikles etter hvert som kommunen får mer erfaring med tiltakene og ny kunnskap om hva som gir best effekt.

Innhold

Sammendrag	0
1. Innledning	3
1.1 Problemstilling	3
1.2 Formål med prosjektet	3
2. Situasjonsbeskrivelse	4
2.1 Dagens situasjon	4
3. Hovedfunn.....	4
3.1 Metode og forbehold	4
3.2 Kunnskapen om ordningene er lav	5
3.3 Viljen til å bidra er stor	6
3.4 Oppfølging er avgjørende.....	7
3.5 Mottaket lekker	8
3.6 Barrierene	10
5. Rekrutteringsstrategi og Handlingsplan.....	10
5.1 Strategi 1: Styrket organisering.....	10
5.1.1 Forslag til tiltak:	11
5.1.2 Handlingsplan til strategi 1:	13
5.2 Strategi 2: Økt synlighet og tilgjengelig informasjon.....	13
5.2.1 Forslag til tiltak:.....	14
5.2.2 Handlingsplan strategi 2:	16
6. Strategi for å beholde fosterhjem, støttehjem og støttekontakter	17
6.1 Strategi 1: Oppfølging	17
6.1.1 Forslag til tiltak:	17
6.1.2 Handlingsplan strategi 1:	18
7. Strategi 2: Fellesskap, annerkjennelse og ivaretagelse	19
7.1 Forslag til tiltak:.....	19
7.2 Handlingsplan Strategi 2:.....	20
8. Evaluering	21
9. Risikovurdering.....	21
Refleksjoner om strategiene/tiltakene	22
10. Konklusjon og anbefalinger	23
Vedlegg.....	24

1. Innledning

1.1 Problemstilling

Hvordan kan Sauda kommune bli en foregangskommune i arbeidet med å rekruttere og beholde fosterhjem, støttehjem og støttekontakter – gjennom økt kunnskap, synlighet og lokalt engasjement?

1.2 Formål med prosjektet

Handlingsplanen skal bidra til at flere barn og unge som ikke kan bo hjemme eller som trenger ekstra støtte og omsorg skal kunne bli værende i hjemkommunen sin.

Formålet med prosjektet er å kunne styrke rekrutteringsarbeidet i barneverntjenesten gjennom utvikling av en konkret lokal handlingsplan og målrettet kommunikasjonsmateriell som kan tas i bruk i praksis. Dette skal gjøres gjennom konkrete rekrutteringsstrategier for fosterhjem, støttehjem og støttekontakter.

Prosjektet skal være med å bidra til økt synlighet, kunnskap og positivt engasjement rundt behovet for trygge omsorgspersoner, og legge grunnlaget for at Sauda Kommune kan inspirere andre kommuner gjennom et strukturert og fremtidsrettet rekrutteringsarbeid.

Gjennom prosjektet skal det kartlegges hvilke barrierer og motivasjonsfaktorer som påvirker innbyggernes ønske om å bli fosterhjem, støttehjem eller støttekontakt. Denne kunnskapen skal danne grunnlag for utvikling av målrettet kommunikasjons- og informasjonsmateriell, som for eksempel brosjyrer, film, nettsideinnhold og kampanjer i sosiale medier.

Prosjektet skal også være med å bidra til å etablere et mer varig og systematisk arbeid med rekruttering og oppfølging, i samarbeid med andre tjenester og frivillige aktører. Målet er å utvikle en langsiktig måte å arbeide på, som styrker Sauda Kommunes rekrutteringsarbeid og oppfølging, i samarbeid med andre tjenester og frivillige aktører.

2. Situasjonsbeskrivelse

2.1 Dagens situasjon

Barneverntjenesten har et kontinuerlig behov for å rekruttere trygge og stabile fosterhjem, støttehjem og støttekontakter som kan gi barn og unge nødvendig omsorg, støtte og tilhørighet. Det oppleves i dag som at det er en utfordring å finne nok lokale ressurspersoner, noe som kan føre til at barn og unge må få tiltak utenfor sin egen kommune og sitt kjente nærmiljø.

Kommunen arbeider allerede med rekruttering gjennom nettverk, samarbeidspartnere og ordinære kanaler, men det er behov for en mer systematisk og målrettet tilnærming for å øke sannsynligheten og nå ut til flere potensielle omsorgspersoner.

Dersom behovet slik det er i dag for fosterhjem, støttehjem og støttekontakter ikke dekkes, kan konsekvensene av det være at barn og unge mister muligheten til å opprettholde tilknytning til nærmiljø, skole, fritidsaktiviteter og viktig relasjoner.

Et sterkere og bedre lokalt rekrutteringsarbeid vil derfor kunne bidra til større stabilitet og bedre oppfølging for barn og familier.

3. Hovedfunn

3.1 Metode og forbehold

Kunnskapsgrunnlaget er samlet inn gjennom tre parallelle spor. Det første er en digital innbyggerundersøkelse (nettskjema.no), lukket den 16. juli 2026 med 111 svar. Det andre er 10 dybdeintervjuer med nåværende og tidligere oppdragstakere i Sauda. Vi har snakket med fosterhjem, støttehjem, avlastningshjem og støttekontakter, der oppdrag som både fungerte godt og oppdrag som ble avsluttet er representert. Det tredje er intervjuer med barnevernstjenester i andre kommuner om deres organisering, rekrutteringspraksis og erfaringer med hva som faktisk gir resultater. I tillegg er samtaler med ansatte i tjenesten og nasjonale føringer brukt som bakgrunn.

Ett forbehold må nevnes før funnene presenteres. Utvalget i undersøkelsen er skjevt: tre av fire respondenter (76 prosent) er kvinner, og nesten tre av ti (29 prosent) har selv erfaring som oppdragstaker. Disse er filtrert bort fra spørsmålene om egen vilje, slik at de tallene gjelder de 79 innbyggerne uten erfaring, mens erfaringen deres gir tyngde til fritekstsvarene. Aldersspredningen er god: to av tre respondenter er mellom 20 og 50 år, og halvparten er over 40, som treffer strategiens primærmålgruppe. Antall svar utgjør i underkant av tre prosent av innbyggerne i Sauda. Det er lavere enn ønsket, men er oppnådd gjennom distribusjon i kommunens egne kanaler, lokale facebook-grupper, omtale i lokale medier og forespørselen til lokale bedrifter om å dele undersøkelsen med sine ansatte. Altså de samme flatene kommunen selv har rådighet til i et rekrutteringsarbeid. Hvor mange som faktisk ble nådd gjennom hver enkelt kanal er ikke kjent. Det gir likevel en indikasjon på hva en kampanjerunde gjennom disse kanalene gir av respons. Tallene skal derfor leses som retningsgivende, ikke som representative for hele befolkningen.

Skjevheten svekker likevel ikke funnet om kommunens synlighet, den forsterker det. At tre av fire oppgir å ha fått lite eller ingen informasjon fra kommunen veier tyngre når utvalget domineres av dem som allerede er interessert. Nesten tre av ti har i tillegg selv hatt kontakt med tjenesten gjennom et oppdrag. Når selv denne gruppen, som både følger med på feltet og kjenner tjenesten fra innsiden opplever informasjonen fra kommunen som mangelfull, er det liten grunn til å tro at den øvrige befolkningen vet mer. Det reelle informasjonsunderskuddet i Sauda er derfor trolig større enn tallene i denne undersøkelsen viser, ikke mindre. Funnene bør derfor leses med det som bakteppe.

3.2 Kunnskapen om ordningene er lav

Det første hovedfunnet dreier seg om kunnskap, og om hvem folk har fått den fra. Litt over halvparten av respondentene (52 prosent) sier at de vet lite om fosterhjemmsordninger, seks av ti (61 prosent) vet lite om støttehjemordninger, og fire av ti (42 prosent) vet lite om støttekontaktordninger. Uansett hvilken ordning vi ser på er det færre enn en av fem som mener de har god kunnskap. Barnevernet som helhet kjenner folk noe bedre. Fire av ti plasserer seg midt på skalaen, og drøyt en av tre svarer at de vet

mye eller svært mye. Spriket er likevel talende. Den som virkelig kjenner barnevernet, ville også kjent ordningene. Den gode kjennskapen folk oppgir, er derfor trolig mer et inntrykk enn reell innsikt.

Enda mer talende er svarene på hvor kunnskapen stammer fra. Hele tre av fire respondenter (75 prosent) oppgir at de har fått «svært lite» eller «lite» av det de vet om ordningene fra Sauda Kommune, og halvparten krysser av på «svært lite» alene. Bare en av seks (16 prosent) har fått mye eller svært mye fra kommunen. På oppfølgingsspørsmålet om hvor informasjonen i stedet kommer fra, peker de som svarte på media, studier, eget arbeid, sosiale medier og bekjente med egen erfaring. Kunnskapen folk sitter med, kommer altså fra alle andre hold enn kommunen som eier behovet og ordningene.

Dette er på mange måter et oppløftende funn, fordi det betyr at synlighetsproblemet er reelt, at det lar seg måle, og at det går an å gjøre noe med. Kommunen kjemper ikke mot uvilje i befolkningen, den kjemper mot sitt eget fravær. Flere av informantene bekrefter det samme sett fra sin side. En av støttekontaktene fortalte at hun først fikk kjennskap til ordningen da barnevernet informerte om den i en barnehage. Et tidligere fosterhjem pekte på foreldremøter i skole og barnehage, samt kommunens egne informasjonsskjermer, som kostnadseffektive og enkle kanaler kommunen i dag ikke utnytter.

3.3 Viljen til å bidra er stor

Det andre hovedfunnet gjelder viljen til å stille opp, og her var tallene bedre enn vi hadde våget å håpe på. Ser vi på de 79 respondentene uten egen oppdragserfaring svarer to av tre (67 prosent) ja eller kanskje på spørsmålet om de kunne blitt besøkshjem, og hver femte gir et klart ja. Litt over halvparten (52 prosent) er åpne for å bli støttekontakt, og hver femte sier tydelig ja. Fosterhjem er som ventet den ordningen folk er mest tilbakeholdne til. Undersøkelsen viser at halvparten svarer ja eller kanskje, men bare en av ti (10,1 prosent) sier et klart ja.

Et tall skiller seg likevel fra alt annet i undersøkelsen. Hele 94 prosent svarer at de sannsynligvis eller svært sannsynlig ville stilt opp dersom det gjaldt et barn de allerede

kjenner. Over halvparten (56 prosent) velger svaralternativet svært sannsynlig, og av 111 respondenter er det bare en som svarer svært usannsynlig. Viljen er altså stor, men den utløses av nærhet og av noe konkret å forholde seg til. Generelle appeller om at barn trenger hjelp, mobiliserer få. Det er nærheten som mobiliserer. Barnet skal ikke navngis, men det må være tydelig at det finnes her, og at den som svarer stiller opp for sitt eget lokalsamfunn.

Erfaringene fra kommunene vi har snakket med understøtter betydningen av en relasjonsbasert tilnærming til rekruttering. Dette samsvarer både med kravene i barnevernloven § 9-4 om at barnevernstjenesten alltid skal vurdere om noen i barnets familie eller nære nettverk kan velges som fosterhjem, og med praksisen Sauda har i dag hvor nettverket rundt barnet kartlegges før man søker utenfor. Vi har snakket med flere både mindre og større kommuner som erfarer at rekruttering gjennom personer som allerede kjenner barnet ofte gir bedre treff enn generelle utlysninger. Da det kan være både ressurskrevende og ha begrenset effekt. Særlig trekkes voksne fra barnets hverdagsarenaer, som skole, barnehage og fritid, frem som viktige ressurser.

3.4 Oppfølging er avgjørende

Det tredje hovedfunnet er det som går tydeligst igjen gjennom hele intervjumaterialet, og det handler både om å rekruttere og om evnen til å beholde. Om en oppdragstaker anbefaler oppdraget eller advarer andre mot det, avgjøres i praksis av kvaliteten på oppfølgingen. De som hadde en fast kontaktperson som kjente familien og var lett å få tak i, beskriver oppdraget som meningsfullt og forteller at de aldri manglet noe. De som ble stående alene da det røynt på, valgte til slutt å gi seg, og det er deres historie som lever videre.

Et eksempel på dette fikk vi fra et tidligere fosterhjem vi intervjuet. Her er det viktig å understreke at oppfølgingsansvaret i denne saken ikke lå hos Sauda Kommune.

Erfaringen er tatt med fordi den viser tydelig hva som står på spill når oppfølgingen svikter, uansett hvilken kommune det gjelder. Familien fortalte at viktig informasjon om barnet ble holdt tilbake før innflyttingen, at løftene om en gradvis overgang aldri ble innfridd, og at avlastningen lot vente på seg altfor lenge. Da vi spurte hva som skal til for

å beholde fosterhjem, var svaret deres tydelig. God oppfølging etter plassering er det aller viktigste, og det var nettopp den de selv ikke fikk. Motstykket finner vi hos informantene som var tilknyttet private aktører. De fortalte om en fast kontaktperson, kurstilbud, samlinger med andre fosterhjem og muligheten til å låne utstyr. Det er dette nivået på oppfølging kommunen bør måles mot.

Utover hovedfunnene gir intervjuene et sett med mer operative lærdommer. Den mest sårbare perioden er de første månedene etter oppstart, og det var nettopp da flere savnet tettere kontakt og faste statusmøter. Tett knyttet til dette er avlastning, som bør være avklart allerede ved oppstart. I to av intervjuene tok avklaringen henholdsvis lang tid og nærmere ett år, med tydelig slitasje som konsekvens.

Materialet viser også at riktig match er viktigere enn rask match. Ett besøkshjem takket nei til det første barnet fordi behovene ikke passet familiens hverdag, og lyktes godt med neste. Eksempelet understreker at matching må vurderes fra begge sider, og at et nei tidlig i prosessen kan være en forutsetning for at oppdraget lykkes senere.

Det mest alvorlige funnet gjelder likevel ventetid. En informant beskrev tre til fire år fra fullført kurs til første henvendelse fra tjenesten. En slik ventetid utgjør i seg selv en frafallsrisiko: motivasjonen fra kurset forvitrer, livssituasjonen endrer seg og tjenesten mister rekrutterte ressurser den allerede har investert i. Derfor er det avgjørende for tilliten at oppdragstakerne får ærlig informasjon i forkant om hva som faktisk kan ventes, også når svaret er at det kan ta tid.

Til slutt fremheves praktiske rammer som må være ryddige: skatt og utgiftsdekning, tydelig informasjon om honorarer, en ordentlig avslutningssamtale ved oppdragets slutt, og mulighet for å møtes utenfor barnevernskontoret, som i et lite lokalsamfunn kan oppleves sensitivt.

3.5 Mottaket lekker

Det fjerde hovedfunnet skiller seg fra de tre foregående ved at det ikke handler om folk som står i ett oppdrag, men om folk som aldri kom inn i ett. Her har ikke rekrutteringen

sviktet, for kandidatene meldte seg helt av seg selv. Det er mottaket som svikter. En innbygger skriver i undersøkelsens fritekstsvar:

«Har vært i kontakt med Sauda kommune flere ganger ang støttehjem. Hver gang sier de at det er helt fantastisk at vi ønsker å bli det, fordi det er mangel på det, og at de skal ringe tilbake. Nå har det gått 5 år og fortsatt har ingen ringt. Vi er en ressurssterk familie med gode jobber, god økonomi og mye å tilby barn og familier som trenger hjelp. Men måten kommunen håndterer kontakten vår på er veldig uproff.»

Alene ville dette vært en enkelthistorie, men det er det ikke. Flere respondenter beskriver samme mønster fra hver sin kant. En familie som var besøkshjem forteller at de ikke ante at behovet fantes, og at de i sin tid kun kom med fordi noen tok personlig kontakt. En tidligere avlastningsfamilie savner kontakt fra de ansvarlige og kjenner ikke rutinene i kommunen i dag. En tredje vet rett og slett ikke hvor man melder seg. Fellesnevneren er at det ikke finnes noe som fanger opp den som rekker opp hånden. Interessen treffer kommunen, men kommunen tar den ikke imot. I et lokalsamfunn på rundt 4600 mennesker blir hver slik erfaring dessuten en historie som fortelles videre, og den svekker neste kampanje før den har startet.

At det motsatte virker, har vi et konkret bevis på i samme materiale. En respondent skriver: *«Vi ble støttehjem etter at Sauda kommune la ut en post på Facebook om at det var behov for det»*. Ett synlig utspill fra kommunen ga ett støttehjem. Mekanismen fungerer når den brukes, og den koster ingenting.

Undersøkelsen viser samtidig at interessen fortsatt er der, da 63 av 111 respondenter (57 prosent) åpner for en uforpliktende samtale med barnevernet. Det var 24 som svarte et klart ja og 39 som svarte kanskje. Her ligger i midlertidig en metodisk begrensning som får direkte praktiske følger. Undersøkelsen var bevisst anonym for å sikre ærlige svar og høy deltakelse, og disse 63 kan derfor ikke kontaktes. Interessen er dokumentert, men ikke adresserbar. Nettopp derfor er mottaket avgjørende. Når det ikke finnes en liste å ringe må kommunen fange interesse i det øyeblikket den melder seg selv, gjennom interesseskjemaet, informasjonsmøtet og de andre flatene. En ubesvart henvendelse er da ikke en forglemmelse, men en kandidat kommunen ikke har noen vei tilbake til.

Familien som ikke har blitt ringt tilbake på fem år er likevel fortatt der, og skriver fortsatt at de har mye å tilby. De er ikke tapt, de er bare uringt. Det er forskjellen mellom et problem og en mulighet, og den avgjøres av om kommunen har en rutine som sier hvem som ringer og innen når.

3.6 Barrierene

Ser vi hele materialet under ett peker materialet på fire barrierer, og de spiller de fire hovedfunnene. Vi har satt dem i prioritert rekkefølge. Den største handler om synlighet og kunnskap, slik det første funnet viste. Folk vet for lite om ordningene, og det lille de vet, har de sjelden fått fra kommunen selv. Kommunen er dermed ikke avsender av sin egen historie. Den samme kommunikasjonen må også svare på usikkerheten mange kjenner på rundt egen egnethet, for undersøkelsen viste at det holder å være en trygg familie. Nest størst er frykten for å bli stående alene, som følger av funnet om oppfølging. Den holdes i live av fortellinger om oppfølging som svikter, både lokalt og i det nasjonale mediebildet, der de negative enkeltsakene får plass mens de gode erfaringene sjelden når frem. På tredje plass kommer svikten i mottaket. Dette er den eneste barrieren kommunen kan fjerne med en gang. Den fjerde barrieren er hverdagsliv og kapasitet, og henger sammen med funnet om vilje. Viljen finnes, men den utløses av nærhet og av ordninger med lav terskel. Mange har nok med sitt eget, og nettopp derfor må vi løfte frem de ordningene som krever minst. Det betyr å snakke om støttekontakt og støttehjem fremfor fosterhjem, siden terskelen for å si ja er lavere når det handler om noen timer eller en helg iblant.

5. Rekrutteringsstrategi og Handlingsplan

5.1 Strategi 1: Styrket organisering

Styrket organisering er tatt inn som egen strategi fordi ingen av de øvrige tiltakene i planen lar seg gjennomføre uten. Undersøkelsen viser at rekrutteringsarbeidet i dag er

personavhengig og taper mot akutte saker. Uten en tydelig ansvarlig med avsatt tid vil nye tiltak møte samme skjebne som dagens.

Målet med strategien er å etablere en tydelig og systematisk organisering av rekrutteringsarbeid for å sikre kontinuitet, samarbeid og målrettet rekruttering av fosterhjem, støttehjem og støttekontakter.

5.1.1 Forslag til tiltak:

5.1.1.1 Etablere et tydelig ansvar for rekrutteringsarbeidet og sette av fast tid (hvem har ansvaret?)

For å sikre et systematisk og kontinuerlig rekrutteringsarbeid bør det utpekes en rekrutteringsansvarlig i barneverntjenesten. Den rekrutteringsansvarlige skal koordinere rekrutteringsarbeidet, følge opp planlagte aktiviteter og bidra til at arbeidet blir prioritert i det daglige. Tiltaket skal tydeliggjøre ansvar og redusere risikoen for at rekrutteringsarbeidet blir personavhengig eller nedprioritert til fordel for andre oppgaver.

Ansvar uten tid er ikke reelt ansvar. Rollen må derfor følges av fast avsatt tid i arbeidsplanen, som skjermes mot akutte saker på samme måte som andre faste avtaler. Uten dette vil tiden bli omdisponert, og rekrutteringsarbeidet forblir avhengig av kapasiteten til den enkelte ansatte. Det mest ideelle vil være en dedikert ressurs med hovedansvar for rekruttering, men dersom dette ikke er mulig, bør ansvaret legges til en eksisterende medarbeider med avsatt tid og et klart definert ansvarsområde. Se vedlegg for forslag til hvordan rollen kan organiseres.

5.1.1.2 Etablere tverrfaglig rekrutteringsteam på tvers av kommunen (hvem skal samarbeide?)

Det bør etableres et tverrfaglig rekrutteringsteam med representanter fra relevante kommunale tjenester som møter barn, unge og familier, for eksempel skole, barnehage, helsestasjon og andre aktuelle fagmiljøet. Teamet bør ha deltakere fra både Sauda og Suldal, ettersom barnverntjenesten er interkommunal. Hensikten er å skape et felles ansvar for rekrutteringsarbeidet, slik at ansvaret ikke blir liggende hos

barneverntjenesten alene. Teamet kan bidra med ulike perspektiver, spre informasjon gjennom egne nettverk og planlegge felles rekrutteringstiltak. Teamet bør møtes to til fire ganger i året, med rekrutteringsansvarlig som møteleder.

5.1.1.3 Utarbeide en årlig rekrutteringsplan (Hvordan skal arbeidet planlegges og følges opp?)

Det bør utarbeides en årlig rekrutteringsplan med mål, prioriterte aktiviteter, ansvarsfordeling og tidspunkt for gjennomføring. Planen bør sette konkrete måltall, først og fremst antall henvendelser og svartid, som er forhold tjenesten selv kan påvirke. Antall godkjente hjem bør rapporteres, men egner seg dårlig som styrende måltall fordi tallene er små og utfallet avhenger av forhold utenfor tjenestens kontroll.

Aktivitetene bør fordeles utover året i et årshjul, ikke samles i enkeltstående kampanjer. Rekruttering taper mot akutte saker hver gang det konkurrerer om oppmerksomhet, og et årshjul motvirker dette ved å bestemme i forkant hva som skal skje når. Fordelingen bør ta hensyn til år folk er mottakelige: lokale arrangement og aktivitet i lag og foreninger egner seg til synlighet, mens roligere perioder passer til planlegging og oppfølging av tidligere interesserte. Årshjulet bør ha et fast tidspunkt for evaluering mot måltallene. Se vedlegg for forslag til årshjul.

5.1.1.4 Registrere alle henvendelser i felles oversikt (dato, kanal, oppfølging og utfall)

Alle henvendelser fra personer som vurderer å bli fosterhjem, støttehjem eller støttekontakt bør registreres i en felles oversikt med dato, kanal, oppfølging og utfall. Undersøkelsen viser at flere som har tatt kontakt ikke har fått svar eller oppfølging. Uten en samlet oversikt er det vanskelig å oppdage slike brudd før interessen har forsvunnet. Registeret gir samtidig grunnlaget for å vurdere om rekrutteringsarbeidet faktisk gir resultater. Oversikten viser hvilke kanaler som gir henvendelser, hvor lang tid det tar før noen svarer, og hvor mange henvendelser som ender i godkjente hjem. Oversikten trenger ikke være avansert, og et enkelt regneark er tilstrekkelig. Ansvar for å holde den

oppdatert må ligge hos rekrutteringsansvarlig. Se vedlegg for forslag til hvordan oversikten kan settes opp.

5.1.2 Handlingsplan til strategi 1:

Tiltak	Ansvar	Frist	Prioritet	Ressursbehov	Evaluering
Etablere et tydelig ansvar for rekrutteringsarbeidet/ sette av fast tid	Barnevernleder	Kort sikt (0 til 6 mnd.)	Høg	Ca.20-30% stilling innenfor eksisterende bemanning	Rollen er etablert, logførte timer viser at avsatt tid faktisk brukes til rekruttering (ikke omdisponert til saksarbeid)
Etablere tverrfaglig rekrutteringsteam	Rekrutteringsansvarlig	Kort sikt (0 til 6 mnd.)	Middels	Møtetid innenfor eksisterende rammer (ca. 2-4 ganger i året)	Rekrutteringsteamet er etablert og møtes regelmessig for å planlegge og følge opp rekrutteringsarbeidet.
Utarbeide en årlig rekrutteringsplan	Barnevernleder / rekrutteringsansvarlig	Første plan innen 6 mnd., deretter årlig	Høg	Arbeidstid innenfor eksisterende rammer, ca. 8-12 timer pr år	Rekrutteringsplanen er utarbeidet, gjennomført og evaluert årlig
Registrere alle henvendelser i felles oversikt (dato, kanal, oppfølging og utfall)	Rekrutteringsansvarlig	Løpende	Høg	Minimal; regneark er nok	Alle henvendelser siste kvartal er registrert med utfall og svar tid

5. 2 Strategi 2: Økt synlighet og tilgjengelig informasjon

Funnene viser at mange har begrenset kunnskap om hva det innebærer å være fosterhjem, støttehjem eller støttekontakt, og at flere etterlyser mer informasjon om oppdragene og hvordan de kan melde sin interesse. Dette understøtter behovet for en mer målrettet og systematisk kommunikasjonsinnsats. Ved å øke synligheten og gjøre informasjon lettere tilgjengelig kan kommunen bidra til økt bevissthet, redusere usikkerhet og senke terskelen for at flere vurderer å ta på seg et oppdrag.

Målet med strategien er å øke befolkningens kjennskap til fosterhjem, støttehjem og støttekontakter gjennom målrettet kommunikasjon, økt synlighet og lett tilgjengelig informasjon.

5.2.1 Forslag til tiltak:

5.2.1.1 Bruke eksisterende oppdragstakere som ambassadører

Funnene viser at personlige erfaringer og autentiske fortellinger kan være et viktig virkemiddel i rekrutteringsarbeidet. Fosterhjem, støttehjem og støttekontakter med oppdragstakere egne erfaringer kan derfor involveres som ambassadører gjennom informasjonsmøter, rekrutteringskampanjer og kommunenes kommunikasjonskanaler. Ved å dele sine erfaringer kan de gi et realistisk innblikk i hva oppdraget innebærer, formidle både utfordringer og positive opplevelser, og bidra til økt kunnskap og tillit. Personlige erfaringer kan gjøre det lettere for mulige oppdragstakere å kjenne seg igjen, redusere usikkerheten og senke terskelen for å melde interesse. For de som ikke ønsker å stå frem offentlig, kan erfaringene også formidles anonymt, for eksempel gjennom skriftlige historier, sitater eller videoer der identiteten ikke kommer frem. På den måten kan verdifulle erfaringer deles samtidig som personvernet ivaretas.

5.2.1.2 Utarbeide en kommunikasjonsplan med målgrupper, budskap og kanaler og informasjonsmateriell.

Det bør utarbeides en kommunikasjonsplan som beskriver hvilke målgrupper kommunen ønsker å nå, hvilke budskap som skal formidles, hvilke kommunikasjonskanaler som skal benyttes og hvilket informasjonsmateriell som skal utvikles. En slik plan skal bidra til at kommunens rekrutteringsarbeid blir mer målrettet, systematisk og gjenkjennelig. Informasjonsmateriellet bør tilpasses ulike målgrupper og være lett tilgjengelig både digitalt og i trykt format, slik at mulige fosterhjem, støttehjem og støttekontakter enkelt får tilgang til relevant og forståelig informasjon.

Undersøkelsen viste at 75 % av respondentene oppga at de hadde fått lite eller svært lite informasjon om ordningene fra Sauda kommune, mens kunnskapen i stor grad kom fra

andre kilder. En kommunikasjonsplan er derfor et naturlig tiltak for å sikre at kommunen kommuniserer mer systematisk og når ut til de målgruppene den ønsker å rekruttere. Se vedlegg om forslag til kommunikasjonsplan.

5.2.1.3 Øke tilstedeværelsen i sosiale medier og synliggjøre behovet gjennom lokale medier og kommunens nettside

Kommunen bør være synlig i de kanalene innbyggerne bruker mest for å nå ut med informasjon om behovet for fosterhjem, støttehjem og støttekontakter. Jevnlige innlegg i sosiale medier, omtale i lokale medier og oppdatert informasjon på kommunens nettsider kan bidra til å øke befolkningens kjennskap til ordningene og gjøre rekrutteringsarbeidet mer synlig. En kontinuerlig tilstedeværelse i flere kommunikasjonskanaler kan også bidra til å holde behovet aktuelt og gjøre det enklere for mulige oppdragstakere å finne informasjon og ta kontakt.

Tiltaket er i praksis den løpende gjennomføringen av kommunikasjonsplanen og forutsetter derfor at planen er på plass først.

Undersøkelsen viste at kommunen i liten grad er kilden til innbyggernes kunnskap om ordningene. Ved å være mer synlig i egne og lokale kommunikasjonskanaler kan kommunen i større grad formidle riktig informasjon og nå ut til mulige fosterhjem, støttehjem og støttekontakter.

5.2.1.4 Arrangere regelmessig informasjonsmøter og rekrutteringskampanjer

Kommunen bør arrangere regelmessige informasjonsmøter og en årlig rekrutteringskampanje for å øke kunnskapen om fosterhjem, støttehjem og støttekontakter. Informasjonsmøtene kan gi interesserte muligheter til å få mer informasjon, stille spørsmål og komme i kontakt med ansatte og personer med erfaring fra oppdragene. Rekrutteringskampanjer kan bidra til å synliggjøre behovet i befolkningen og oppmuntre flere til å vurdere om oppdrag kan være aktuelt for dem.

Funnene viser at mange vet lite om ordningene, samtidig som viljen til å bidra er stor når folk får tilstrekkelig kunnskap og opplever behovet som konkret. Informasjonsmøter og

rekrutteringskampanjer kan derfor være en viktig arena for både å øke kunnskapen og senke terskelen for å melde interesse.

5.2.2 Handlingsplan strategi 2:

Tiltak	Ansvar	Frist	Prioritet	Ressursbehov	Evaluering
Rekruttere og etablere ambassadører blant eksisterende fosterhjem, støttehjem og støttekontakter.	Rekrutteringsansvarlig	Løpende	4.	Arbeidstid innenfor eksisterende rammer	Ambassadører er etablert, og ambassadører deltar i rekrutteringsaktiviteter gjennom året
Utarbeide en kommunikasjonsplan med målgrupper, budskap og kanaler og informasjonsmateriell	Rekrutteringsansvarlig i samarbeid med kommunens kommunikasjonsansvarlige	Kort sikt (0 til 3 mnd.)	1.	Arbeidstid innenfor eksisterende rammer	Kommunikasjonsplanen er vedtatt, tatt i bruk inne 3 mnd. og revideres årlig
Jevnlig tilstedeværelse i sosiale medier, lokale medier og på kommunens nettside (gjennomføring av kommunikasjonsplanen)	Rekrutteringsansvarlig i samarbeid med kommunens kommunikasjonsansvarlige	Løpende fra kommunikasjonsplanen er vedtatt	2.	Minst en publisering pr halvår.	Informasjon publiseres jevnlig i de valgte kanalene, og kommunens kommunikasjonsaktivitet evalueres årlig.
Arrangere regelmessig informasjonsmøter og rekrutteringskampanjer	Rekrutteringsansvarlig med støtte fra ambassadører / foredragsholdere	Første møtet innen 6-9 mnd. Deretter årlig	3.	Arbeidstid og eventuelle kostnader til markedsføring, arrangement og møte lokaler	Antall deltakere og antall henvendelser i etterkant registreres per arrangement

6. Strategi for å beholde fosterhjem, støttehjem og støttekontakter

6.1 Strategi 1: Oppfølging

Rekruttering og ivaretagelse henger tett sammen. Intervjuene viste at kvaliteten på oppfølgingen har stor betydning både for om oppdragstakere blir værende, og for hvilke erfaringer de deler videre i lokalsamfunnet. I en kommune på Saudas størrelse er dagens oppdragstakere derfor også kommunens viktigste rekrutteringskanal: gode erfaringer skaper nye henvendelser, mens dårlige erfaringer spres raskt. Strategiene i dette kapitlet skal sikre at de som allerede har tatt på seg et oppdrag opplever å bli ivaretatt gjennom hele oppdragsperioden.

Målet med denne strategien er å sikre at alle oppdragstakere opplever tilgjengelighet, støtte og trygghet gjennom hele oppdraget.

6.1.1 Forslag til tiltak:

6.1.1.1 Exit samtale ved avslutning av oppdrag

Kommunen bør gjennomføre en exit-samtale med fosterhjem, støttehjem og støttekontakter som avslutter sitt oppdrag. Hensikten er å få innsikt i deres erfaringer, identifisere årsaker til at oppdraget avsluttes og avdekke områder hvor kommunen kan forbedre oppfølgingen. Erfaringene fra exit-samtalene bør brukes aktivt i det videre kvalitets- og rekrutteringsarbeidet for å bidra til bedre ivaretagelse av fremtidige oppdragstakere.

Exit samtaler gir kommunen systematisk kunnskap om hva som fungerer godt og hva som svikter. Over tid bygger dette et erfaringsgrunnlag som gjør det mulig å forebygge at flere avslutter av samme årsaker, og bidrar til bedre ivaretagelse av fremtidige oppdragstakere.

Funnene viser at noen av de tidligere oppdragstakerne ikke hadde en avsluttende samtale med kommunen. Flere uttrykte samtidig et ønske om en slik samtale, både for å

kunne dele sine erfaringer og for å få en bedre forståelse av barneverntjenestens vurderinger ved avslutning på oppdraget. Dette understreker behovet for en mer systematisk avslutning av oppdrag.

6.1.1.2 Digitale kurs og kompetanse hevede tiltak

Kommunen bør tilby digitale kurs som gir fosterhjem, støttehjem og støttekontakter mulighet til å utvikle kunnskap og kompetanse gjennom hele oppdragsperioden. Digitale kurs gjør oppføringen mer tilgjengelig og fleksibel, uavhengig av tid og sted, og kan være særlig nyttig i en mindre kommune med begrensede muligheter for fysiske samlinger. Kursene bør omfatte relevante temaer og bidra til økt trygghet, mestring og kvalitet i oppdraget

Flere informanter trakk frem at kurs og faglig støtte var en viktig del av en god oppfølging. Ved å tilby digitale kurs kan kommunen gi oppdragstakerne kontinuerlig kompetansepåfyll og støtte, noe som kan bidra til at de opplever større mestring og blir værende lenger i oppdraget.

Etterspørselen kommer fra respondentene selv. En skrev at det viktigste kommunen kan gjøre er å «følge støttekontaktene/fosterhjemmene GODT opp, ved både direkte veiledning angående det barnet man har, og samle grupper med støttekontakter / familier til generell oppfølging / kursing / erfaringsutveksling». Undersøkelsen viste samtidig at usikkerhet på egen kapasitet er en sentral barriere mot å melde seg. Kompetanse tiltak virker dermed to veier: de holder på dagens oppdragstakere og senker terskelen for nye.

6.1.2 Handlingsplan strategi 1:

Tiltak	Ansvar	Frist	Prioritet	Ressursbehov	Evaluerings
Exit samtale	Kontaktperson / barnevernleder	Løpende (ved avslutning av oppdrag)	Høg	Arbeidstid innenfor eksisterende rammer (en til to timer per samtale,	Exit-samtale er gjennomført og dokumentert for alle avsluttende oppdrag, og funnene

				inkl. dokumentasjon)	gjennomgås årlig i forbedringsarbeidet
Digitale kurs	Rekrutteringsansvarlig / barnevernleder	Kort sikt (0-6 mnd.), deretter løpende	Middels - høg	Arbeidstid og tilgang til digitale kursplattformer eller eksisterende kurstilbud (bufdir, KS)	Digitale kurs er tilgjengelige, og deltakelse og tilbakemeldinger fra oppdragstakerne evalueres årlig

7. Strategi 2: Fellesskap, anerkjennelse og ivaretagelse

Funnene viser at flere oppdragstakere opplever å stå alene i oppdraget, og at det i dag ikke finnes noen felles arena der fosterhjem, støttehjem og støttekontakter kan møte andre i samme rolle. I både undersøkelsen og intervjuene ble det etterlyst møteplasser for erfaringsutveksling. En respondent med erfaring som støttehjem foreslo konkret et «treffpunkt for støttehjem og støttekontakter en gang innimellom, fint å ha et forum å dele tanker i. Gjerne kurs.» Opplevelse av fellesskap og av å bli verdsatt har betydning for motivasjonen over tid, og dermed for hvor lenge oppdragstakere blir værende. Denne strategien skal bygge et fellesskap rundt oppdragstakerne og sikre at innsatsen deres blir sett og anerkjent.

Målet med strategien er å skape et inkluderende og støttende fellesskap der fosterhjem, støttehjem og støttekontakter opplever anerkjennelse, ivaretagelse og motivasjon til å bli værende i oppdraget.

7.1 Forslag til tiltak:

7.1.1 Arrangere temakvelder med erfaringsutveksling og faglig påfyll

Kommunen bør arrangere jevnlig temakvelder hvor fosterhjem, støttehjem og støttekontakter kan møtes for å dele erfaringer, bygge nettverk og støtte hverandre. Samlingene kan kombineres med korte faglige innlegg om temaer som er relevante for oppdraget. Slike møteplasser kan bidra til økt mestring, redusere opplevelsen av å stå alene og styrke motivasjonen for å bli værende i oppdraget.

Behovet kommer fra oppdragstakerne selv. Flere respondenter etterlyste en felles arena, en av dem pekte på verdien av å «samle grupper med støttekontakter/familier til generell

Tiltak	Ansvar	Frist	Prioritet	Ressursbehov	Evaluering
Arrangere temakvelder med erfaringsutveksling og faglig påfyll	Rekrutteringsansvarlig / barnevernleder	Første temakveld innen 6 mnd., deretter 2-4 ganger årlig	Middels - Høg	Arbeidstid, møtelokale og eventuelle kostnader til foredragsholder	Minst to temakvelder er gjennomført per år; deltakelse registreres og tilbakemeldinger innhentes etter hver samling
Dele ut en årlig påskjønnelse eller oppmerksomhet	Barnevernleder / rekrutteringsansvarlig	Årlig fortrinnsvis knyttet til en temakveld	Middels	Arbeidstid, evt et mindre budsjett til markering eller oppmerksomhet	Påskjønnelsen er gjennomført årlig og når alle aktive oppdragstakere

oppfølging/kursing/erfaringsutveksling». Temakveldene svarer dermed på et konkret og dokumentert behov.

7.1.2 Dele ut en årlig påskjønnelse eller oppmerksomhet

Kommunen bør markere og anerkjenne innsatsen til fosterhjem, støttehjem og støttekontakter gjennom en årlig påskjønnelse. Dette kan for eksempel være en felles samling, et takkebrev eller en symbolsk gave som uttrykker kommunens takknemlighet for innsatsen de gjør. Anerkjennelse bidrar til at oppdragstakerne føler seg verdsatt, stryker motivasjonen og øker sannsynligheten for at de ønsker å fortsette i oppdraget.

Fritekstsvarene viser at motivasjonen hos dagens oppdragstakere i stor grad er indre, som en aktiv støttekontakt formulerte det: «Veldig kjekt og kunne hjelpe andre som trenger det». Anerkjennelse koster lite, men bekrefter nettopp denne motivasjonen og signaliserer at kommunen ser innsatsen. Tiltaket kan med fordel kombineres med en av temakveldene, slik at markeringen og møteplass forsterker hverandre.

7.2 Handlingsplan Strategi 2:

8. Evaluering

Strategiene bør evalueres årlig for å vurdere om tiltakene bidrar til økt rekruttering og bedre ivaretagelse av fosterhjem, støttehjem og støttekontakter. Evalueringen skal danne grunnlag for videre utvikling og justering av strategien ved behov.

Målepunkter:

- ☐ Antall henvendelser fra mulige oppdragstakere
- ☐ Antall nye fosterhjem
- ☐ Antall nye støttehjem
- ☐ Antall nye støttekontakter
- ☐ Tilbakemeldinger fra oppdragstakere gjennom evaluering og exit-samtaler
- ☐ Hvor mange som fortsetter over tid
- ☐ Deltakelse på informasjonsmøter og temakvelder
- ☐ Gjennomføring av planlagte tiltak i handlingsplanen

9. Risikovurdering

Gjennomføringen av strategiene kan påvirkes av ulike interne og eksterne faktorer. En risikovurdering bidrar til å identifisere forhold som kan hindre måloppnåelse, slik at kommunen kan være forberedt på utfordringer og iverksette nødvendige tiltak dersom de oppstår.

Mulige utfordringer:

Risiko	Konsekvens	Forslag til håndtering
Begrenset kapasitet og ressurser i barneverntjenesten	Rekrutterings- og oppfølgingstiltak blir nedprioritert eller gjennomføres uregelmessig	Prioritere tiltakene fortløpende og justere aktivitetsnivået etter tilgjengelige ressurser
Lav interesse blant mulige oppdragstakere	Kommunen rekrutterer færre fosterhjem, støttehjem og støttekontakter enn behovet tilsier	Evaluer kommunikasjonsarbeidet jevnlig og tilpasse budskap og kanaler ut fra erfaringer og tilbakemeldinger
Lav deltakelse på informasjonsmøter og temakvelder	Tiltakene når ikke målgruppen eller gir begrenset effekt	Innhente tilbakemeldinger om tidspunkt, innhold og

		gjennomføring og tilpasse tilbudet ved behov
Manglende oppfølging av oppdragstakere	Oppdragstakere kan oppleve mindre støtte og velde å avslutte oppdraget	Følge opp evalueringer og tilbakemeldinger systematisk og justere oppfølgingsrutine ved behov
Endringer i rammevilkår eller økonomi	Enkelte tiltak må utsettes eller nedskaleres	Revidere handlingsplanen ved behov og prioritere tiltak som gir størst effekt innenfor tilgjengelige ressurser

Refleksjoner om strategiene/tiltakene

Strategiene bygger på funnene i prosjektet, men det er viktig å være bevisst at flere av tiltakene allerede inngår i barneverntjenestens arbeid. Forslagene representerer derfor ikke nødvendigvis nye arbeidsoppgaver, men en systematisering og videreutvikling av eksisterende praksis. Samtidig er det viktig å erkjenne at gjennomføringen vil være avhengig av kommunens ressurser, kapasitet og prioriteringer.

Vi er også bevisste på at det ikke finnes enkle løsninger på utfordringene knyttet til rekruttering og ivaretagelse av fosterhjem, støttehjem og støttekontakter. Strategiene er utarbeidet med utgangspunkt i dagens behov og funn, men tiltakene må evalueres og justeres over tid for å sikre at de har ønsket effekt.

Vi ønsker samtidig å fremheve at rekruttering og ivaretagelse av fosterhjem, støttehjem og støttekontakter er et viktig og langsiktig arbeid. Selv om en mer systematisk satsing kan kreve økt innsats og ressursbruk på kort sikt vurderer vi at dette vil være en investering som kan gi gevinster over tid. Dersom kommunen lykkes med å rekruttere og beholde flere oppdragstakere, vil behovet for tidkrevende rekruttering i akutte situasjoner kunne reduseres. Dette kan gi større forutsigbarhet for både

barneverntjenesten og familiene, og frigjøre tid til oppfølging av barn og oppdragstakere når behovene oppstår.

10. Konklusjon og anbefalinger

Kartleggingen viser at Sauda kommune har et godt utgangspunkt for å stryke arbeidet med rekruttering og ivaretagelse av fosterhjem, støttehjem og støttekontakter, men at det er behov for et mer systematisk og langsiktig arbeid. Funnene viser særlig betydningen av tydelig organisering, økt synlighet og god oppfølging av oppdragstakerne. De foreslåtte strategiene og tiltakene legger til rette for en mer målrettet innsats som kan bidra til å dekke kommunens fremtidige behov.

Viktigste funn:

1. Rekrutteringsarbeidet har behov for tydelig organisering, avsatte ressurser og langsiktig planlegging
2. Mange har begrenset kunnskap om oppdragene og etterlyser mer informasjon og synlighet
3. God oppfølging, anerkjennelse og systematisk innhenting av erfaringer er viktig for å beholde oppdragstakere over tid

Anbefalte tiltak videre:

1. Etablere en tydelig organisering av rekrutteringsarbeidet med avsatt ansvar og ressurser
2. Styrke kommunens kommunikasjons- og informasjonsarbeid gjennom målrettede rekrutteringstiltak
3. Videreutvikle oppfølgingen av oppdragstakere gjennom kompetanseheving, erfaringsutveksling og systematiske tilbakemeldinger

Hvordan Sauda kommune kan jobbe videre:

Strategien bør forankres i kommunens ordinære arbeid og evalueres årlig. Erfaringer fra gjennomføringen bør brukes til å videreutvikle tiltakene, slik at kommunen kan tilpasse arbeidet til endrede behov og sikre et langsiktig og bærekraftig rekrutterings- og oppfølgingsarbeid.

Vi har vært i kontakt med kommunens kundetorg om å etablere et digitalt interesseskjema. På grunn av ferie avvikling ble dette ikke ferdigstilt i løpet av prosjektperioden. Det anbefales derfor at dette prioriteres videre, slik at interesseskjemaet publiseres på Sauda kommunes nettsider og gjøres lett tilgjengelig for innbyggere som ønsker å melde sin interesse eller ta kontakt med barneverntjenesten.

Vedlegg



