



# ER DET STALKING?

Oplysningsprojekt målrettet  
civilbefolkningen og fagpersoner

## EVALUERINGSRAPPORT

Januar 2023

# INDHOLD

1. BAGGRUND, FORMÅL OG INDHOLD	6
2. KORT OM EVALUERINGEN	9
3. OPLYSNINGSKAMPAGNE RETTET MOD CIVILBEFOLKNINGEN	11
4. OPLYSNING TIL FAGPERSONER	25
5. RESULTATER FOR DANSK STALKING CENTER	31

## INTRODUKTION

Kan en kærlig sms, et tilfældigt møde eller en gave være stalking?

Projekt *Er det Stalking?* er et oplysnings- og forebyggelsesprojekt rettet mod civilbefolkningen og fagpersoner. Projektet er blevet gennemført af Dansk Stalking Center i perioden 2020-2022 med støtte fra Offerfonden.

Gennem bl.a. en outdoorkampagne, en aktiverende SoMe kampagne, en fagkonference, faglige webinarer og en redigeret håndbog til fagpersoner søges det at opfylde projektets formål om at øge viden om stalking, således at flere er i stand til at genkende stalking og række ud eller gribe ind, når stalking forekommer.

Denne rapport er udarbejdet af SocialRespons og udgør projektets slutevaluering. Rapporten bygger på et datagrundlag af kvalitative interviews, projektlederlogbøger samt kvantitative data indsamlet i forbindelse med udvalgte aktiviteter.

Formålet med evalueringen er at opsamle og formidle projektets viden, læring og resultater samt at pege på opmærksomhedspunkter til Dansk Stalking Centers fremadrettede arbejde på området.

### LÆSEVEJLEDNING

Indledningsvis gives en kort introduktion til projektets **baggrund, formål og indhold**, samt et oprids af **evalueringens indhold og metoder**.

Herefter præsenteres **resultaterne af projektets kampagnedel**, der omhandler outdoorkampagne, kampagnofilm og en aktiverende kampagne på sociale medier.

I det efterfølgende afsnit præsenteres **resultaterne af projektets indsats rettet mod fagpersoner**, der omhandler online webinarer, oplæg, konference, podcast, hjemmeside og den redigerede håndbog til fagpersoner.

Slutteligt berøres **resultater af projektet** for Dansk Stalking Center.

## OPSUMMERING

I projekt *Er det Stalking?* har Dansk Stalking Center arbejdet for at sikre oplysning og viden om stalking i civilbefolkningen og blandt fagpersoner, der møder stalking i deres arbejde.

Projektets mål har været, at målgrupperne gennem oplysning og videndeling får kendskab til relevante handle og hjælpeforanstaltninger, således at stalking på sigt kan forebygges og stoppes.

En indledende befolkningsundersøgelse har bekræftet relevansen af projektets gennemførelse.

### **OPLYSNINGSKAMPAGNE RETTET MOD CIVILBEFOLKNINGEN**

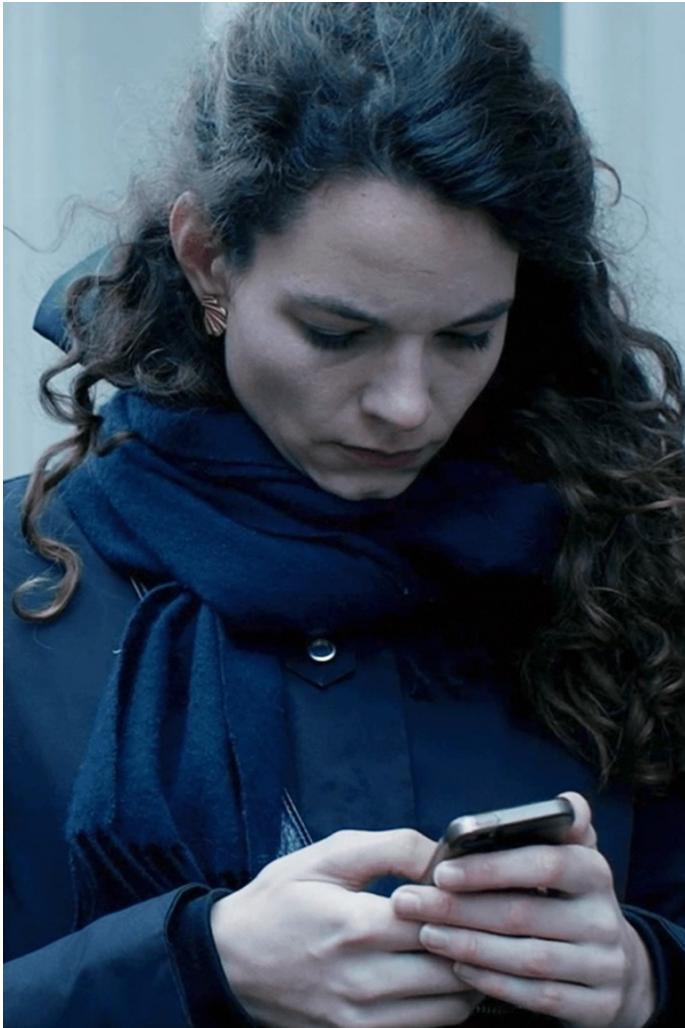
I projektet er gennemført en vellykket oplysningskampagne rettet mod civilbefolkningen. Oplysning er i dette spor sket via en outdoorkampagne, en kampagnofilm, en aktiverende kampagne og løbende aktivitet på sociale medier. Evalueringen viser, at modtagerne vurderer kampagneelementer positivt og opfatter primære kampagnebudskaber som intenderet. Endvidere ses en stor rækkevidde af kampagnen, hvor kampagnefilmen alene nåede ud til knap 100.000 personer.

### **OPLYSNING TIL FAGPERSONER**

Oplysning til fagpersoner er sket via online webinarer, oplæg for studerende, ny underside på hjemmeside til fagpersoner, fagkonference, podcast samt en redigeret håndbog til fagpersoner, der medtager den nye lovgivning om stalking. Modtagere af oplysning til fagpersoner dækker over mange forskellige faggrupper, der alle møder stalkingofre i deres arbejde. I lighed med civilbefolkningen, vurderer fagpersoner kampagneelementer positivt, ligesom hovedparten vurderer, at de får ny viden om stalking, som de kan bruge i deres arbejde.

### **RESULTATER FOR DANSK STALKING CENTER**

Dansk Stalking Center har i projektperioden oplevet en stigning i antallet af henvendelser fra både stalkingofre og fagpersoner. Herunder ses en stigning i antal besøgende på hjemmesiden og i antal henvendelser til telefonrådgivningen. Med afsæt i evalueringens øvrige resultater vurderes det, at indsatsen i projektet har spillet positivt ind på den øgede opmærksomhed på Dansk Stalking Centers arbejde og tilbud.



## HVAD ER STALKING?

Stalking er en særlig type af uønsket adfærd og aktiviteter, der er rettet mod en anden person. Stalking kan fx opstå efter et brudt parforhold, på baggrund af følelsen af uretfærdighed eller vrede og forelskelse.

For at der er tale om stalking, skal kontakten være ensidig. Det betyder, at den udsatte ikke responderer eller gengælder kontakten. Samtidig skal der være tale om flere kontaktforsøg og hændelser sådan, at der er tale om et mønster af handlinger.

## DEN NYE STALKINGPARAGRAF - § 242

Den, der på en måde, som er egnet til at krænke en anden persons fred, systematisk og vedvarende kontakter, forfølger eller på anden måde chikanerer den pågældende, straffes for stalking med bøde eller fængsel indtil 3 år.

*Loven trådte i kraft 1. januar 2022.*

# BAGGRUND, FORMÅL OG INDHOLD

## KORT OM PROJEKT: ER DET STALKING?

### BAGGRUND

Op mod 100.000 danskere udsættes årligt for stalking. Derfor vil en betydelig del af Danmarks befolkning på et tidspunkt selv opleve stalking eller have et stalkingoffer i deres netværk. En undersøgelse viser desuden, at gennemsnitligt 21 personer omkring et stalkingoffer bliver påvirket i et stalkingforløb. Herunder familie, børn, venner, kolleger, bekendte, mm.

På denne baggrund er viden om stalking relevant for hele den danske befolkning, således at ofrene selv, deres sociale netværk og fx deres arbejdsrelaterede netværk har relevant og opdateret viden om, hvor og hvornår man kan opsøge den rette hjælp.

Stalkingofre søger ofte hjælp og støtte hos en række forskellige fagpersoner til problemer relateret til stalkingen. Det er derfor afgørende, at fagpersoner besidder kvalificeret viden om stalking og relevante handleanvisninger.

### FORMÅL

Projektets formål er at sikre oplysning og viden om stalking i civilbefolkningen og blandt fagpersoner, der møder stalkingofre i deres arbejde. Målet er, at såvel ofre for stalking som det omkringliggende samfund oplyses om stalking og anerkender det som et alvorligt problem.

Derudover er det målet, at de samme persongrupper får kendskab til relevante handle- og hjælpeforanstaltninger. Gennem oplysning og vidensdeling skal projektet være med til at forebygge og stoppe stalking i Danmark.

### MÅLGRUPPER

Målgrupper for projektet er både civilbefolkning og fagpersoner.

Civilbefolkningen som målgruppe er bred, og projektet henvender sig til både kvinder og mænd i alle aldre, uanset køn, alder og etnicitet. Målgruppen indebærer både personer, der aktuelt er berørt af stalking, personer der potentielt kan blive berørt og personer, der er pårørende.

Målgruppen af fagpersoner dækker over forskellige fagpersoner til problemer relateret til stalkingen. Det kan fx både være socialrådgivere, pædagoger, undervisere, politi, psykologer, læger, sundhedsplejersker og sagsbehandlere i familieretshusene. Målgruppen dækker også over studerende indenfor de berørte fagområder, særligt socialrådgiveruddannelser og politiskoler.

### PROJEKTPERIODE OG FINANSIERING

Projektet er afviklet i perioden 2020-2022 med støtte fra Offerfonden.

## OVERBLIK OVER PROJEKTETS AKTIVITETER OG MÅL

Figuren visualiserer aktiviteter og mål i *Er Det Stalking?* Gennem oplysning om stalking til civilbefolkning og fagpersoner er projektets formål at om at øge viden om stalking, så flere kan genkende stalking, række ud og/eller gribe ind, når stalking forekommer.

### KAMPAGNEELEMENTER

Outdoorkampagne

Kampagnofilm

Aktiverende SoMe-kampagne

### FORANKRING AF VIDEN TIL FAGPERSONER

Online faglige webinarer

Oplæg for studerende på relevante uddannelser

Ny underside på hjemmeside for fagpersoner

Fagkonference og podcast

Redigeret håndbog for fagpersoner

Målet med projektet er at bidrage til at forebygge og stoppe stalking.



## KORT OM EVALUERINGEN

# EVALUERINGENS FORMÅL, METODER OG DATAGRUNDLAG

## EVALUERINGENS FORMÅL OG INDHOLD

Projektet er gennem hele projektperioden blevet fulgt af ekstern evaluuator, SocialRespons. Nærværende evalueringsrapport er blevet udarbejdet ved projektets afslutning.

Evalueringen undersøger effekt og virkning af oplysnings- og forebyggelsesprojektet. Til evalueringen er benyttet et mixed methods design, hvor kvalitative og kvantitative metoder er kombineret.

Da der ikke er opsat specifikke succeskriterier for projektet, har fokus for evalueringen i stedet været på:

- 1) Konkrete resultater og outputs af indsatsen i *Er Det Stalking?*
- 2) Civilbefolknings og fagpersoners vurdering af specifikke elementer i kampagne- og oplysningsindsatsen
- 3) Indikationer af kampagne- og oplysningsindsatsens effekt.

## ANVENDTE METODER I EVALUERINGEN



### INTERVIEWS

I alt 11 interviews er gennemført med personer, der har været i berøring med kampagne- og oplysningsindsats.



### SPØRGESKEMADATA

Spørgeskemadata er indsamlet ifm. baseline for outdoorkampagne, aktiverende SoMe-kampagne og fagkonference.



### PROJEKTETS EGNE MATERIALER

Projektets egne materialer dækker bl.a. over logbog udfyldt kvartalsvis af projektleder igennem hele projektet samt registrering af aktiviteter og deltagelse, posts og postperformance på SoMe, besøgende på hjemmeside, mm.

**OPLYSNINGSKAMPAGNE RETTET  
MOD CIVILBEFOLKNINGEN**

# OUTDOORKAMPAGNE

## OM OUTDOORKAMPAGNEN

I projektet er der gennemført to perioder med outdoorkampagner i byerne København, Århus og Odense, der tilsammen tæller mere end 1,1 mio. mennesker. Erfaringer fra tidligere projekter har vist, at der opnås størst kendskabsmæssig effekt ved at rette outdoorkampagner mod de større byer, som rummer mange indbyggere, og hvor mange bosiddende i forstæderne tager til i forbindelse med arbejde, studier, shopping og andre typer af ærinder.

Hver periode af outdoorkampagnen har været af 3-4 ugers varighed og har taget form af reklamer på busser og adshells, der er de store skilte, som er placeret ved busstoppesteder.

## FØRMÅLING AF BEFOLKNINGSKENDSKAB

Forud for outdoorkampagnen gennemførte analysevirksomheden Megafon en måling, der havde til formål at afdække befolkningens kendskab til stalking. Ønsket var at denne skulle følges op med en eftermåling, hvilket dog ikke var muligt, da projektet ikke opnåede fuld støtte.

I alt 1008 personer deltog i undersøgelsen, der spurgte ind til, hvordan respondenterne med

deres egne ord ville beskrive stalking, om de kendte til organisationer, der arbejder med stalking, og om de tror, at man kan regne med hjælp fra politiet, hvis man udsættes for stalking.

## BEFOLKNINGENS VIDEN OM STALKING

I alt 474 respondenter, svarende til knap halvdelen (47 pct.), kom med kvalificerede bud på, hvad stalking er. Respondenterne besvarede spørgsmålet som fritekst og lagde i deres besvarelser vægt på:

- \* **Handlingen:** at stalking indebærer handlinger som forfølgelse, overvågning, chikane og trusler
- \* **Karakteren:** at stalking kan finde sted både i den fysiske og virtuelle verden
- \* **Systematikken:** at stalking er noget, der foregår systematisk og vedvarende gennem længere tid
- \* **Oplevelsen:** at stalking er grænseoverskridende, ubehageligt og uønsket for den, der oplever det
- \* **Følgervirkninger:** at stalkingen er invaliderende og begrænsende for offerets frihed, og at offeret føler sig utryk, bange eller angst

\* **Udøveren:** at udøveren er en person, der kan være både kendt og ukendt for offeret, og har en besættelse eller en overdreven og sygelig interesse i offeret.

### KENDSKAB TIL ORGANISATIONER

Mens mange respondenter havde en idé om, hvad stalking er, og kom med kvalificerede bud på, hvad stalking indebærer, så det noget anderledes ud, hvad angik befolkningens kendskab til, hvilke organisationer der kan hjælpe personer, der er udsatte for stalking.

I alt 67 respondenter, svarende til 7 pct., kom med et bud på organisationer, der kan hjælpe stalkingofre. Svarene dækkede over:

- \* Politi (34 personer)
- \* Krisecentre (14 personer)
- \* Dansk Stalking Center (12 personer)
- \* NGO'er som fx Mødrehjælpen, Røde Kors, Bryd Tavsheden og Dialog mod Vold (7 personer)

Herudover nævnte enkelte respondenter fagforening, forsikring, psykolog og en national rådgivningslinje. Enkelte respondenter nævnte endvidere, at de ved, at der findes en organisation,

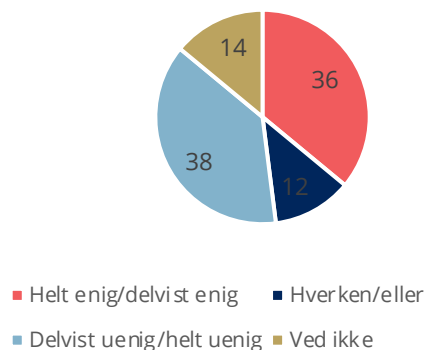
der beskæftiger sig med stalking, men at de ikke kunne huske navnet.

Baselinemålingen understregede således et stort behov for at øge befolkningens viden om, hvor man kan få hjælp til stalking og herunder at øge kendskabet Dansk Stalking Centers tilbud om hjælp.

### TILLID TIL POLITIET VED STALKING

Som et sidste spørgsmål i befolkningsmålingen forud for kampagnen, blev respondenterne bedt om at afgive deres opfattelse af, hvorvidt man kan regne med hjælp fra politiet, hvis man bliver udsat for stalking.

**Figur 1. Er det din opfattelse, at man kan regne med hjælp fra politiet, hvis man bliver udsat for stalking? Pct.**



Af figur 1 (s.13) ses det, at respondenterne fordeler sig nogenlunde ligeligt mellem personer, der tror, at de vil kunne regne med politiets hjælp i stalkingsager (36 pct.) og personer, der ikke tror, at de vil kunne regne med dette (38 pct.). Hertil er der en mindre del, der besvarer spørgsmålet neutralt (12 pct.) eller angiver, at de ikke ved, hvad de skal tro (14 pct.).

Køn og alder spiller ikke umiddelbart nogen rolle for respondenternes vurderinger. Respondenter i Region Midtjylland og Nordjylland er mere tilbøjelige end andre til at mene, at ofre for stalking vil kunne regne med politiets hjælp. Herudover ses en tendens til, at respondenter med en kort uddannelse som længste uddannelse (folkeskole, erhvervsuddannelse og kort videregående uddannelse) er mere tilbøjelige til at mene, at ofre kan få hjælp af politiet ved stalking, end respondenter med længere uddannelser (gymnasial og lang videregående uddannelse).

Overordnet set, viser befolkningsundersøgelsen på dette område, at der ligger en vigtig opgave i at formidle om politiets muligheder for at kunne hjælpe, da dette har betydning for stalkingofres såvel som pårørendes muligheder for at kunne handle i stalkingsager.

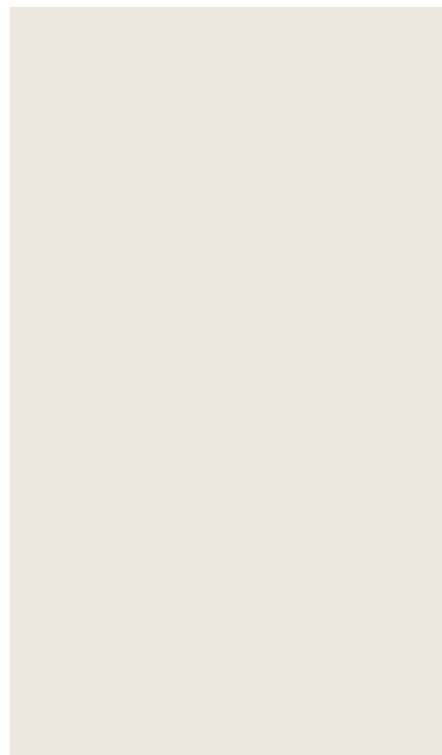
## **EFFEKT AF OUTDOORKAMPAGNE**

I en spørgeskemaundersøgelse, der afdækker kendskabet til kampagneelementerne i det samlede projekt, giver 40 pct. udtryk for at have set Dansk Stalking Centers udendørskampagne.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at langt størstedelen af disse respondenter har bemærket kampagnen i form af adshels på busstoppesteder (71 pct.), mens godt en tredjedel har set kampagnen på busser (35 pct.). Stort set alle, der har set kampagnen oplever den som seriøs, relevant og oplysende (94 pct.) og vurderer samtidig, at kampagnen giver indtryk af stalking som et alvorligt problem (88 pct.).

Knap 9 ud af 10 forstår et af kampagnens primære budskaber som, at man kan få hjælp hos Dansk Stalking Center, hvis man er udsat for stalking (88 pct.), og 86 pct. vurderer, at de ville nævne noget fra kampagnen, hvis en ven, bekendt eller anden person var udsat for noget, de ville karakterisere som stalking.

En tredjedel vurderer, at de på baggrund af kampagnen vil søge mere information om stalking (36 pct.), og en mindre andel planlægger at opsøge – eller har allerede opsøgt Dansk Stalking Center på baggrund af kampagnen (8 pct.).



# KAMPAGNEFILM

## OM KAMPAGNEFILMEN

I januar 2020 udkom kampagnefilmen: 'Er det stalking?'. Kampagnefilmen er en film af godt 7 minutters varighed. Den omhandler en date mellem en mand og en kvinde, der udvikler sig til stalking efter en afvisning fra kvinden. Af filmen fremgår det bl.a. hvordan stalkingen påvirker kvinden og griber ind i hendes private relationer og arbejdsliv. Samtidig viser filmen, hvordan kvindens omgivelser har svært ved at forstå, hvad der foregår.

Kampagnefilmen blev lanceret bredt på Dansk Stalking Centers egne kanaler i form af hjemmeside, Facebook, Instagram, LinkedIn og nyhedsbrev til fagpersoner. Efterfølgende blev der skabt opmærksomhed omkring kampagnefilmen, gennem bl.a. kortere versioneringer af filmen på sociale medier, for at få folk til at gå ind og se den. Ligeledes blev klip fra kampagnefilmen gendelt i forbindelse med fx det fokus, der har været på digital chikane i medierne.

Som led i promoveringen af kampagnefilmen er der på sociale medier blevet benyttet gamification elementer i form af quizzes og konkurrencer, der refererer til filmens tema og indhold.

## KAMPAGNEFILMENS RÆKKEVIDDE

Siden lanceringen af kampagnefilmen blev den delt i alt 20 gange på tværs af sociale medier.

- \* Filmen er nået ud til i alt 97.007 personer på Facebook og 2497 personer på Instagram
- \* 8834 personer har set filmen på Facebook
- \* 922 har klikket sig videre ind på hjemmesiden efter at have set filmen

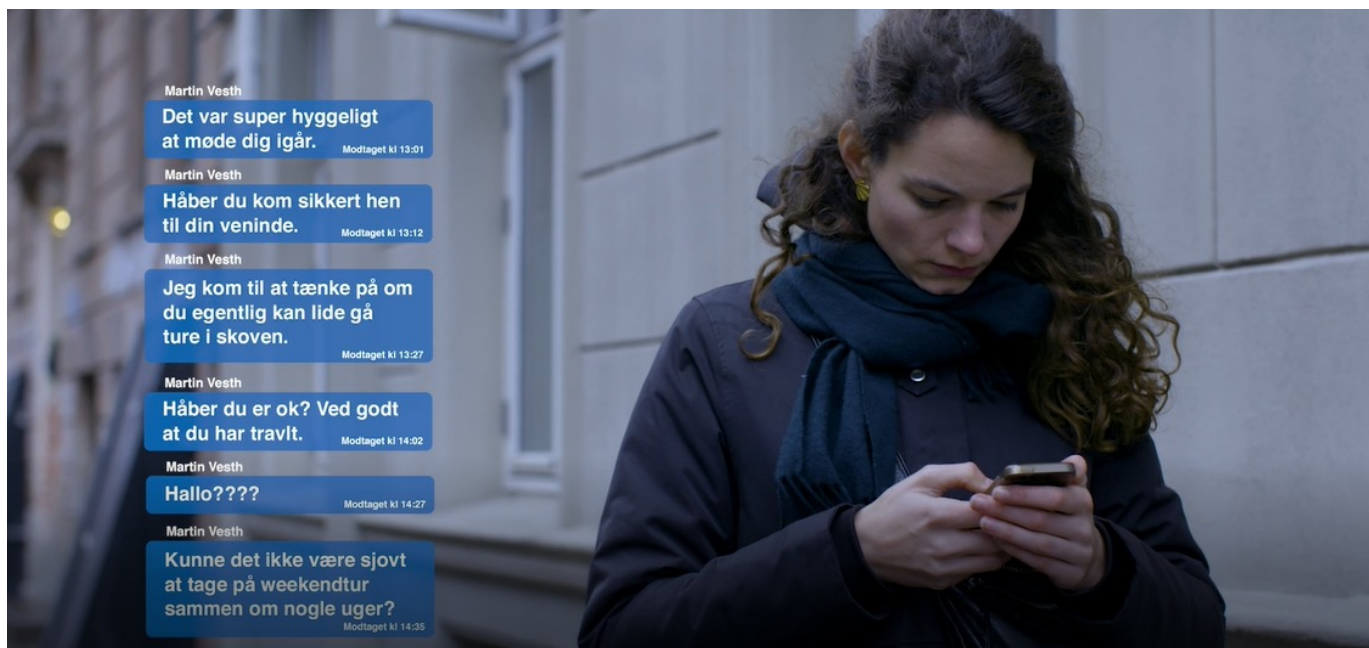
Kampagnefilmen nåede således ud til mange og blev set af mange mennesker, lige så vel som en betragtelig andel af dem, der har set filmen, efterfølgende har opsøgt yderligere viden om stalking og Dansk Stalking Centers arbejde.



## POSITIV VURDERING AF KAMPAGNEFILMEN

I interviews vurderes kampagnefilmen overordnet set meget positivt. Flere af informanterne kendte til Dansk Stalking Center i forvejen og oplevede dermed ikke viden som ny. Derimod opleves kampagnefilmen som meget relevant i forhold til at udbrede viden om stalking til befolkningen, at gøre det muligt for civilbefolkning og fagpersoner at genkende stalking samt at gøre det klart, at stalking kan ske for alle.

*"Jeg synes, det vigtigste ved kampagnefilmen er, at den kommer bredt ud, og at folk får viden om stalking: Hvad er stalking overhovedet? Der er bestemt mange, der bliver stalket, men bare tror at det er dårlig opførsel. Man skal forstå hvad stalking egentlig er og at det er noget som er absolut ubehageligt. Man skal forstå at man er udsat. At man er et offer. Jeg synes, at filmen formidlede det på en god måde"*



## AKTIVERENDE KAMPAGNE PÅ SOCIALE MEDIER

Med afsæt i Dansk Stalking Centers tidligere erfaringer fra kampagneprojekter, der viser at interaktive kampagner har en særligt stor rækkevidde, er der i projektet blevet udviklet forskellige aktiverende kampagneelementer.

Det særlige ved de aktiverende kampagneelementer, der har hvert deres fokus på at formidle kampagnebudskaberne gennem gamification, er, at de fanger modtagerens opmærksomhed og samtidig kræver, at modtageren forholder sig aktivt til indholdet. Når modtageren skal forholde sig aktivt til indholdet, øges dennes engagement i emnet, både i øjeblikket og over tid, og viden og tilknytning styrkes.

De aktiverende kampagneelementer har i projektperioden kørt på tværs af Dansk Stalking Centers sociale medier og indbefatter bl.a.:

- \* Konkurrencer (fx Har du spottet plakaten?)
- \* Tests (fx Hvem stopper stalking?)
- \* Quizzes (fx Kan du genkende stalking?)

Gennem deltagelse i de aktiverende kampagneelementer formidles viden om stalking, hjælpemuligheder, muligheder for at beskytte sig selv med mere.

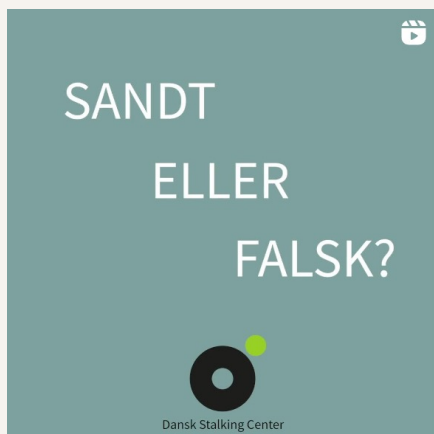
### OMFANG AF AKTIVERENDE KAMPAGNE

- \* I alt 21 opslag med aktiverende kampagneelementer er blevet delt i perioden
- \* Opslagene har tilsammen opnået 229 likes og er blevet delt 30 gange på Facebook.

### POSITIV VURDERING AF AKTIVERENDE KAMPAGNE

Den aktiverende kampagne vurderes grundlæggende positivt af modtagerne, og vurderes at kunne være særligt hjælpsom for personer, der endnu ikke er klar over, at de er udsat for stalking eller som måske befinder sig midt i en erkendelsesfase i forhold til, at det er stalking, de er udsat for.

*"Jeg gik ind og lavede sådan en test af min viden om stalking. Den prøvede jeg at tage. Og det var faktisk det første jeg gjorde, for jeg tænkte: Hvor meget ved jeg egentlig? Altså bare som alment menneske. Og der var det, at det kom bag på mig, at der faktisk ikke skulle mere til, før man definerede det som stalking. Allerede dér fik jeg en viden, som var ny for mig. Jeg er ellers normalt ikke sådan en, der tester mig selv på internettet"*



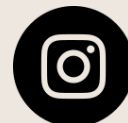
## LØBENDE AKTIVITET PÅ SOCIALE MEDIER

I hele projektperioden er der blevet udviklet og delt oplysningselementer på sociale medier.

Ligesom kampagnefilmen og de aktiverende kampagneelementer er blevet formidlet, har der været opslag af faktuel oplysningsmæssig karakter, så som faktabokse, formidling om Dansk Stalking Centers arbejde, mm. Formålet har været at nå ud til de dele af civilbefolkningen og fagpersoner, som er aktive brugere af de sociale medier.

### AKTIVITET PÅ FACEBOOK OG INSTAGRAM

- \* 157 opslag på Facebook
- \* 107 opslag på Instagram
- \* 6485 likes i alt
- \* 872 delinger i alt
- \* 402 kommentarer i alt



### Temaer fordelt på antal opslag.



## KAMPAGNEELEMENTERNES SAMLEDE VIRKNINGER

### VIRKNINGER AF KAMPAGNEELEMENTER

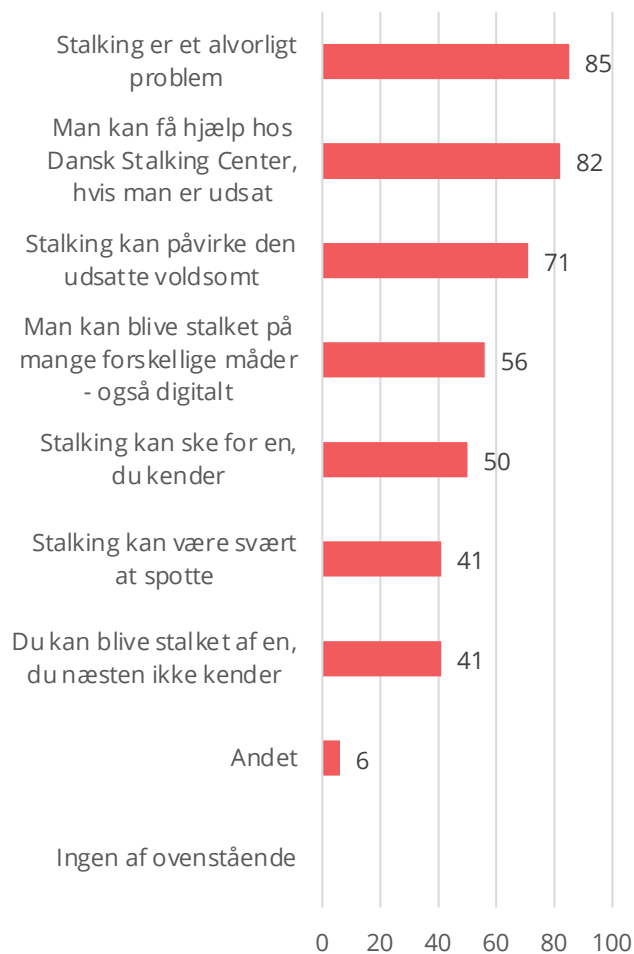
Med afsæt i Megafons baseline undersøgelse vurderes det, at en stor del af befolkningen mangler viden om stalking, og at relativt få har kendskab til hjælpemuligheder samt tillid til, at politiet vil kunne hjælpe stalkingofre.

Ovenstående taler ind i et behov for at befolkningen opnår viden om stalking og ved, hvor man kan opsøge hjælp, såfremt de selv eller deres pårørende er udsatte. Dette understøttes af spørgeskemaundersøgelsen, hvor i alt 91 pct. har vurderet kampagnen som relevant.

### KAMPAGNENS PRIMÆRE BUDSKABER

Af figuren til højre ses det, hvordan kampagnens primære budskaber bliver opfattet. Her fremgår det tydeligt, at modtagerne via kampagnen forstår stalking som et alvorligt problem (85 pct.), og at man kan få hjælp via Dansk Stalking Center, hvis man er udsat for stalking (82 pct.). For en stor andel af modtagerne opfattes det også som et primært budskab ved kampagnen, at stalking kan påvirke den udsatte voldsomt (71 pct.). Alt i alt viser figuren, at kampagnens primære budskaber blev modtaget, om end nogle budskaber trådte tydeligere frem end andre.

**Figur 2. Hvad forstod du som kampagnens primære budskaber?**  
Pct.



## MODTAGERNES UDDYBNING AF VIRKNINGER

### VIDEN OM STALKING

*”Jeg synes, at filmen giver et godt indblik i, hvad stalking kan være, og man kan jo ikke vise alt”*

Nogle informanter har viden om stalking i forvejen, men de vurderer det alligevel som positivt, at kampagnen er med til at udbrede viden om stalking til befolkningen, så flere bliver bekendte med stalking som fænomen.

Informanterne oplever både, at kampagnen bidrager med viden om, hvordan stalking kan se ud, og at alle potentielt kan blive ofre for stalking.

### INDBLIK I STALKINGENS KONSEKVENSER

*”Alt det stalkingen sætter gang. Den frygt og hvor meget det fylder i ens liv. Folk, som ikke ved noget om det, får en anden måde at se det på”*

Informanterne vurderer, at kampagnen er med til at give folk, der ikke ved noget om stalking, et godt indblik i, hvordan stalking kan påvirke offeret. De oplever, at kampagnen lykkes godt med at skildre, hvor indgribende stalking kan være for offeret, og vurderer bl.a. at filmen rammer en stemning, så man forstår alvoren. Af samme grund er filmen også det kampagneelement, flest angiver at have bemærket.

### GENKENDELSE AF STALKING

*”Man sidder faktisk og får lidt gåsehud og tænker: Wow – det er lige nøjagtig det der”*

Informanterne vurderer, at kampagnen gør stalking genkendeligt – både for offeret selv og for de personer, som er omkring offeret. Af interview fremgår det dels, at stalkingofre føler sig genkendt, ligesom der et eksempel på en kvinde, som først rigtig forstod, at hun var udsat for stalking, da en perifer relation delte kampagnefilmen på Facebook. For hende blev filmen den udløsende faktor for, at hun efterfølgende tog kontakt til Dansk Stalking Center.

### STALKINGOFRE ER IKKE ALENE

*”Filmen kan give andre ofre en følelse af, at de ikke er alene. Fordi stalking er jo sindssygt mange ting, men følelsen indeni er den samme”*

Uanset at stalking kan antage mange forskellige former, så oplever stalkingofre en voldsom påvirkning af den stalking, de udsættes for. Informanterne vurderer, at særligt kampagnefilmen på en realistisk måde formår at skildre nogle af de følelser, stalkingofferet kan have, og herigennem også kan give stalkingofre en oplevelse af, at de ikke er alene.

## AKTIVERING AF KAMPAGNENS MODTAGERE

### MODTAGERNE AKTIVERES FORSKELLIGT

Der er varierende aktivitet i forhold til likes, delinger og kommentering af projektets aktiverede kampagneelementer.

Af interview fremgår det imidlertid også, at modtagere af kampagnen kan aktiveres forskelligt og have forskellige strategier for at tilkendegive holdninger og videredele afhængigt af deres forudgående erfaring med stalking.

Groft skitseret ses mønstre af, at modtagere, som ikke selv har erfaring med stalking, er tilbøjelige til både at teste sig selv og dele opslag, da de ikke har nogen følelser på spil, men vurderer at der er tale om en vigtig sag.

***”Der er alle de her små film og kampagner, som jeg deler. Jeg har set alle de her små film, og så var der opslag og historier. Jeg har også fulgt med, når de har fortalt om stalking i fjernsynet”***

Modtagere, der er i tvivl om de er udsat for stalking, eller måske befinder sig i en erkendelsesfase, er tilbøjelige til at læse opslag og teste sig selv i de aktiverende opslag, men er tilbageholdende med at tilkendegive deres holdning samt at dele, da de ikke er klar til, at alle personer i deres netværk skal lægge mærke til det.

Blandt modtagere der er udsatte, og måske endda har været det gennem længere tid, ses to forskellige strategier. For nogle er det blevet en slags hjertesag at udbrede kendskabet til stalking, at understøtte Dansk Stalking Centers arbejde og lægge pres på lovgivningen, hvorfor de altid deler opslag og artikler om emnet vidt og bredt.

***”Når jeg deler noget fra kampagnen, så håber jeg jo både, at flere bliver opmærksomme på det, og at jeg måske rammer ind i nogen, som jeg ikke ved har det samme problem som mig. Jeg håber selvfølgelig også, at når der så er nogle af mine venner der ’liker’, at det kommer længere ud”***

For andre er det magtpåliggende at holde sig under radaren, hvilket både kan skyldes, at de finder det skamfuldt at være et stalkingoffer, og at de forsøger at beskytte sig selv, fordi den der udøver stalkingen fortsat befinder sig i periferien af deres netværk. Af samme grund følger de aktivt med i viden på området, men forholder sig passivt og undlader dermed at like, dele og kommentere på stalkingrelaterede opslag.

***”Jeg deler nogle gange på sociale medier, men ikke så meget, som jeg havde lyst til. Det er jo fordi, at min stalker er derude stadigvæk. Så bliver det sådan lidt ’argh’, men så sender jeg det nogle gange i en privat besked til mine nærmeste”***

## INPUT TIL KAMPAGNEN

Den positive modtagelse af kampagnen suppleres af nogle modtagere med en emner, som vurderes vigtige for Dansk Stalking Center at gøre befolkningen opmærksomme på i fremtidige kampagner og/eller formidlingen om emnet i det hele taget. Disse emner opsummeres kort her:

- \* For nogle har det været overraskende at få viden om, hvor mange der er berørt af stalking. De mener derfor, at der med fordel kan formidles mere om **omfang**, da dette vil være med til at skærpe folks opmærksomhed på, at der kan være nogle i deres omgangskreds, som er berørte af fænomenet.

*"Det jeg mest husker er, at jeg blev overrasket over, at der overhovedet var sådan noget, og at der var så stort et behov"*

- \* Enkelte modtagere berører **køn** og understreger vigtigheden af at få formidlet om, at stalking også kan ramme mænd. Dette blandt andet på baggrund af en antagelse om, at stalking muligvis kan være endnu skamfuldt og tabulagt for mænd end for kvinder.

*"Jeg tror måske, at det ville kunne trække en helt masse mænd med ind i gamet, som går med oplevelser af at være blevet stalket"*

- \* Modtagere, som selv er stalkingofre, vurderer, at der med fordel kan formidles mere om, hvor voldsomt stalking kan opleves, og at stalking kan have **invaliderende konsekvenser** for den udsatte.

*"Hvilken angst det medfører. Hvilken mistro man opbygger til andre. At man får dårlige nerver bare andres telefoner bipper"*

- \* Nogle vurderer det som vigtigt at lægge mere vægt på viden om, hvordan **omgivelserne kan hjælpe**, når de bliver opmærksomme på, at en de kender bliver udsat for stalking.

*"Som filmen viser, kommer andre hurtigt til at bagatellisere stalking, så der kunne godt være mere fokus på, hvordan pårørende kan hjælpe"*

- \* Et sidste tema, modtagerne af kampagnen fremhæver, er vigtigheden af også at få formidlet bredt ud til befolkningen, at der også er mulighed for **hjælp til udøvere**.

*"Det her med, at det er muligt at få hjælp - både for den, der er udsat, men også for udøveren af stalkingen. For det tror jeg heller ikke, at der er så mange som ved"*



# OPLYSNING TIL FAGPERSONER

## ONLINE WEBINARER FOR FAGFOLK

Som et led i *Er det Stalking?* projektet har Dansk Stalking Center afholdt en række online webinarer for fagpersoner med forskellige temaer, som bl.a. grundlæggende viden om stalking, lovgivning på stalkingområdet og den nye stalkingbestemmelse i straffeloven.

I projektet er i alt **8 online webinarer** for fagfolk blevet gennemført. Der har gennemgående været stor tilslutning til de enkelte webinarer. Kun et webinar er blevet aflyst på grund af manglende tilmeldinger, mens der på et andet webinar var 100+ deltagere og mange forskellige faggrupper var repræsenteret. Herunder politi, krisecentre, sagsbehandlere, advokater, mm.

Deltagere på webinarer har haft stort udbytte af deltagelsen. Mange varetager jobs, hvor de af og til kommer i berøring med stalkingudsatte. Derfor kender mange også til fænomenet stalking, men oplever at mangle viden om bl.a. lovgivning og hvordan de støtter stalkingofrene bedst.

*"Jeg fik rigtig meget ny viden ved det her online foredrag, og det var rart at få noget viden, så jeg kan guide kvinderne. Jeg har også brugt det efterfølgende, hvor jeg har hjulpet dem med at kontakte Dansk Stalking Center, så de kunne få noget vejledning. Jeg har også delt det med mine kollegaer efterfølgende og fortalt, hvor meget jeg har fået ud af det. Nu kan jeg se, at de laver det her oplæg igen, og det har jeg lige delt med mine kollegaer i går. Jeg har sendt det rundt og sagt: Prøv nu lige at se, om I ikke kan få det til at passe ind, for jeg synes virkelig, at man fik meget ud af at lytte til det"*

**ONLINE FOREDRAG:**  
**Ny stalkingbestemmelse:  
Bliv klogere på den nye lovgivning**

Dansk Stalking Center

Dianna Bomholt  
Souschef i DSC

Sascha Tolstrup Jensen  
Juridisk konsulent

Torsdag d. 5/5 - kl. 13-13.45

Dansk Stalking Centers

**Online foredrag  
om stalking  
for fagpersoner**

9. April  
Kl. 12-13

**Online foredrag  
I FEBRUAR**

4. februar - kl. 11-12  
**FOR FAGPERSONER:  
HVAD ER STALKING?**

22. februar - kl. 14-14.45  
**NY STALKINGBESTEMMELSE:  
BLIV KLOGERE PÅ DEN  
NYE LOVGIVNING**

Dansk Stalking Center

## OPLÆG FOR STUDERENDE OG NY HJEMMESIDE FOR FAGPERSONER

### OPLÆG FOR STUDERENDE

Som et led i formidlingen af viden og redskaber til fagfolk, der møder stalkingofre, samt at styrke deres kompetencer i forhold til hurtig identifikation og håndtering af stalkingsager, er der i projektet blevet afholdt oplæg for studerende på udvalgte uddannelser.

Grundet COVID-19 har det i flere perioder af projektet været udfordrende at afholde oplæg, men i projektets sidste del er dette blevet opvejet, sådan at projektets ønske om undervisningsaktiviteter blev indfriet.

Der er afholdt i alt **4 oplæg for studerende** i følgende sammenhænge:

- \* Foreningen af Yngre Kriminologer
- \* Pædagogik studerende på KUA
- \* Politistuderende ved Københavns Politi
- \* Socialrådgiverstuderende ved Københavns Professionshøjskole

Omkring 80 studerende har deltaget i oplæggene, som har omhandlet generel viden om stalking, og hvordan man som fagperson bedst kan håndtere stalking.

### NY UNDERSIDE PÅ HJEMMESIDE FOR FAGPERSONER

I projektperioden har Dansk Stalking Center lanceret generel ny hjemmeside, og herunder er der blevet udviklet en ny underside på hjemmesiden for fagpersoner.

I udviklingen af undersiden på hjemmesiden for fagpersoner er der lagt vægt på at formidle viden om stalking samt at give fagpersoner konkrete redskaber, de kan bruge i arbejdet med de stalkingofre, de møder gennem deres arbejde. Det gælder bl.a. en samtykkeerklæring, som gør det muligt at etablere kontakt mellem den udsatte og Dansk Stalking Center, og et logskema som den udsatte og fagpersonen kan bruge til bedre at danne overblik over situationen.

På undersiden for fagpersoner findes nu også den redigerede håndbog (se mere s. 30) samt informationer om kurser, seminarer og foredrag.

Den nye hjemmeside blev lanceret i februar 2021 og er siden blevet promoveret gennem Facebook, Instagram og LinkedIn. Efter lanceringen af den nye hjemmeside har i alt **1758 personer** besøgt undersiden for fagpersoner.

## FAGKONFERENCE OM STALKING

Gennem det meste af projektet er der blevet arbejdet målrettet med planlægning og promovering af en større konference for fagpersoner, som blev afholdt i Nyborg i september 2021.

### DELTAGELSE OG INDHOLD

På konferencen deltog **120 fagpersoner** fra særligt politiet, andre rådgivningstilbud, krisecentre, kommunerepræsentanter m.fl.

Programmet gik over to dage og omhandlede:

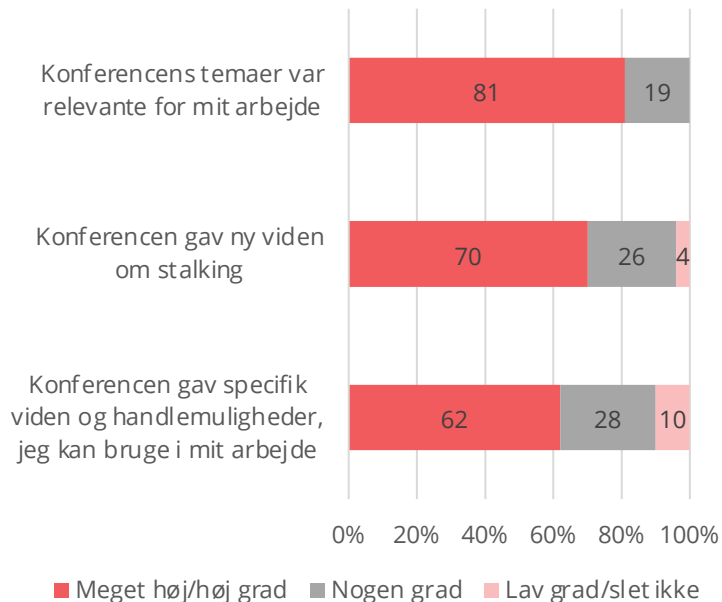
- \* Viden om stalking
- \* Traumereaktioner
- \* Behandling af udøvere
- \* Tværsektorielle samarbejds erfaringer
- \* Internationale erfaringer i arbejdet med stalking, herunder bl.a. et forskningsperspektiv rettet mod børn samt digital stalking.

Herudover indeholdte konferencen 7 workshops med fokus på praksisnært arbejde med stalking.

### VURDERING AF FAGKONFERENCE

Deltagerne vurderede fagkonferencen meget positivt, og oplevede i høj grad, at konferencens temaer var relevante for deres arbejde (81 pct.) samt at konferencen gav dem ny viden om stalking (70 pct.). Hertil vurderede mange, at konferencen gav dem specifik viden og handlemuligheder, som de kunne bruge i deres arbejde (61 pct.).

**Figur 3. Deltagernes vurdering af fagkonferencen. Pct.**



## VIRKNINGER AF KONFERENCEN

Fagkonferencen medførte en række positive virkninger, som at flere politikredse efter konferencen har efterspurgt formelt samarbejde omkring henvisning af stalkingofre og stalkingudøvere til behandling i Dansk Stalking Center. Derudover har flere organisationer efterspurgt opfølgende oplæg for en bredere medarbejdergruppe og konkret opsøgt sparring i forbindelse med håndtering af stalkingsager.

## PODCAST OM FREMTIDENS STALKING

Som en del af opsamlingen på konferencen blev der produceret en podcast, der samler op og sætter fokus på fremtidens stalking indsats.

Podcasten 'Fremtidens stalkingindsats' tager afsæt i konferencens paneldebat, hvor relevante aktører diskuterede perspektiver på særlige udfordringer og mulige løsninger forbundet med fremtidens stalkingindsats. Podcasten berører således temaer som fx samarbejde på tværs af sektorer og politikredse, supplerende tiltag til lovgivningen og fortsat fokus på at forebygge, prioritere og sikre hurtig indsats.

Podcasten ligger på hjemmesidens underside for fagpersoner og er blevet promoveret via sociale medier og nyhedsbrev. Den har indtil videre **114 lytninger**.



## REDIGERING AF HÅNDBOG TIL FAGPERSONER



# NÅR DER ER TALE OM STALKING

EN HÅNDBOG TIL FAGPERSONER

2. udgave

I projektet er der gennemført en redigering af den tidligere udviklede håndbog til fagpersoner: *Når der er tale om stalking*. Målet med at redigere håndbogen har dels været at opdatere den viden, bogen bygger på og særligt gøre den tidssvarende/aktuel ift. lovgivningen, som trådte i kraft 01.01.22.

Grundlæggende er bogen gennemskrevet med det formål fortsat at kommunikere til fagpersoner, der møder stalking i forbindelse med deres arbejde. Målet er at den bidrager til stalking spottes og håndteres kvalificeret.

Konkret er der sprogligt ændret formuleringer omkring udøveren, sådan at der ikke længere bruges benævnelsen "stalker" men i stedet udøver. Dette ud fra et ønske om at understøtte pointen om at anerkende stalking som en adfærd og ikke reducere forståelsen til personen.

Herudover har fokus været at gøre den rådgivningsmæssige del så generel så mulig, sådan at den ikke afhænger af fx den strukturelle opbygning af familieretshuset, politiets arbejdsgange mm. Derfor er konkrete afsnit om særlige myndigheder taget ud og i stedet omskrevet som faglige opmærksomhedspunkter.

For at tage læseren mere i hånden er der desuden oprettet et opslag indeks.

# RESULTATER FOR DANSK STALKING CENTER

## RESULTATER FOR DANSK STALKING CENTER

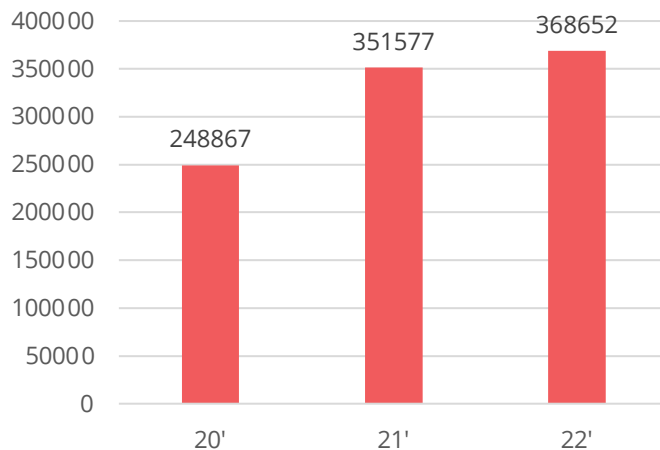
Generelt oplever Dansk Stalking Center en stigning i antallet af henvendelser fra både ofre for stalking og fagpersoner, hvilket indikerer, at projektet har været medvirkende til at øge kendskab og viden om stalking blandt både ofre og fagpersoner.

Den øgede opmærksomhed på Dansk Stalking Centers arbejde og tilbud til stalkingofre, pårørende og fagpersoner afspejles blandt andet i antallet af besøgende på den nye hjemmeside, som fra første år efter lanceringen i 2020 til projektets afslutning i 2022 er steget med 48 pct.

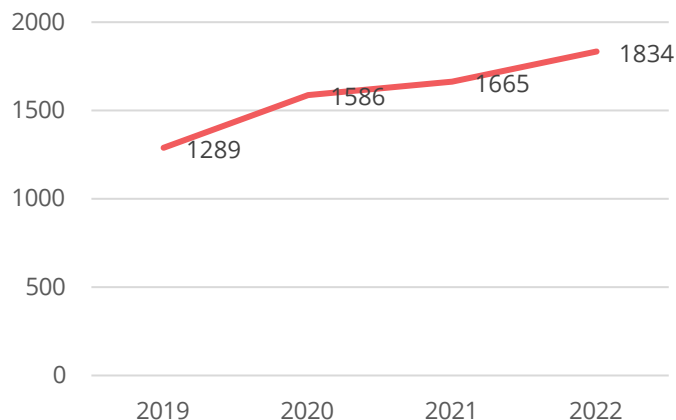
Ligeledes ses en bemærkelsesværdig stigning i antallet af henvendelser til Dansk Stalking Centers telefonrådgivning, som i 2019 havde 1289 henvendelser, mens den i 2022 havde 1834 henvendelser. Her er tale om en stigning på 42 pct.

Det vurderes på denne baggrund, at kampagneelementerne i oplysnings- og forebyggelsesprojektet med stor sandsynlighed har spillet positivt ind på den øgede opmærksomhed på Dansk Stalking Centers arbejde og tilbud.

**Figur 4. Antal besøgende på ny hjemmeside.**



**Figur 5. Antal rådgivninger i telefonrådgivning per år (2019-2022)**





## INFORMATION OM PUBLIKATIONEN

Udarbejdet i 2023 af SocialRespons for Dansk Stalking Center



 SocialRespons

SocialRespons er en analysevirksomhed, som leverer undersøgelser, projektudvikling, evaluering og rådgivning indenfor det sociale område. SocialRespons er specialiseret i inddragelse af målgrupper og medarbejdere samt anvendte evalueringer. Publikationen kan frit citeres med angivelse af kilden. Ved gengivelse af publikationen modtages produktet gerne af SocialRespons.

[www.socialrespons.dk](http://www.socialrespons.dk)

**Projekt *Er det stalking?* er støttet af:**

| OFFERFONDEN |