



YouGov[®]
What the world thinks



Dinamo- Alt vi kan mot brann

Innholdsfortegnelse

- Metodebeskrivelse
- Materialets sammensetning
- Bakgrunnsvariabler
- Feilmarginstabell
- Grafisk fremstilling av data

Metodebeskrivelse

Bakgrunn og formål

"Alt vi kan mot brann" er en felles nasjonal satsing på brannforebyggende arbeid frem mot 2020.

Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap sitter i førersetet, men flere organisasjoner innenfor brannforebyggende arbeid står bak.

Målet med satsingen er å gi viktig kunnskap som reduserer risikoen for brann. Gjennom felles innsats nasjonalt og lokalt skal det jobbes målrettet mot ulike risikogrupper for å gi informasjon og kunnskap.

En av de største risikogrupperne for å bli utsatt for brann er eldre.

Derfor lanseres "Alt vi kan mot brann" på FNs eldredag 1. oktober. Med en kampanje om komfyrvakt mot komfyrbrenn som er årsaken til at flest eldre omkommer i brann.

I forbindelse med dette ønsket Dinamo og gjennomføre en oppmerksomhet- og effekttest på aktivitetene.

Intervjuperiode og datainnsamlingsmetode

Undersøkelsen er gjennomført i perioden 02.10.2014 til 07.10.2014 på Internett med utgangspunkt i YouGov-panelet i Norge.

Målgruppe

Undersøkelsen er gjennomført blant voksne i alderen 18+ år.

Det er sendt invitasjoner på e-post til personer i YouGov-panelet som oppfyller disse kravene. Data er innsamlet slik at de utgjør et representativt utvalg av den norske befolkningen.

Vekting av data

Dataene vektet på kjønn, alder og geografi på bakgrunn av et ideal fra Statistisk Sentralbyrå, slik at resultatene er representative for befolkningen i forhold til ovennevnte målgruppe.

Offentliggjøring av resultater

Ved enhver offentliggjøring av undersøkelsesresultater skal YouGov tydelig angis som kilde.

I forkant av offentliggjøring av undersøkelsesresultater skal YouGov motta pressemeldingen eller annen bruk av resultatene til godkjenning.

Formålet med dette er kun å sikre at vi analyseteknisk kan stå inne for bruken av resultatene.

Ved pressemeldinger skal dette skje i henhold til reglene fra ESOMAR, og derfor må følgende tekst være inkludert:

Undersøkelsen er gjennomført av analyseinstituttet YouGov.

Vi viser for øvrig til våre generelle salgsvilkår.

Materialets sammensetning

	Antall uvektet	Andel (%) uvektet	Antall vektet	Andel (%) vektet
Total	1006	1006	1006	1006
Kjønn				
• Kvinne	497	49,40 %	494	49,07 %
• Mann	509	50,60 %	512	50,93 %
Alder				
• 18-34 år	298	29,62 %	320	31,76 %
• 35-49 år	318	31,61 %	304	30,25 %
• 50-66 år	298	29,62 %	292	29,01 %
• 67+ år	92	9,15 %	90	8,97 %
Geografi				
• Oslo/Akershus	240	23,86 %	242	24,07 %
• Rest Østland	198	19,68 %	186	18,44 %
• Sørlandet	137	13,62 %	138	13,74 %
• Vestlandet	253	25,15 %	259	25,70 %
• Trøndelag/Nord-Norge	178	17,69 %	182	18,04 %

Statistisk usikkerhet ved forskjellige utvalgsstørrelser

Tabellen nedenfor viser beregninger for hvilke feilmarginer (statistiske usikkerheter) det er ved forskjellige utvalgsstørrelser, når totalpopulasjonen er kjent. Det vil si at tabellen brukes til å finne ut hvor sikre man kan være på et gitt resultat. Det er brukt et konfidensintervall på 95 % (svarene er 95 % sikre).

Utvalgsstørrelse (antall svar) Prosent	100	200	300	400	500	600	700	1000	1400	1800	2200
5 eller 95%	4.3	3.0	2.5	2.1	1.9	1.7	1.6	1.4	1.1	1.0	0.9
10 eller 90%	5.9	4.2	3.4	2.9	2.6	2.4	2.2	1.9	1.6	1.4	1.3
15 eller 85%	7.0	4.9	4.0	3.5	3.1	2.9	2.7	2.2	1.9	1.6	1.5
20 eller 80%	7.8	5.5	4.5	3.9	3.5	3.2	3.0	2.5	2.1	1.8	1.7
25 eller 75%	8.5	6.0	4.9	4.2	3.8	3.5	3.2	2.7	2.3	2.0	1.8
30 eller 70%	8.9	6.4	5.2	4.5	4.0	3.7	3.4	2.8	2.4	2.1	1.9
35 eller 65%	9.3	6.6	5.4	4.7	4.2	3.8	3.5	3.0	2.5	2.2	2.0
40 eller 60%	9.6	6.8	5.5	4.8	4.3	3.9	3.6	3.0	2.6	2.3	2.0
45 eller 55%	9.8	6.9	5.6	4.9	4.4	4.0	3.7	3.1	2.6	2.3	2.1
50%	9.8	6.9	5.7	4.9	4.4	4.0	3.7	3.1	2.6	2.3	2.1

Eksempel på lesing av tabellen:

Data i en gitt undersøkelse viser at 75 % av 1 000 spurte innbyggere i en gitt kommune på et tidspunkt har besøkt den gjeldende kommunens hjemmeside. Hvor sikkert svaret er, finner man ut ved først å finne prosentsetningen til venstre i tabellen og velge linjen, dvs. i dette tilfellet raden, hvor 75 % inngår.

Deretter følger man den vannrette linjen ut fra 75 %, og finner så

utvalgsstørrelsen på 1 000 svar. Tallet, som i denne kolonnen er 2,7, betyr at feilmarginen/avviket for prosentsetningen 75 %, er pluss/minus 2,7. Det betyr at den reelle andelen av de 1 000 respondentene som har besøkt hjemmesiden, ikke er nøyaktig 75 %, men kan svinge 2,7 % i begge retninger. På den måten er den reelle andelen av de 1 000 innbyggerne som har besøkt hjemmesiden, med 95 % sikkerhet mellom 72,3 % og 77,7 % (dvs. 75 % pluss/minus 2,7 %). Dette er med 95 % sikkerhet fordi konfidensintervallet er 95 %.

Fremstilling og tolkning av data

Grafisk fremstilling av resultater

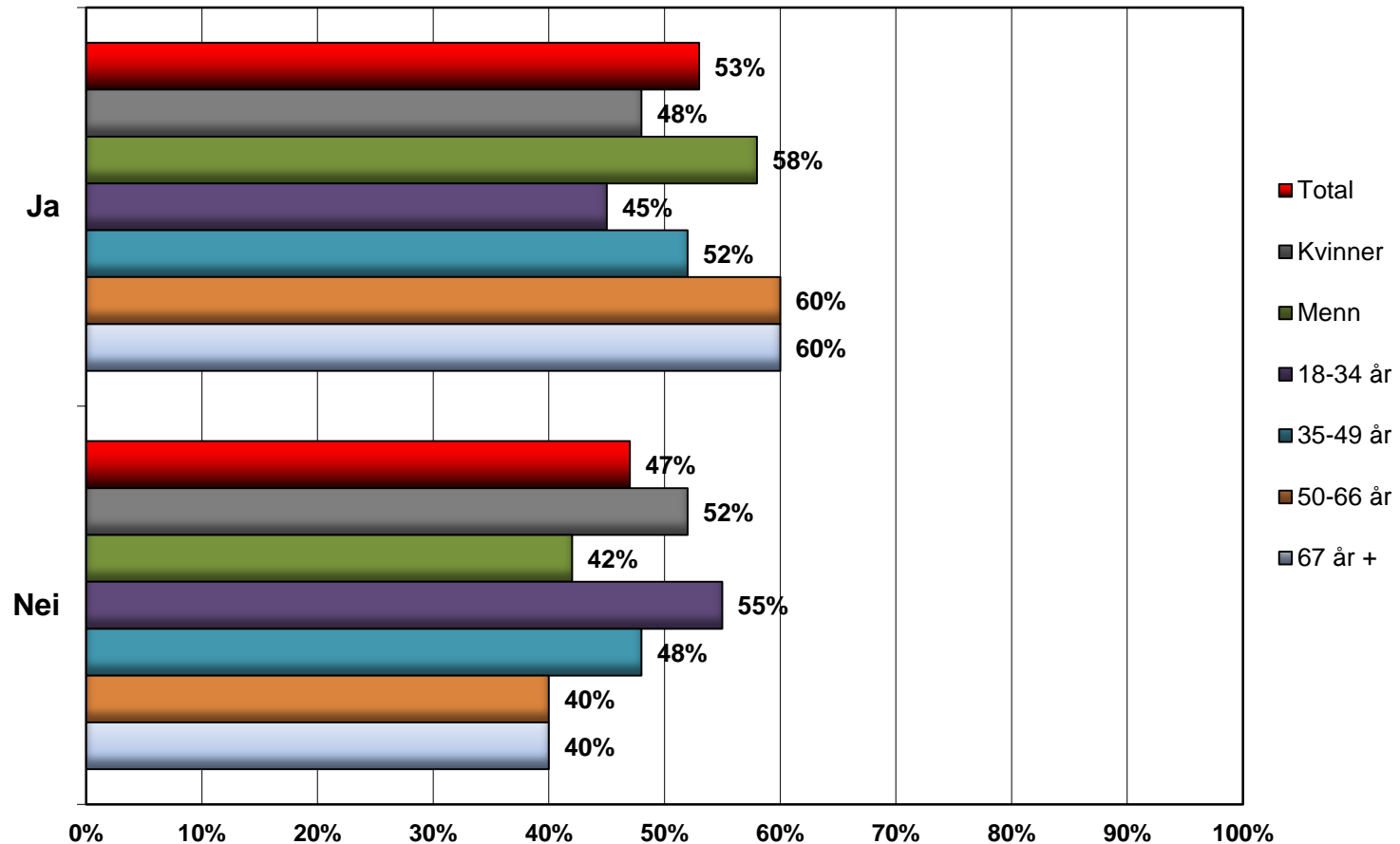
Grafene i rapporten viser hovedresultatet for det gitte spørsmålet og viser på totalnivå hva personene i målgruppen har svart i undersøkelsen, samt resultater på undergrupper på kjønn og alder.

Tabellsettet

Svarene for hvert spørsmål er krysset med alle bakgrunnsvariablene, og i tabellsettet er det derfor mulig å se svarene for hvert spørsmål fordelt på de forskjellige undergruppene.

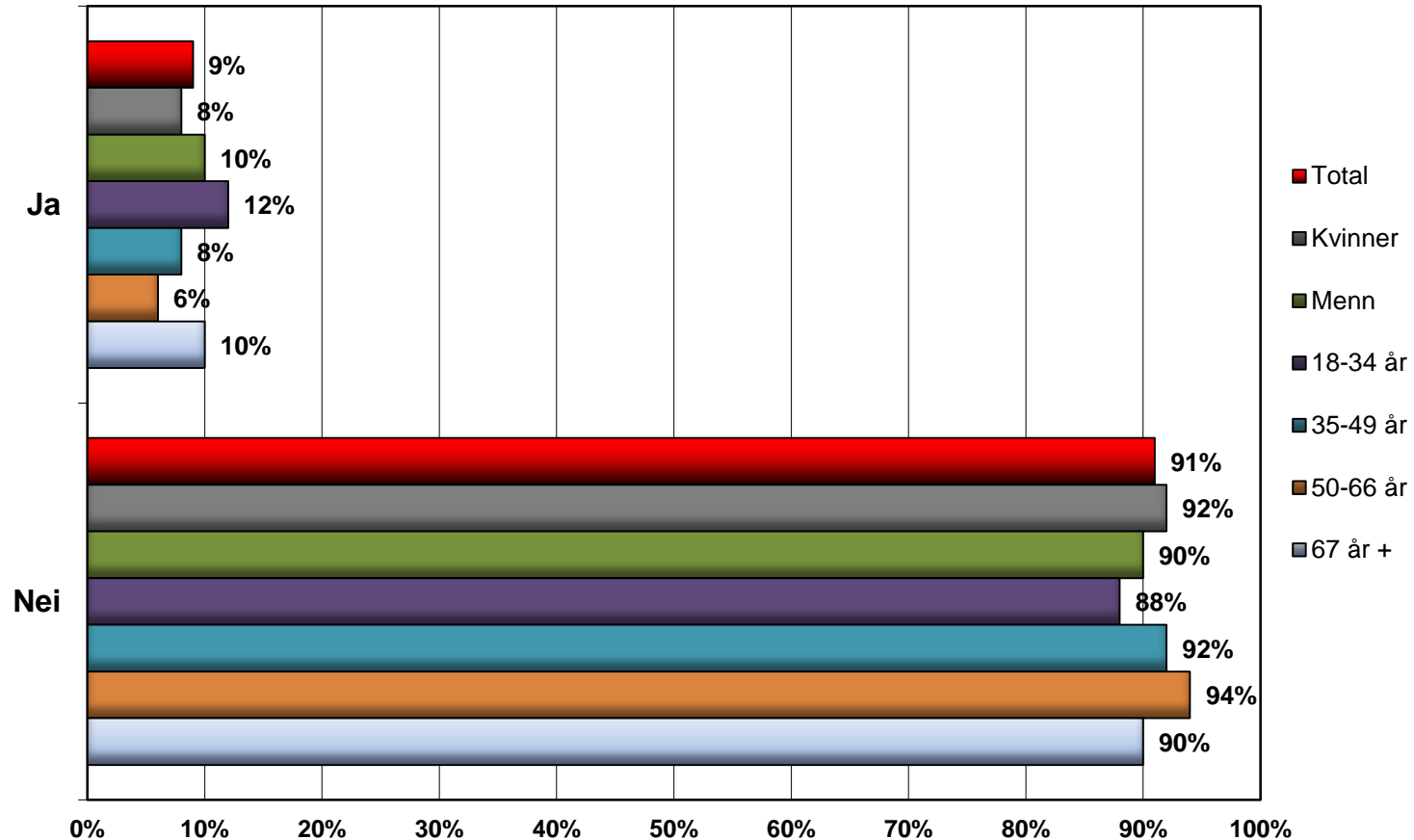
53 % har hørt om komfyrvakt totalt, 60 % i alderen 50 +

Sp.1 Har du hørt om «komfyrvakt»?



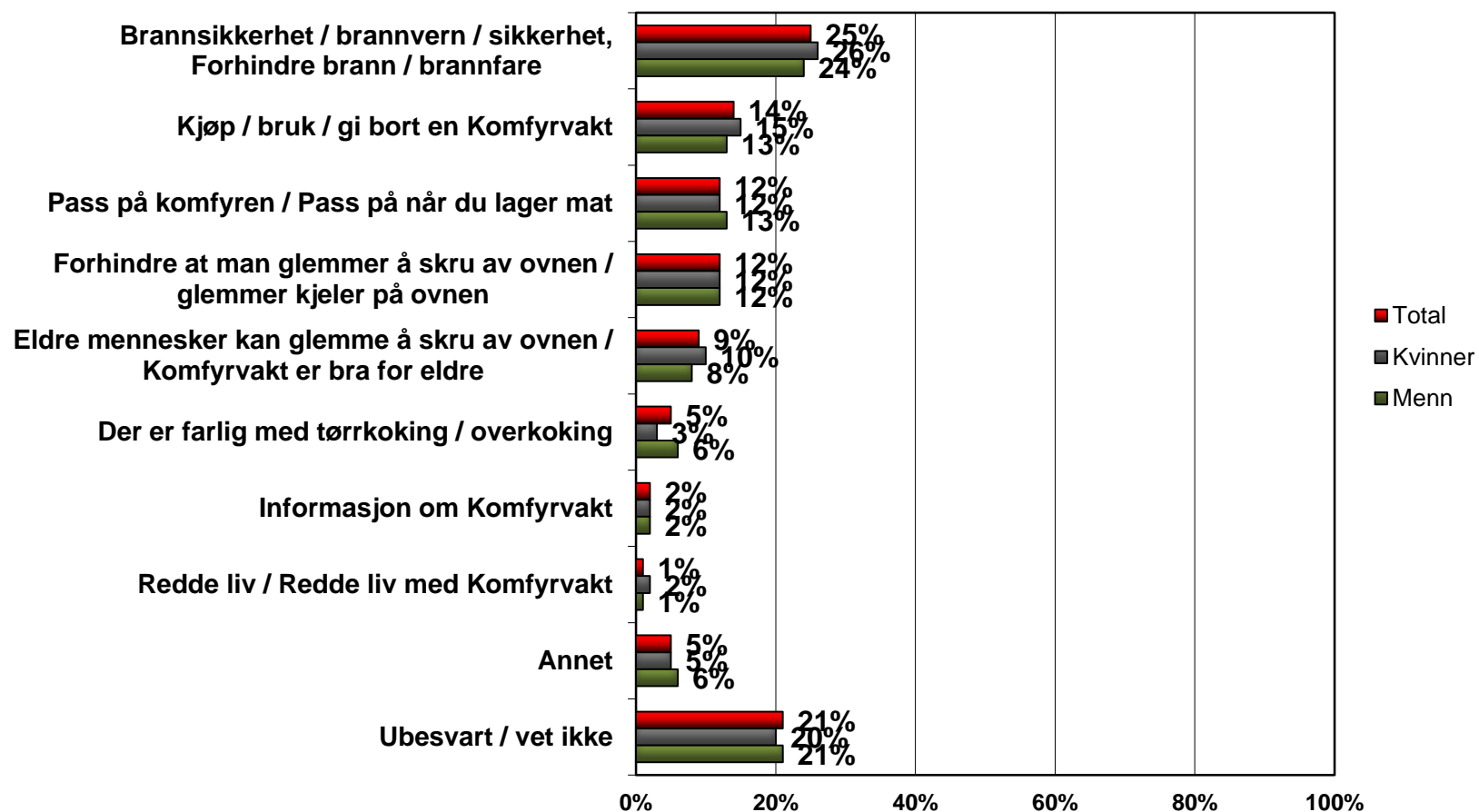
9 % har sett annonsen i avisen

Sp.2 Kan du huske å ha sett denne annonsen i avisen i løpet av den siste tiden?



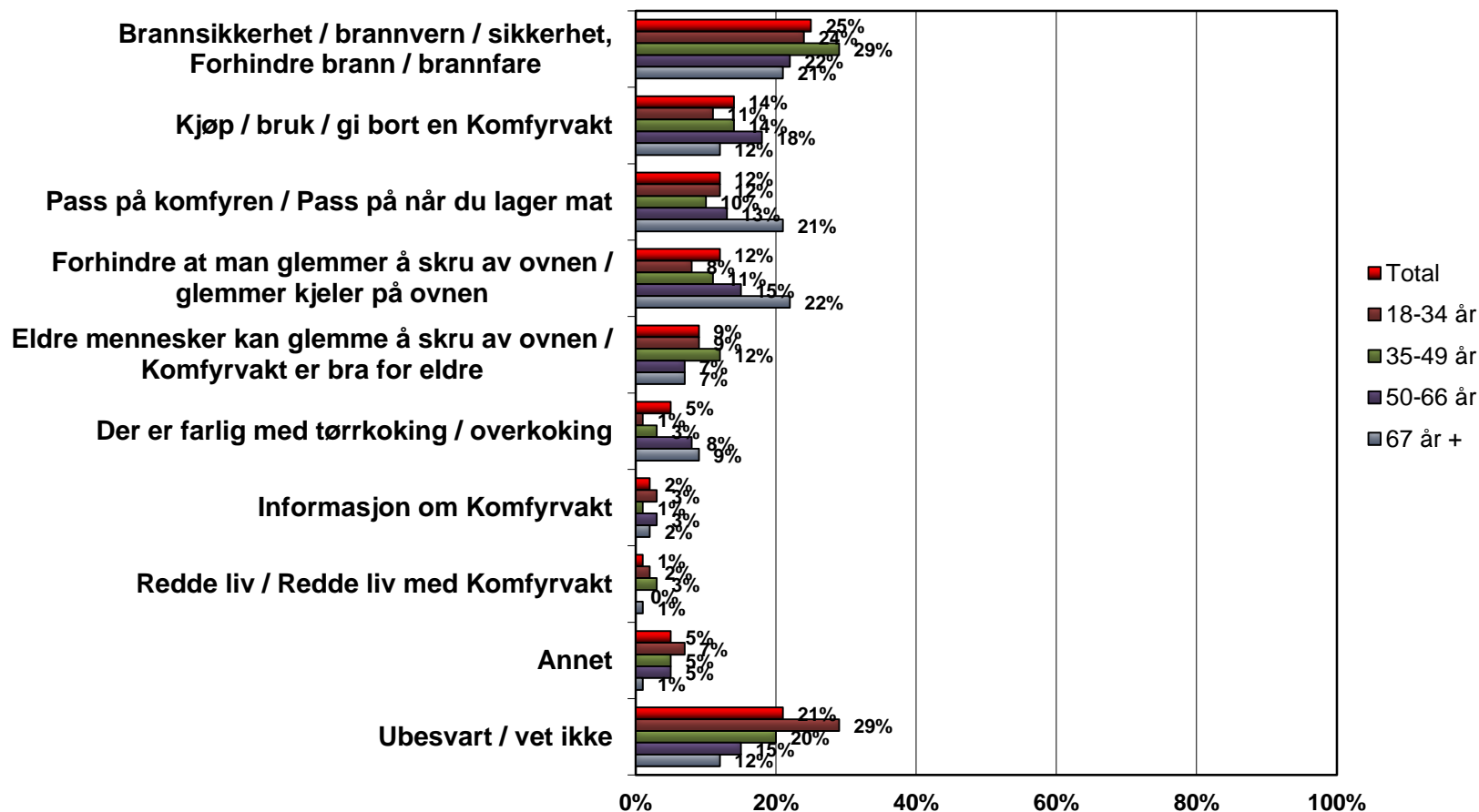
25 % oppfatter brannsikkerhet / brannvern som budskapet i annonsen

Sp.3 Hva tror du budskapet i denne annonsen er?



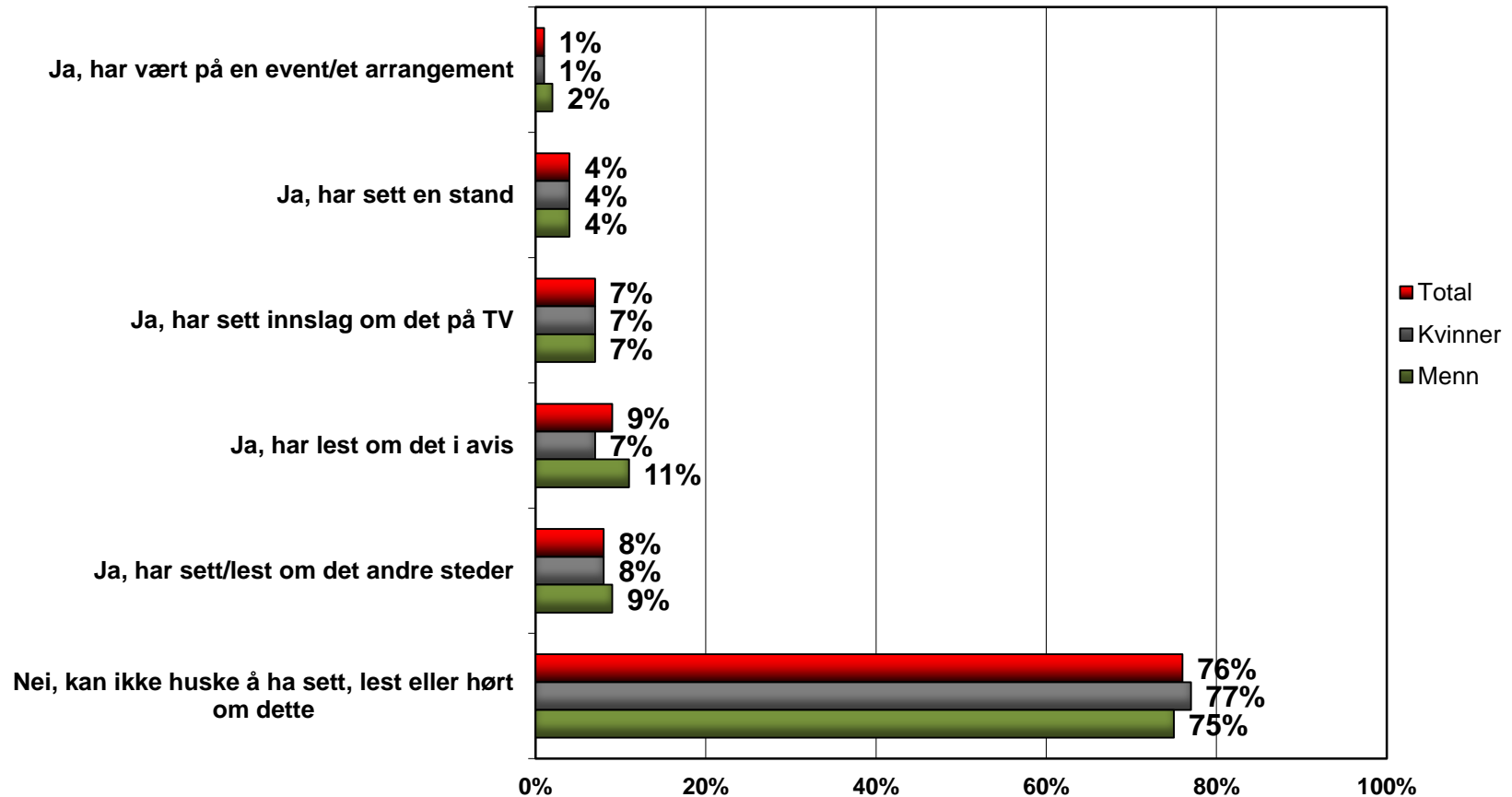
22 % i alderen 67 + oppfatter å forhindre at man glemmer å skru av ovnen / glemmer kjeler på ovnen som budskapet

Sp.3 Hva tror du budskapet i denne annonsen er?



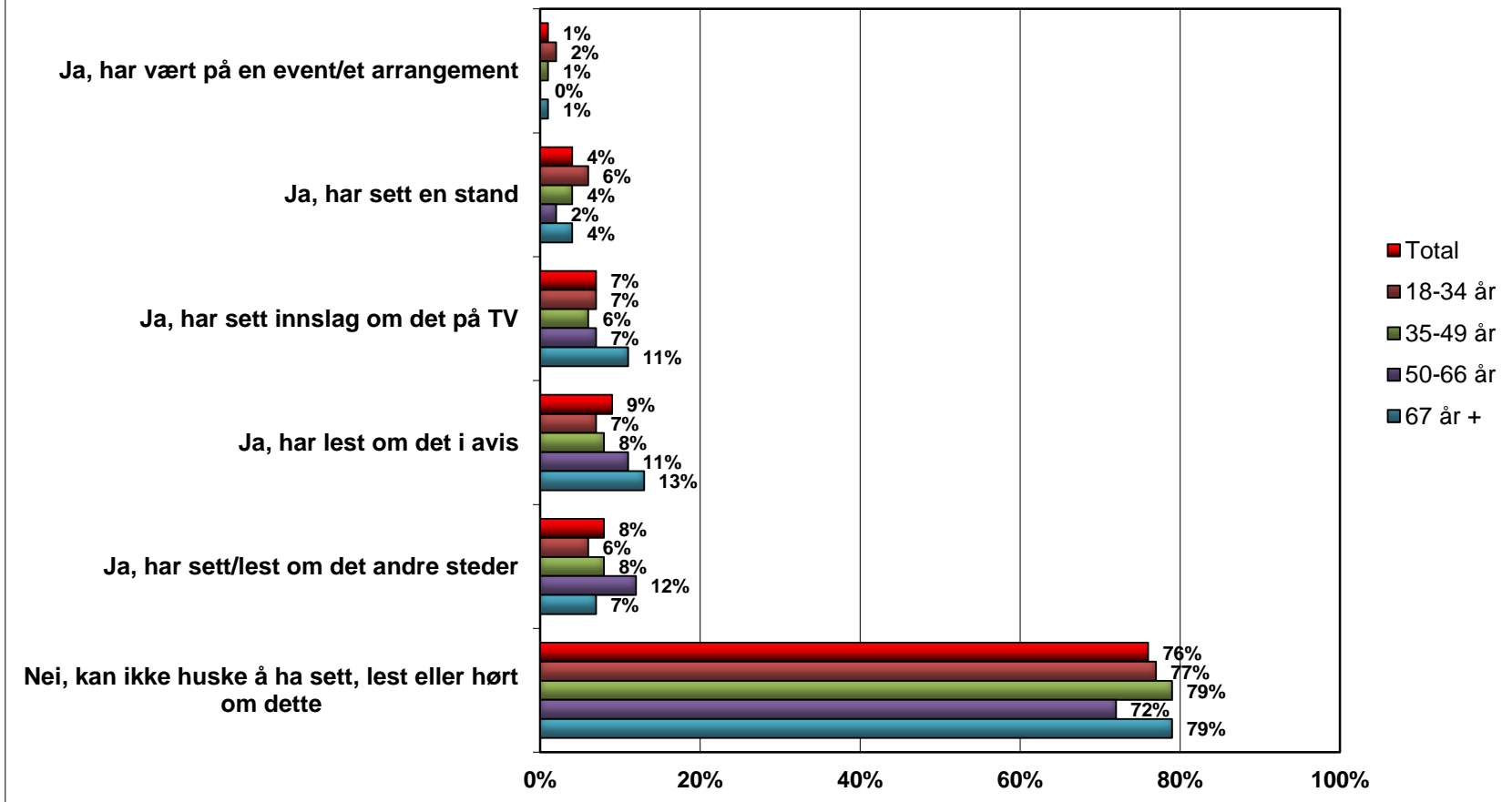
24 % har sett, lest eller hørt om «Alt vi kan mot brann»

Sp.4 (...) I denne forbindelse ble det gjennomført en rekke eventer og arrangementer rundt om i landet, med fokus på komfyrrbrann og eldre som målgruppe. Kan du huske å ha sett eller hørt noe om disse?



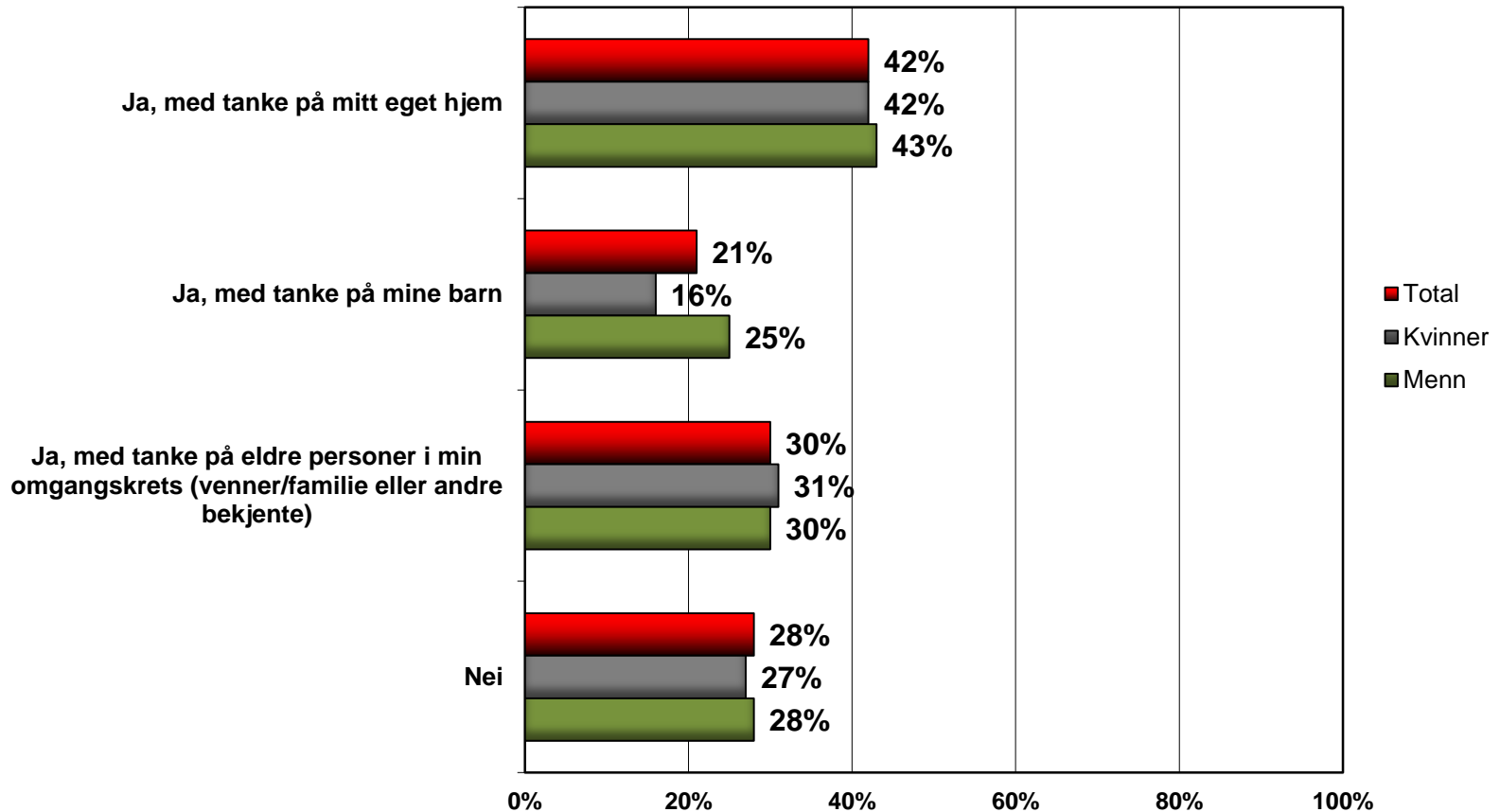
21 % i aldersgruppen 67 + har sett, lest eller hørt om «Alt vi kan mot brann»

Sp.4 (...) I denne forbindelse ble det gjennomført en rekke eventer og arrangementer rundt om i landet, med fokus på komfyrrbrann og eldre som målgruppe. Kan du huske å ha sett eller hørt noe om disse?



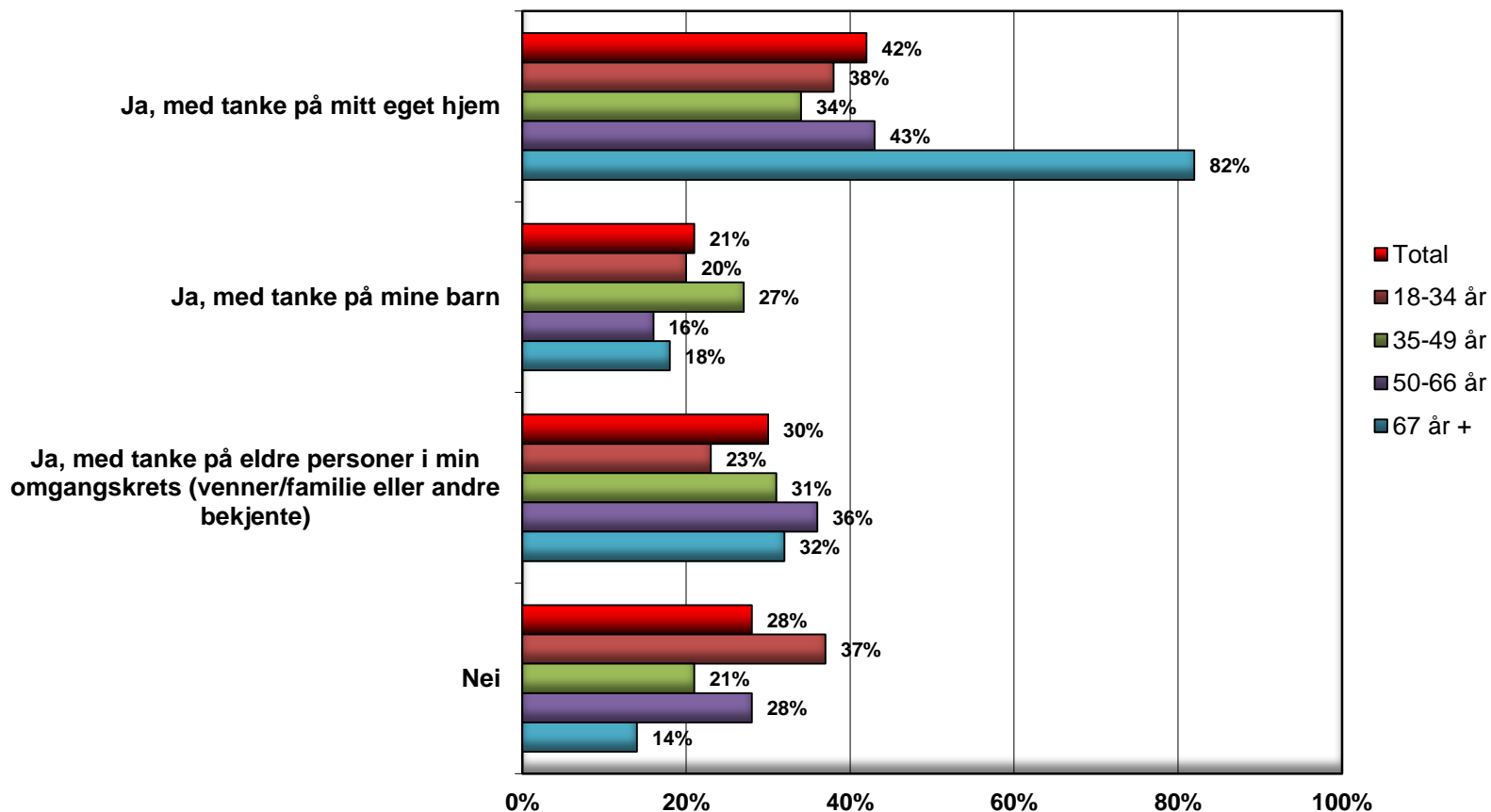
72 % er blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet i hjemmet

Sp.5 Har du på bakgrunn av denne kampanjen blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet i hjemmet?



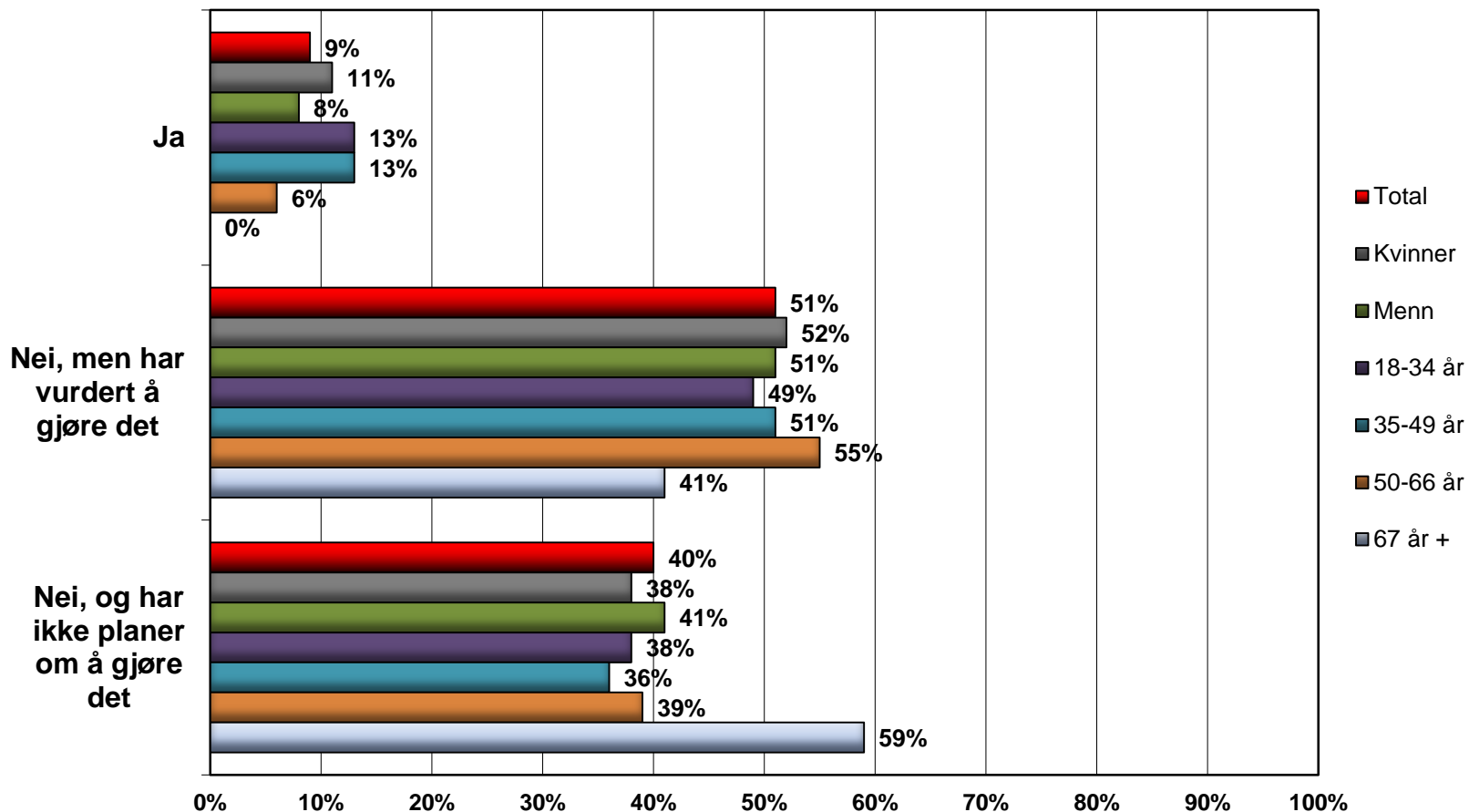
82 % i alderen 67 % er blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet i eget hjem

Sp.5 Har du på bakgrunn av denne kampanjen blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet i hjemmet?



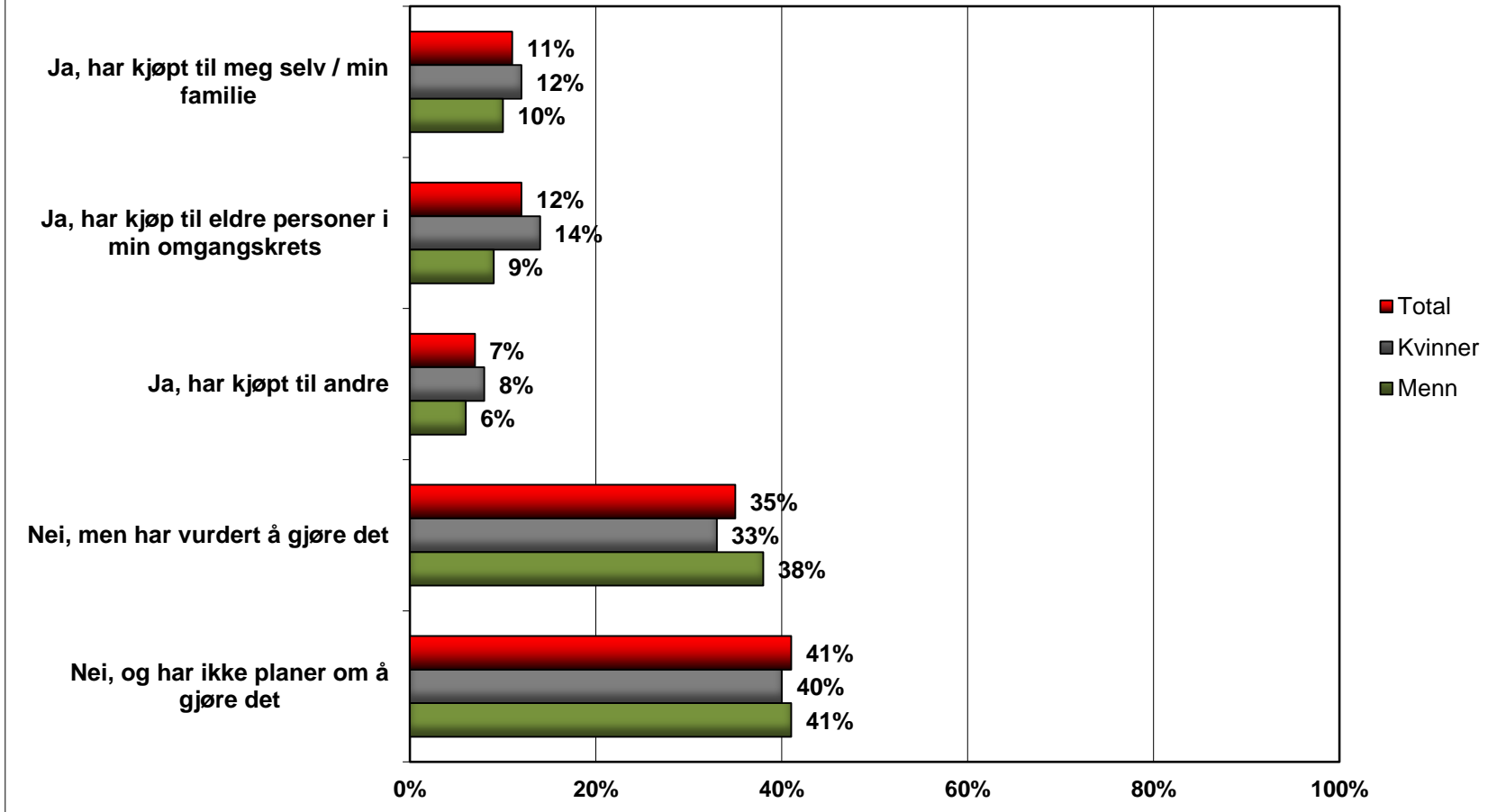
9 % har besøkt sikkerhverdag.no totalt, ingen i alderen 67 + har besøkt nettsiden

Sp.6 Har du besøkt sikkerhverdag.no for å finne ut mer om komfyrvakt?



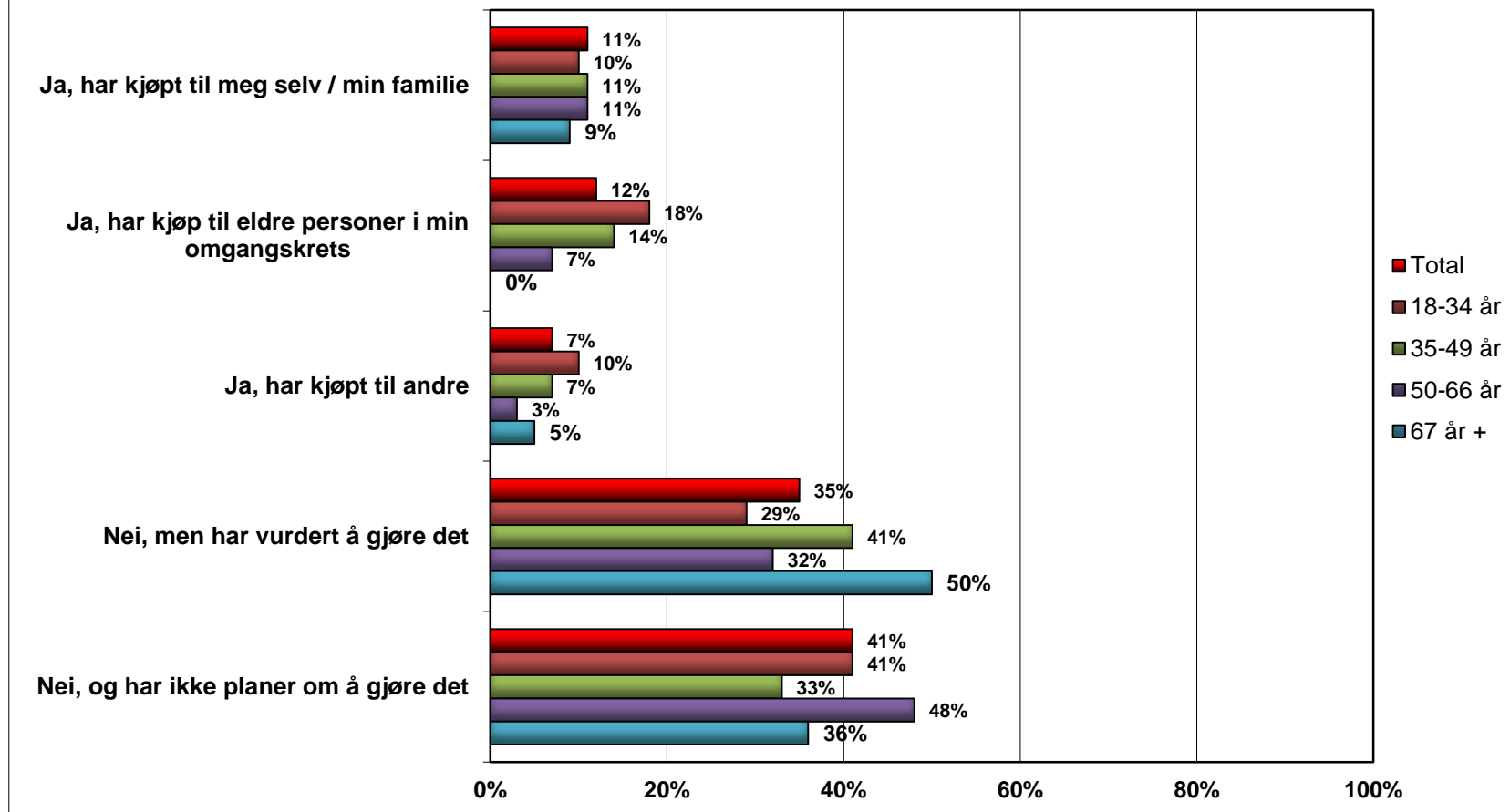
35 % vurderer å kjøpe eller gi bort en komfyrvakt

Sp.7 Har du kjøpt eller gitt bort en komfyrvakt?

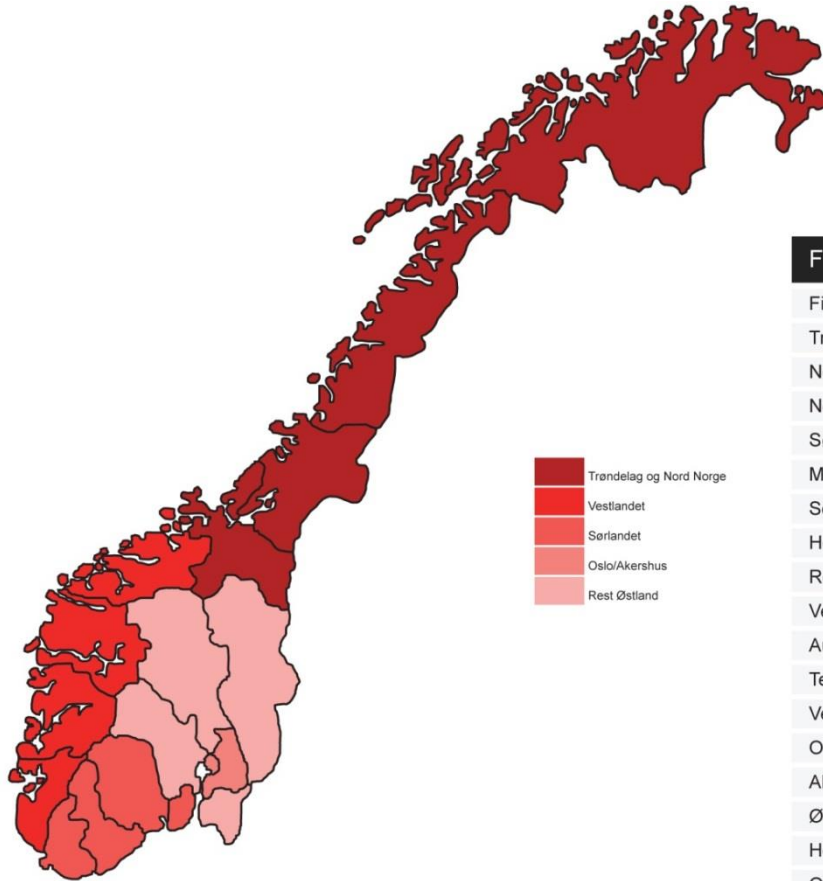


50 % i alderen 67 + vurderer å kjøpe eller gi bort en komfyrvakt

Sp.7 Har du kjøpt eller gitt bort en komfyrvakt?



Regionsinndeling – Norge



FYLKER	REGION
Finnmark	Trøndelag og Nord Norge
Troms	Trøndelag og Nord Norge
Nordland	Trøndelag og Nord Norge
Nord-Trøndelag	Trøndelag og Nord Norge
Sør-Trøndelag	Trøndelag og Nord Norge
Møre og Romsdal	Vestlandet
Sogn og Fjordane	Vestlandet
Hordaland	Vestlandet
Rogaland	Vestlandet
Vest- Agder	Sørlandet
Aust- Agder	Sørlandet
Telemark	Sørlandet
Vestfold	Sørlandet
Oslo	Oslo/Akershus
Akershus	Oslo/Akershus
Østfold	Rest Østland
Hedmark	Rest Østland
Oppland	Rest Østland
Buskerud	Rest Østland

YouGov

YouGov er en profesjonell analyse- og konsulentorganisasjon som har vært en forløper innen bruken av Internett og informasjonsteknologi som medium for datainnsamling for markeds- og interesseanalyser.

Som datterselskap av den børsnoterte analysegruppen YouGov plc. har vi tilgang til over 400 kvalifiserte kolleger og mer enn 2,5 millioner respondenter i store deler av verden

YouGov i punktform:

- Smarte og enkle løsninger for å levere riktig beslutningsgrunnlag til riktig tid med effektive undersøkelsesmetoder som gir hurtige resultater til en god pris.
- YouGov har gjennomført undersøkelser på Internett siden 2000.
- Vi har gjennomført ca. 15 000 undersøkelser på Internett – flere enn noen annen virksomhet i Norden.
- Vi var de første i Norden som lanserte presise politiske målinger på Internett.
- Vi har 90 ansatte på våre kontorer i den nordiske regionen (København, Stockholm, Malmö, Oslo, Helsinki).
- Internasjonal dekning med over 2,5 millioner panelmedlemmer på verdensplan.



YouGov[®]

What the world thinks



We're a global market research company providing insights for brands across the world. Our sector experts help you understand your consumers, your industry and the wider world using custom research and through syndicated products built upon continuous streams of data.

Kontakt YouGov

Trine Sortedal

Senior Research Consultant

YouGov Norway

✉ Trine.sortedal@yougov.com

☎ +47 45 66 26 19

☎ +47 22 42 32 00

YouGov Denmark A/S

Bryggervangen 55, 1
2100 København Ø
Tel: +45 7027 2224
www.yougov.dk

YouGov Denmark A/S

Agtrupvej 51A, 1
6000 Kolding
T: +45 7027 2224
www.yougov.dk

YouGov Sweden AB

Holländargatan 17 B
111 60 Stockholm
Tel: +46 8 41 00 58 10
www.yougov.se

YouGov Sweden AB

Västergatan 1
211 21 Malmö
Tel: +46 40 630 16 20
www.yougov.se

YouGov Norway AS

Møllergata 8
0179 Oslo
Tel: +47 22 42 32 00
www.yougov.no

YouGov Finland Oy

Myllypellontie 3 C 63
00650 Helsinki
Tel: +35 8 40 772 2651
www.yougov.fi

