

INTERN RAPPORT

Komfyrvakt- kampanjen 2019

Resultater og oppsummering etter
komfyrvaktkampanjen 13. februar 2019



Sammendrag	4
1 Befolkningsundersøkelsen	6
1.1 Metode	6
1.2 Oppsummering	6
1.3 Resultater	7
1.3.1 Kjennskap til komfyrvakt	7
1.3.2 Kjennskap til og oppmerksomhet for komfyrvaktkampanjen	8
1.3.3 Kanaler for kjennskap til kampanjen	9
1.3.4 Andel i befolkningen med komfyrvakt innstallert	10
1.3.5 Brannforebyggende utstyr i husstanden	11
1.3.6 Planer om anskaffelse av komfyrvakt	11
1.3.7 Hva respondentene tror forårsaker flest branner	12
1.3.8 Opplevd tørrkoking	13
2 Undersøkelse blant påmeldte	14
2.1 Metode	14
2.2 Sammendrag	14
2.3 Resultater	15
2.3.1 Deltakelse, fylkesvis fordeling og samarbeid	15
2.3.2 Aktiviteter på kampanjedagen	17
2.3.3 Bruk av materiell	19
2.3.4 Tildeling og anskaffelse av komfyrvakt	20
2.3.5 Installasjon av komfyrvakt	23
2.3.6 Nytte av materiell og komfyrvakt	26
2.3.7 Spørsmål og kommentarer fra publikum	28
2.3.8 Oppfølging fra DSB	30
2.3.9 Fornøyd med kampanjen	31
3 Kampanjen på facebook og nettside – sikkerhverdag. no og dsb.no	33
3.1 Metode	33
3.2 Facebook – Sikkerhverdag	33
3.2.1 Oppslag	33
3.2.2 Rekkevidde	34
3.2.3 Målgrupper – hvem nådde vi? Kjønn og alder	34
3.2.4 Kampanjefilmen Visningen	35
3.3 Facebook - DSB	35
3.3.1 Oppslag	35
3.3.2 Rekkevidde	36
3.4 Sikkerhverdag.no (nettsiden)	37
4 Kampanjen i mediene	38
4.1 Metode	38
4.2 Sammendrag	38
4.3 Presseklipp – papir og nett	39
4.3.1 Komfyrvakt i mediene 2015 - 2019	39
4.3.2 Mediedekning 1. kvartal 2019 – årets komfyrvaktkampanje	39
4.3.3 Dekning per fylke	40
4.3.4 Eksempler på medieoppslag	40
4.4 Oppslag i sosiale medier	44
4.4.1 Alle sosiale medier – kampanjeuken	44
4.4.2 Alle sosiale medier – ukene 5 - 11	45

SAMMENDRAG

Om kampanjen

Komfyrvaktkampanjen 2019 ble arrangert i februar, med hovedvekt på uken rundt kampanjedagen som i år var onsdag 13. februar. Som i tidligere år er det gjennomført flere undersøkelser og målinger i etterkant, for å vurdere effekter av kampanjen og eventuelle behov for eventuelle endringer. Flere av de samme spørsmålene er stilt årlig siden nullmålingen i 2014.

Rapporten er basert på følgende målinger og undersøkelser:

- Befolkningsundersøkelsen, utført av Epinion på oppdrag fra DSB
- SurveyXact-undersøkelse blant deltakerne lokalt, utført av DSB
- Gjennomgang og analyse av egne kanaler (sosiale medier og nettsider), utført av DSB
- Gjennomgang og analyse av medieklipp, basert på Retrievers medieovervåking, utført av DSB.

Hovedpunkter fra Komfyrvaktkampanjen 2019

- Generelt oppleves det som en vellykket kampanje, med fortsatt økning i antallet som har komfyrvakter, igjen med ny deltakerrekord og godt samarbeid mellom lokale aktører (noe lavere enn i fjor).
- 40 prosent av deltakerne lokalt delte tekst, bilder eller film fra Sikkerhverdag.no, en økning fra 30 prosent i fjor.
- Kampanjen fikk svært god mediedekning, i år også i riksmediene. Dette bidro til økt synlighet for kampanjen, og flere svarer at de har sett eller hørt om kampanjen, flest i TV, radio og aviser (nett/papir).
- Flest over 60 oppgir at de har sett/hørt om kampanjen, men er samtidig den gruppen som i minst grad har installert komfyrvakt.
- Utdeling av komfyrvakter er fortsatt en suksessfaktor, til tross for at vi i år ikke hadde midler til å gi til mer enn under halvparten av de som meldte seg på kampanjen.
- Også i år melder komfyrvaktleverandørene om stor økning i salg rundt tidspunktet for kampanjen.
- Opplegg og materiell har de siste årene stort sett vært det samme siden oppstart, og det er gjenbruk både av trykt materiell, film og annet. Flere etterlyser noe som kan gis til publikum, og mener det er på plass med en fornying av noe av materialet.
- Nytt i år:
 1. DSB bekostet innkjøp av komfyrvakter til kampanjen som ble delt ut til en deltaker per påmeldt kommune, tidligere har dette vært finansiert gjennom tilskudd fra Gjensidigestiftelsen og Finans Norge. Det var midler til å dele ut gratis komfyrvakter til litt under halvparten av deltakerne.
 2. Kampanjen fikk i år drahjelp fra flere hold når det gjaldt å skape oppmerksomhet om kampanjen, noe som også bidro til større dekning i riksmediene.
 - a) Mange brannvesen satte utbrente komfyrvakter på folkerike steder. Dette skapte nysgjerrighet, ble en snakkis og ga ekstra mange medieoppslag i kampanjeuken, spesielt i lokale medier / nettaviser.
 - b) NAV bestemte rett før kampanjen at de ikke ville inkludere komfyrvakt i utstyr fra hjelpemiddelsentralen som gis til utsatt grupper. Dette ble gjort kjent mandag uken etter kampanjen, og brannvesenet og andre gikk kraftig i rette med NAV i mediene. Onsdag kulminerte mediestormen med at NAV ga seg. Saken fikk enorm medieoppmerksomhet, spesielt i sosiale medier men også nettaviser.

Brunevarer på avveie på Sonsveien og Vestby stasjon



Komfyr, Vestby stasjon Foto: Armund Lågbo

Omtale



Pårørendealliansen

49 min · 🌐

👍 Lik som siden din

Fra 16 mai vil ikke lenger NAV dekke komfyrvakt til utsatte grupper - de mener at dette dekkes fordi det er påbudt i alle nybygg og for alle som rehabiliterer kjøkkenet

Da kan vi bare oppfordre til å bestille før 16 mai for alle som er pårørende til noen i utsatte grupper som ikke pusser opp!!!.....

NAV Direktoratet for samfunnsikkerhet og beredskap



BUDSTIKKA.NO

Brannvesenet: – Et skritt i gal retning

Brannvesenet er i harnisk etter at Nav har bestemt at komfyrvakt ikke lenger skal være gratis for...

👍👎🗨️ Elisabeth Hauge, May Fyhn og 52 andre

5 kommentarer 30 delinger

1 BEFOLKNINGSUNDERSØKELSEN

1.1 METODE

Befolkningsundersøkelsen er utført av Epinion Norge AS på oppdrag fra DSB. Undersøkelsen er gjennomført som en web-undersøkelse på et befolkningsrepresentativt utvalg gjennom bruk av webpanel. Datainnsamlingen foregikk i uke 7 og 8, 2019 (15.- 24. februar). Alle resultatene er vektet på demografi (kjønn, alder og geografi) i henhold til befolkningen i Norge.

Det er totalt 1014 besvarelser i undersøkelsen, med privatpersoner som er 18 år eller eldre.

1.2 OPPSUMMERING

Her er noen hovedpunkter fra befolkningsundersøkelsen:

Komfyrvakt/brannsikkerhetsutstyr installert hjemme

- 25% av respondentene oppgir å ha komfyrvakt i sin husstand, færrest i den eldste aldersgruppen. Andelen som oppgir å ha komfyrvakt i sin husstand har økt noe for hvert år. I 2017 var andelen som oppga å ha komfyrvakt på 15 prosent, i 2018 var den på 20 prosent.
- Ved sammenligning med tilsvarende resultat fra tidligere målinger i 2018, 2017 og 2015 er årets resultat stabil på de andre målte brannforebyggende utstyr i husstanden.

Kjennskap til og synlighet for komfyrvaktkampanjen

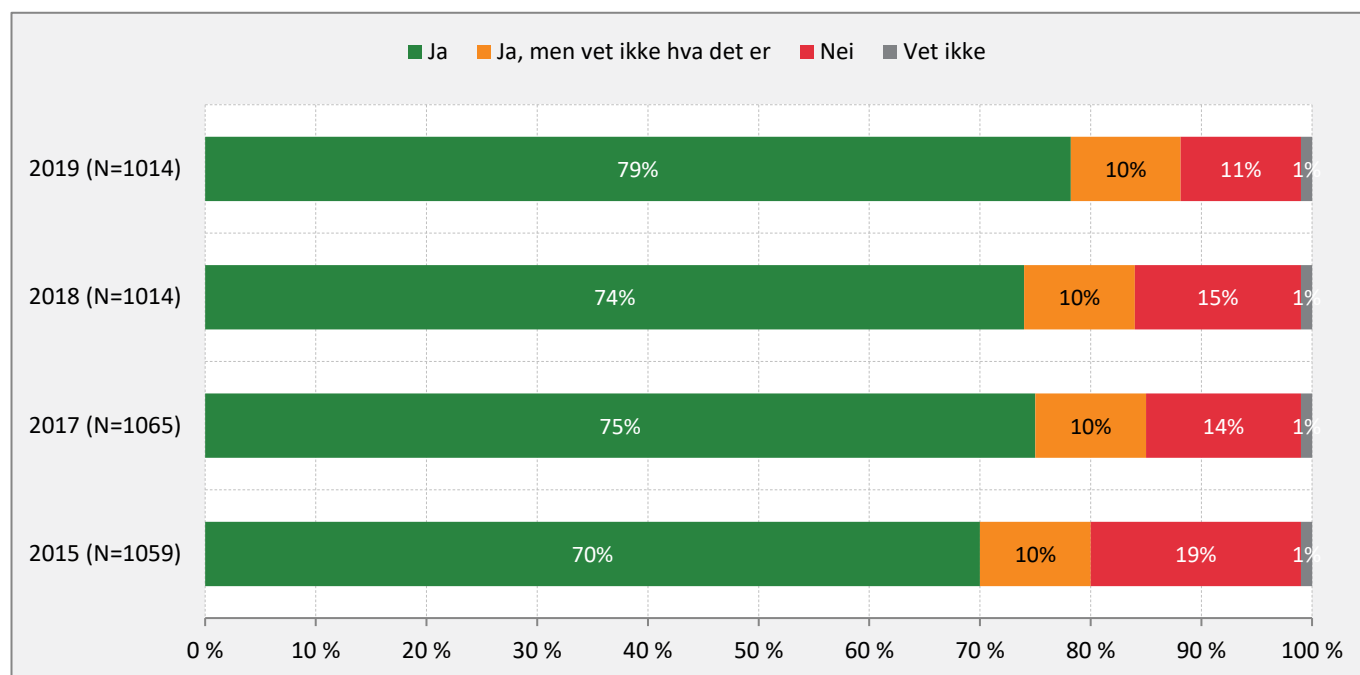
- Sammenlignet med 2018 er det en signifikant større andel som har sett eller hørt noe om kampanjen i år.
- 41 prosent oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen, noe flere menn enn kvinner.
- Tendensen er at andelen som oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen stiger i takt med alder. Det er en signifikant større andel som oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen i den eldste aldersgruppen (60 år eller eldre) enn i de yngre aldersgruppene.
- På spørsmål om hvor respondentene har sett eller hørt om kampanjen (kun stilt dem som oppgir å ha sett eller hørt om den) blir kanalene TV/radio og innslag i avis oppgitt av flest (henholdsvis 59 prosent og 27 prosent).

Hva respondentene tror forårsaker flest branner i hjemmet

- 57 prosent oppgir at de blant annet tror det skyldes «elektrisk årsak». En andel på 42 prosent oppgir «tørkokte kjeler».
- Uavhengig av kjønn og alder er det «elektrisk årsak» som oppgis av flest som det de tror forårsaker flest branner i norske husstander. Sammenlignet med resultat fra tilsvarende målinger gjennomført i 2017 og 2018 er det heller ingen større signifikante forskjeller i respondentens besvarelse på dette spørsmålet.
- De største forskjellene ser vi på alder, der aldersgruppen 60 år eller eldre i større grad oppgir «tørkokte kjeler» enn de yngre aldersgruppene, mens de yngre aldersgruppene i større grad oppgir «elektrisk årsak» og «levende lys» sammenlignet med den eldste aldersgruppen.

1.3 RESULTATER

1.3.1 KJENNSKAP TIL KOMFYRVAKT



Har du hørt om komfyrvakt? / Historisk utvikling

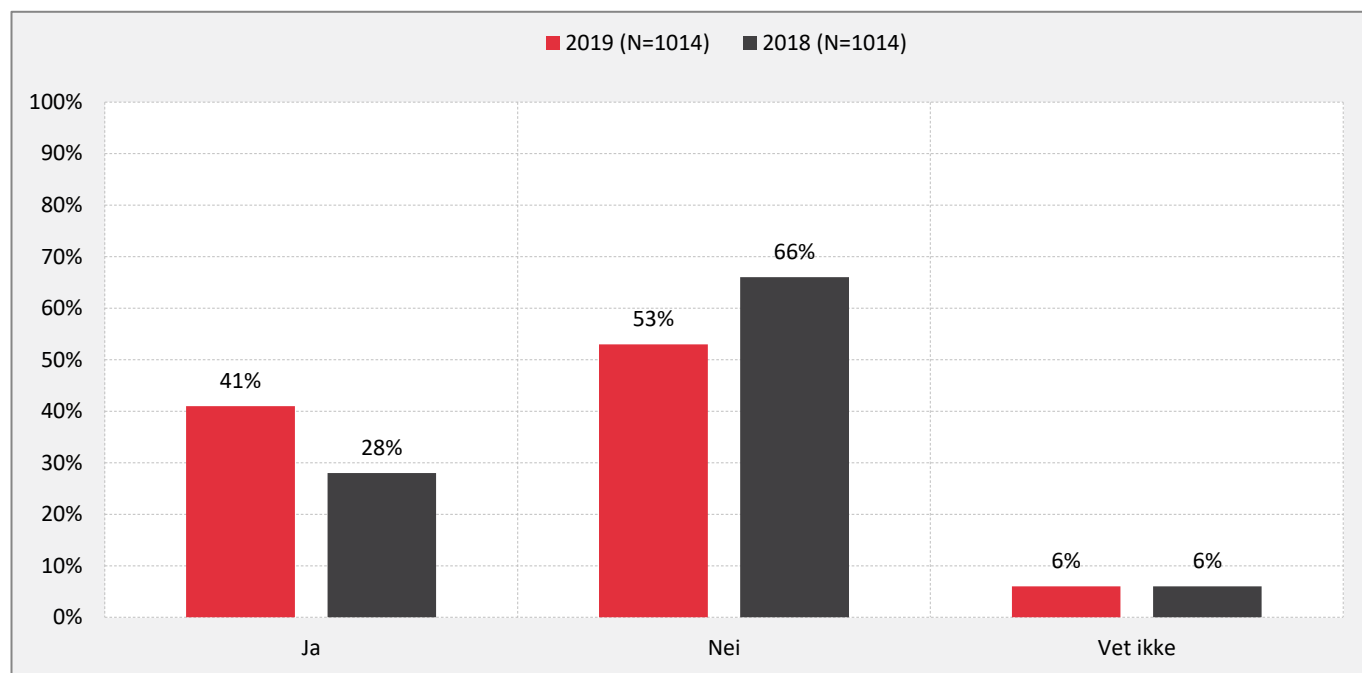
Det er en signifikant økt andel som oppgir at de har hørt om komfyrvakt i 2019, sammenlignet mot resultat fra samme spørsmål i 2015.

På spørsmål om hvorvidt respondentene har hørt om komfyrvakt oppgir en andel på 79 prosent at de har hørt om komfyrvakt, og en andel på 10 prosent oppgir svaralternativet «ja, men vet ikke hva det er». En andel på 11 prosent svarer nei på dette spørsmålet, mens 1 prosent oppgir svarkategorien «vet ikke».

Blant respondentene som angir at de har foreldre som er over 67 år og bor i egen bolig er det en andel på 79 prosent som oppgir de har hørt om komfyrvakt. Det er ingen forskjell fra dem som oppgir at de ikke har foreldre som er over 67 år og bor i egen bolig.

Respondentene i den yngste aldersgruppen (under 39 år) har signifikant lavere kjennskap til komfyrvakt enn de eldre aldersgruppene. Dette i likhet med resultat fra de tidligere undersøkelsen gjennomført om samme tema. Sammenlignet med resultat fra tilsvarende målinger gjennomført i 2017 og 2018 er det ikke større signifikante forskjeller i respondentens besvarelse på dette spørsmålet.

1.3.2 KJENNSKAP TIL OG OPPMERKSOMHET FOR KOMFYRVAKTKAMPANJEN

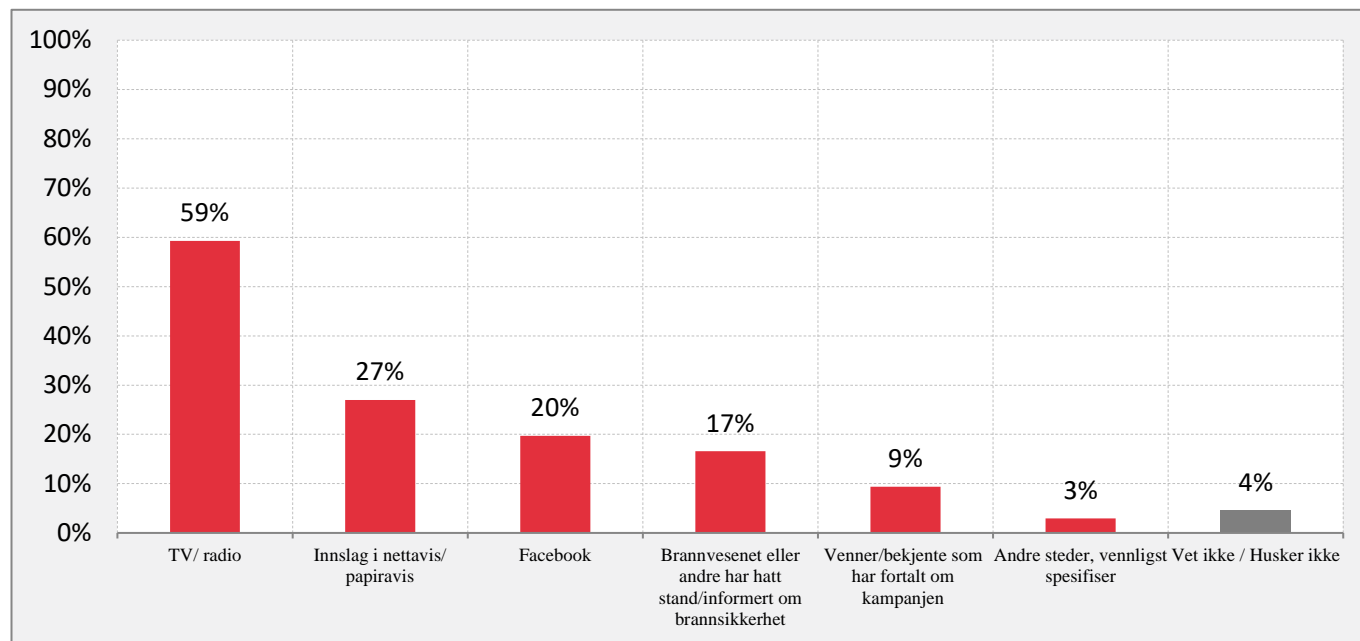


Det har nylig blitt gjennomført en kampanje med fokus på komfyrbranner og komfyrvakt. Kan du huske å ha sett eller hørt noe om denne kampanjen? / Historisk utvikling.

En andel på 41 prosent av respondentene oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen. Ved sammenligning med tilsvarende måling i 2018 er det en signifikant større andel som har sett eller hørt noe om kampanjen i år. I 2018 oppga 28 prosent å ha sett eller hørt noe om kampanjen, mens det i 2019 er en andel på 41 prosent som oppgir det samme. Det er særlig en større andel av den eldste aldersgruppen som i år har fått med seg kampanjen, en økning på 17 prosent mot tilsvarende måling i 2018.

Det er noe flere menn enn kvinner som oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen, og tendensen er at andelen som oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen stiger i takt med alder. Andelen som oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen i den yngste aldersgruppen (under 39 år) er lavest, med en andel på 31 prosent, og høyest i den eldste aldersgruppen (60 år eller eldre) med en andel på 55 prosent. Det er en signifikant større andel som oppgir å ha sett eller hørt noe om kampanjen i den eldste aldersgruppen (60 år eller eldre) enn i de yngre aldersgruppene.

1.3.3 KANALER FOR KJENNSKAP TIL KAMPANJEN

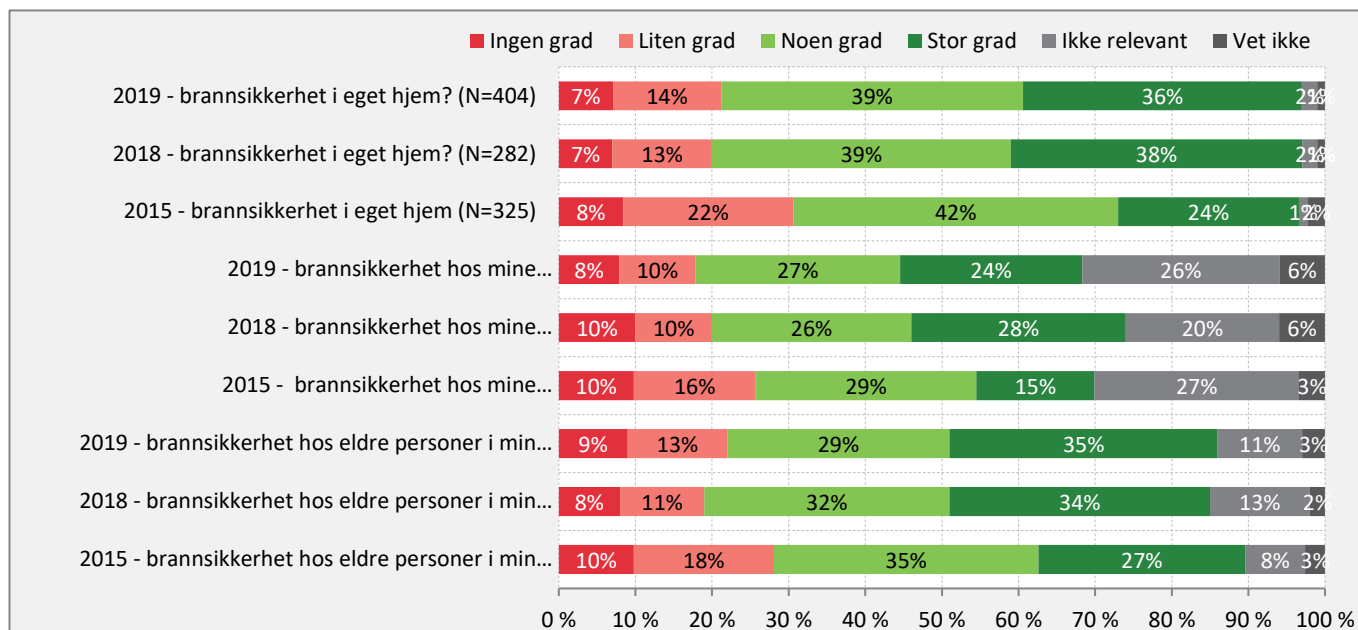


Hvor har du sett eller hørt om kampanjen? Kun spurt de som oppga å ha sett eller hørt noe om kampanjen (N=414) / Flere svar mulig.

På spørsmål om hvor respondentene har sett eller hørt om kampanjen (kun stilt dem som oppgir å ha sett eller hørt om den) blir kanalene TV/radio og innslag i avis oppgitt av flest (henholdsvis 59 prosent og 27 prosent). Svaralternativet «brannvesenet eller andre har hatt stand/informert om brannsikkerhet» er oppgitt av en andel på 17 prosent av respondentene som har svart på dette spørsmålet.

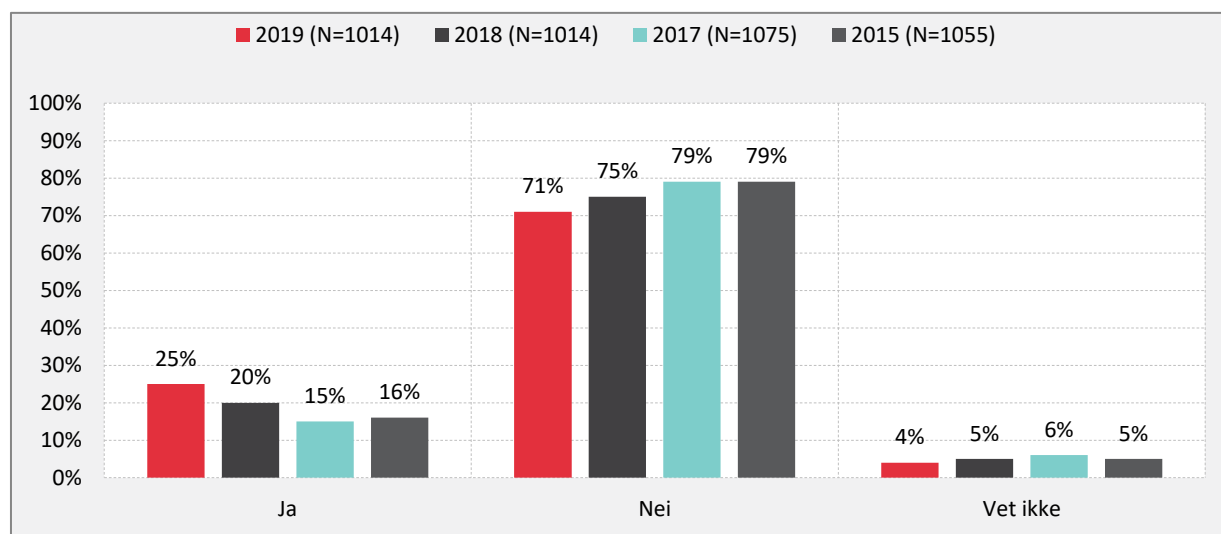
Det er videre stilt tre oppfølgingsspørsmål til dem som har sett eller hørt om kampanjen vedrørende oppmerksomhet på brannsikkerhet basert på kampanjen (respondentene som benytter svaralternativet «ikke relevant» per av disse spørsmålene er tatt ut fra beregningene av disse resultatene);

- En andel på 77 prosent oppgir at de i noen grad eller stor grad har blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet i eget hjem på bakgrunn av kampanjen.
- En andel på 69 prosent oppgir at de i noen grad eller stor grad har blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet hos sine ikke-hjemmeboende barn på bakgrunn av kampanjen.
- En andel på 71 prosent oppgir at de i noen grad eller stor grad har blitt mer oppmerksom på brannsikkerhet hos eldre personer i sin omgangskrets på bakgrunn av kampanjen.



I hvilken grad har du på bakgrunn av denne kampanjen blitt mer oppmerksom på ...
/ Kun spurt de som oppga å ha sett eller hørt noe om kampanjen (N=414).

1.3.4 ANDEL I BEFOLKNINGEN MED KOMFYRVAKT INNSTALLERT



Andelen som oppgir å ha komfyrvakt i sin husstand. Historisk utvikling.

I undersøkelsene har det blitt stilt spørsmålet *Har du følgende brannforebyggende utstyr i din husstand?* med mulighet for å krysse av for flere alternativer. Andelen som oppgir å ha komfyrvakt har økt fra 15 prosent i 2015 til 25 prosent i 2019. Dette er en signifikant økning. Ved nedbrytning på alder ser vi at den eldste aldersgruppen i lavest grad oppgir å ha komfyrvakt i sin husstand.

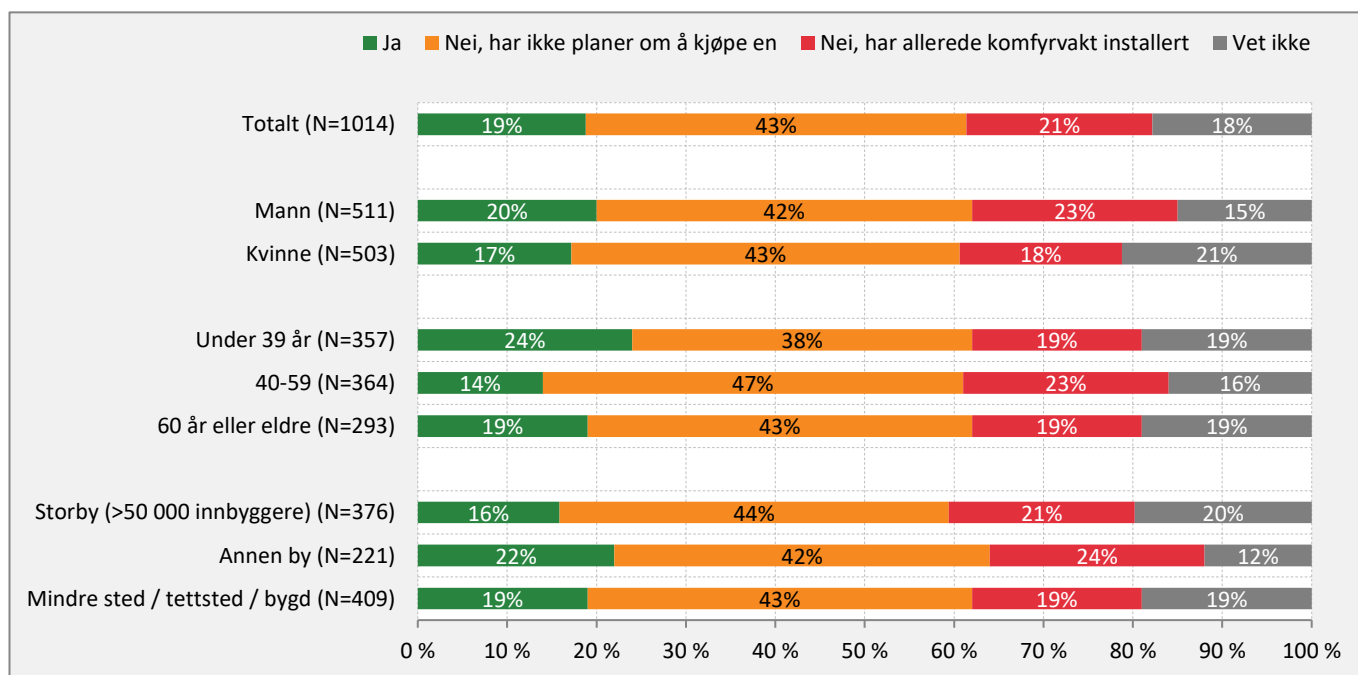
1.3.5 BRANNFØREBYGGENDE UTTYR I HUSSTANDEN

	Totalt (N=1014)	Mann (N=511)	Kvinne (N=503)	Under 39 år (N=357)	40-59 (N=364)	60 år eller eldre (N=293)	Storby (>50 000 innbyggere) (N=376)	Annen by (N=221)	Mindre sted / tettsted / bygd (N=409)
Røykvarsler	96%	96%	96%	90%	99%	99%	96%	95%	96%
Håndsløkkerapparat	89%	90%	88%	81%	95%	93%	88%	91%	90%
Sikringsskap av stål	83%	84%	83%	71%	89%	90%	79%	86%	86%
Overspenningsvern	58%	67%	49%	43%	65%	67%	50%	66%	61%
Brannteppe	41%	44%	39%	34%	45%	46%	38%	44%	43%
Husbrannslange	34%	37%	30%	23%	33%	47%	37%	31%	33%
Komfyrvakt	25%	29%	21%	27%	27%	20%	25%	28%	23%
Tidsbryter	21%	25%	18%	25%	19%	19%	21%	24%	20%

Har du følgende brannforebyggende utstyr i din husstand? / "Ja"-andeler / Demografi.

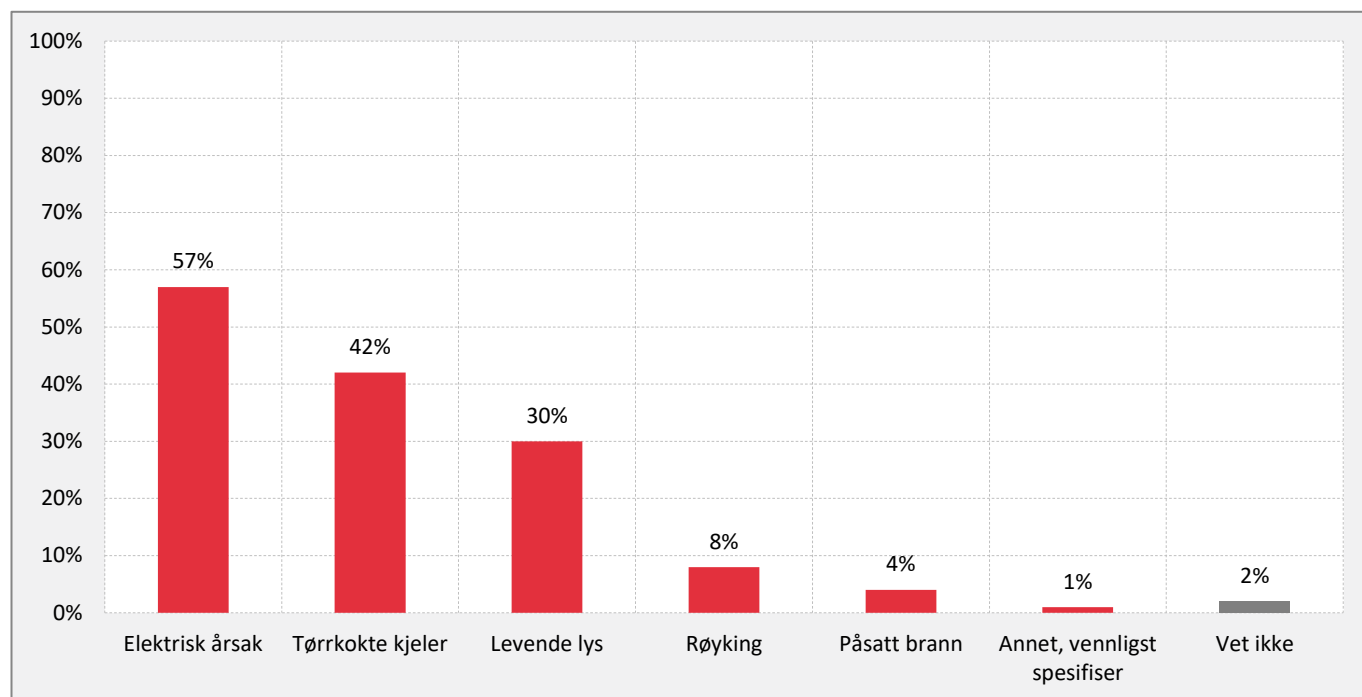
I likhet med 2018 er det blant de målte brannforebyggende utstyr i undersøkelsen røykvarsler, håndsløkkerapparat og sikringsskap av stål som flest oppgir å ha i sin husstand.

1.3.6 PLANER OM ANSKAFFELSE AV KOMFYRVAKT



En komfyrvakt er en installasjon som gjør at komfyren slår seg av når det oppstår farlige situasjoner. Dersom du ikke har en komfyrvakt, har du planer om å kjøpe en?

1.3.7 HVA RESPONDENTENE TROR FORÅRSAKER FLEST BRANNER



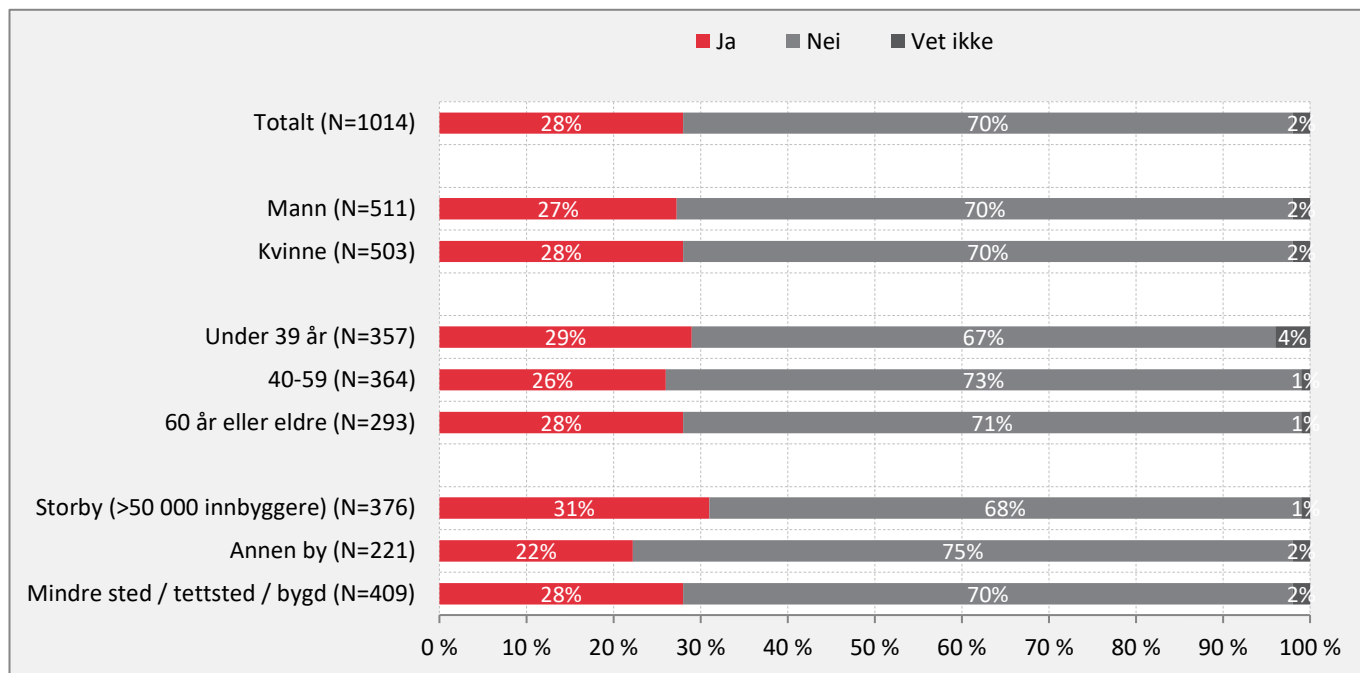
Hva tror du forårsaker flest branner i norske husstander?/ Flere svar mulig / Historisk utvikling.

På spørsmål vedrørende hva respondentene tror forårsaker flest branner i norske husstander oppgir en andel på 57 prosent at de blant annet tror det skyldes «elektrisk årsak». En andel på 42 prosent oppgir «tørrkokte kjeler», og en andel på 30 prosent oppgir «levende lys». Respondentene har hatt mulighet for å gi flere enn ett svar på dette spørsmålet.

Kvinner oppgir i noen større grad enn menn svaralternativet «levende lys» som årsak. De største forskjellene ser vi på alder, hvor aldersgruppen 60 år eller eldre i større grad oppgir «tørrkokte kjeler» enn de yngre aldersgruppene, mens de yngre aldersgruppene i større grad oppgir «elektrisk årsak» og «levende lys» sammenlignet med den eldste aldersgruppen.

Uavhengig av kjønn og alder er det «elektrisk årsak» som oppgitt av flest som det de tror forårsaker flest branner i norske husstander. Sammenlignet med resultat fra tilsvarende målinger gjennomført i 2017 og 2018 er det heller ingen større signifikante forskjeller i respondentens besvarelse på dette spørsmålet.

1.3.8 OPPLEVD TØRRKOKING



Har du selv opplevd tørrkoking på komfyren (f.eks. glemte igjen en kjele på komfyрplaten)?
/ Historisk utvikling.

På spørsmål om hvorvidt respondentene selv har opplev tørrkoking (f.eks. glemte igjen en kjele på komfyрplaten) oppgir en andel på 28 prosent at de har det.

Det er ingen større signifikante forskjeller i resultat basert på demografiske nedbrytninger av spørsmålet.

Sammenlignet med tidligere målinger har resultatet steget noe fra 21 prosent i 2017 til 25 prosent i 2018, og nå 28 prosent i 2019. Dette må derimot tydes innen rammen av at det i 2018 er endret spørsmålsformulering ved å ta inn hjelpeteksten «f.eks. glemte igjen en kjele på komfyрplaten», noe som kan ha innvirkning på den mindre resultatforskjellen før 2017.

2 UNDERSØKELSE BLANT PÅMELDTE

2.1 METODE

Undersøkelsen blant de påmeldte er utarbeidet av DSB. Den er gjennomført som en webundersøkelse (SurveyXact). Det ble gjennomført to purringer.

Undersøkelsen ble sendt ut den 19. februar til 178 respondenter, med svarfrist 1. mars 2019. 107 respondenter har svart på undersøkelsen (fire med ufullstendig utfylte svar), noe som gir en svarprosent på 60. I fjor var svarprosenten på 56.

Det kan være verdt å merke seg at antallet som undersøkelsen er sendt ut til samsvarer ikke med antall påmeldte til kampanjen. Undersøkelsen er sendt til den som var oppgitt som kontaktperson i påmeldingen. I noen tilfeller var samme kontaktperson oppgitt for flere kommuner. Det er også tilfeller der brannvesen og DLE samarbeidet lokalt, og der bare en av dem er påmeldt. Et påmeldt IKS-brannvesen består av flere kommuner, og antall faktiske kommuner som deltar kommer ikke alltid frem ved påmeldingen.

Det har vært en jevn stigning i antall deltakere i kampanjen. Det var om lag 207 påmeldte til årets kampanje, en økning på 9 prosent fra 2018 da det var om lag 190 påmeldte. I 2017 var det om lag 170 deltakere.

2.2 SAMMENDRAG

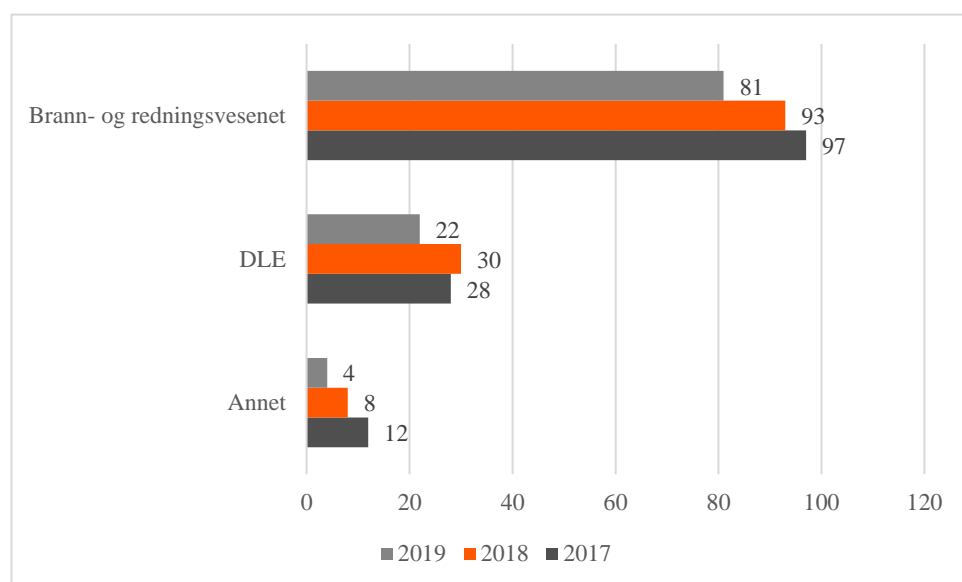
- Av de som har svart på undersøkelsen representerer 76 prosent Brann- og redningsvesenet, 21 prosent DLE og fire prosent andre virksomheter. Prosentandelen av deltakerne fra Møre og Romsdal og Trøndelag er på 16. I fjor var andelen høyest fra Hordaland, med en andel på 14 prosent.
- 68 prosent av de som har svart på undersøkelsen samarbeidet med andre under årets aksjon. Dette er en nedgang fra 2017 hvor 83 prosent samarbeidet med andre.
- 64 prosent informerte på sosiale medier under aksjonen og 58 prosent deltok med stand. Bare 1 prosent oppgir ingen aktiviteter.
- Som i fjor, benyttet hele 94 prosent brosjyren som var utarbeidet for årets kampanje. De fleste som brukte materiell på annet språk brukte engelsk, men også andre språk ble benyttet, som arabisk, polsk, somali, tigrinya og tysk. Flere lastet ned bilder, video, faktaark og statistikk fra DSBs hjemmeside som ble brukt under kampanjen.
- 54 prosent svarer at de fikk tildelt komfyrvakt under kampanjen. 19 prosent av disse kjøpte komfyrvakt i tillegg, og 33 prosent hadde også komfyrvakt fra før.
- Av de som ikke fikk tildelt komfyrvakt var det 25 prosent som kjøpte i forbindelse med kampanjen og 29 prosent av disse hadde også komfyrvakt fra før.
- Flere arrangerte konkurranser og loddtrekning for fordeling av komfyrvakten.
- 72 prosent installerte komfyrvakten hos person som tilhører risikogruppe, de fleste av disse hos eldre hjemmeboende personer, men komfyrvakt ble også installert hos personer med rus/psykiatri og småbarnsfamilie i risikogruppe.
- På en skala fra 1 til 4, hvor 1 er ikke nyttig og 4 er veldig nyttig, får vurderingen av nytten av komfyrvakt en score på hele 3,9.
- Kommentarer fra publikum under årets kampanje er blant annet at de tror komfyrvakt er nyttig, de er opptatt av pris, hvordan komfyrvakten fungerer, spør om hvor dette produktet er å få kjøpt og hvordan det skal installeres.
- 40 prosent delte tekst, bilder eller film fra sikkerverdag.no og 33 prosent delta fra DSB på Facebook.
- Hele 92 prosent er fornøyd eller svært fornøyd med DSBs oppfølging av årets kampanje. Alt i alt er hele 91 prosent fornøyd eller svært fornøyd med årets kampanje. Disse tallene er omtrent som tidligere.

2.3 RESULTATER

Nedenfor følger resultatene fra undersøkelsen i den rekkefølgen spørsmålene ble stilt. Enkelte av svarene for 2019 er sammenlignet med svarene fra 2018 og 2017.

2.3.1 DELTAKELSE, FYLKESVIS FORDELING OG SAMARBEID

81 av de som har svart på undersøkelsen i år representerer Brann- og redningsvesenet, 22 DLE og 4 andre virksomheter. I 2018 var tallene henholdsvis 97, 28 og 12, se under:



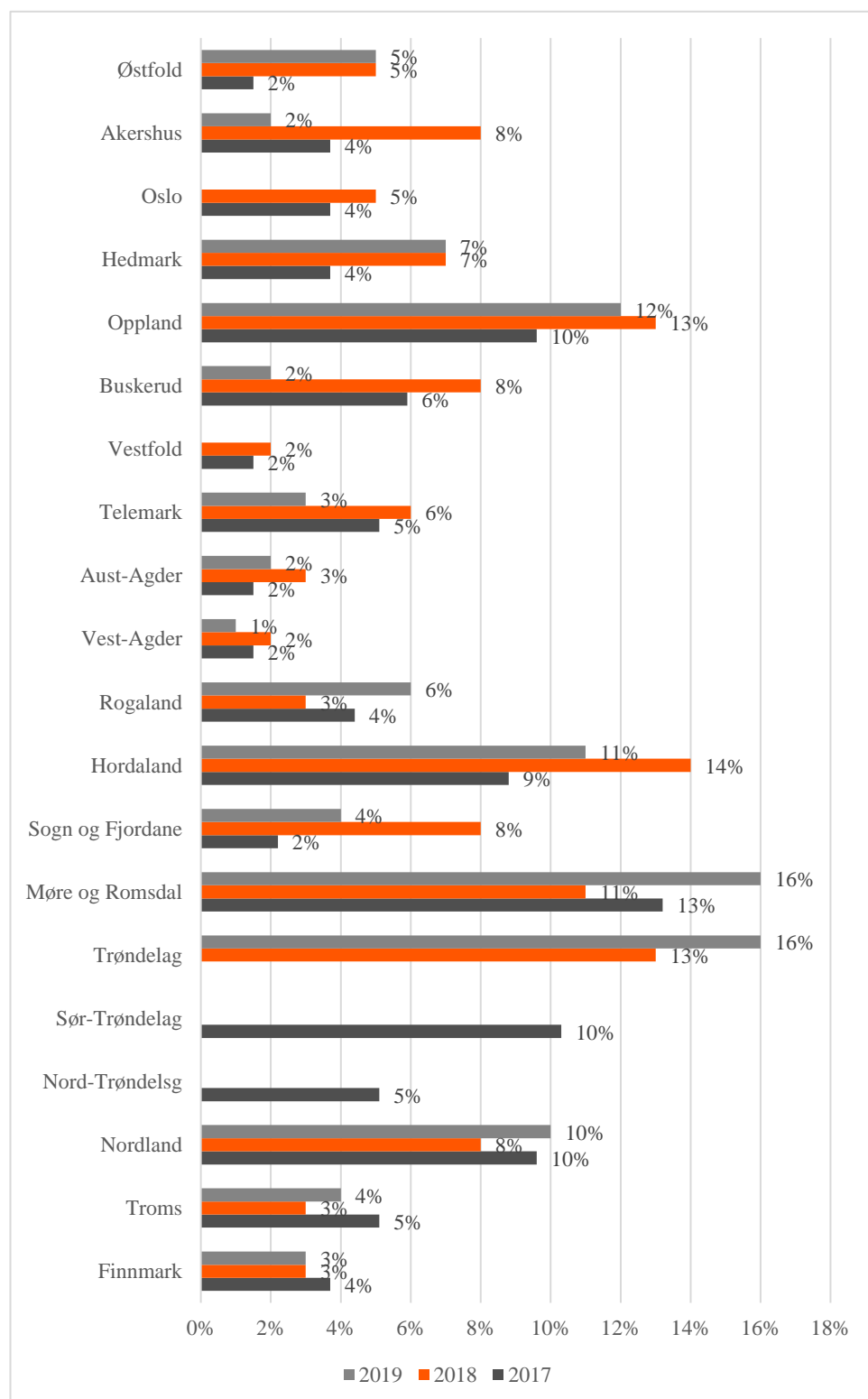
Figur 1: Representerer du brann- og redningsvesenet eller DLE? (Antall) N for 2019=107, for 2018=131 og N for 2017=137

Omregnet i prosent representerte Brann- og redningsvesenet 76. Andelen var 71 prosent både i 2018 og i 2017. I år representerte DLE 21 prosent. Andelen var henholdsvis 23 og 20 prosent i 2018 og 2017. Annet representerte i 2019 4 prosent, i 2018 6 prosent mot 9 prosent i 2017.

De fire som har svart annet representerte:

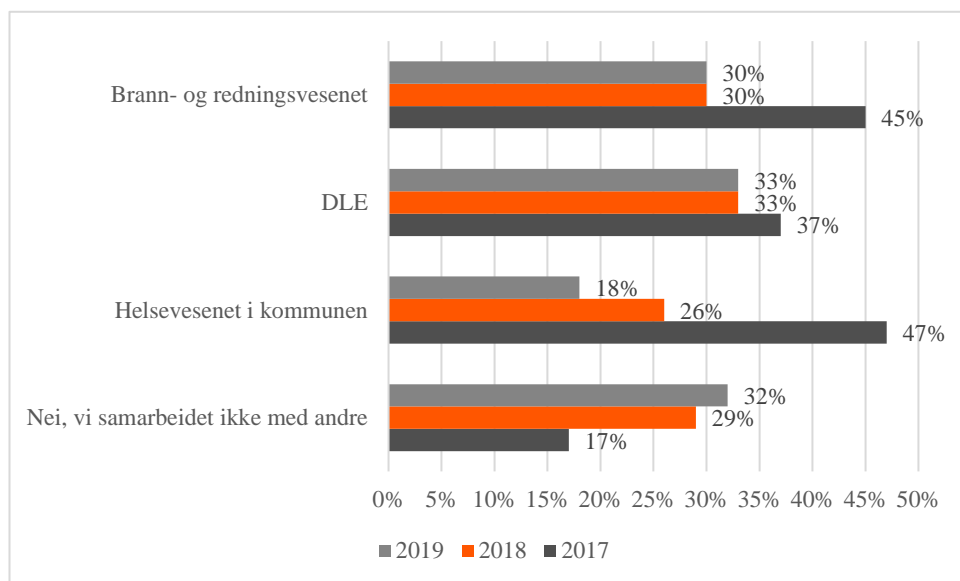
Annet:
Sakkyndig selskap
Helse i kommunen
Boligsameie
Kommune

Respondentene ble også bedt om å oppgi hvilket fylke de representerer. Av de som har svart på undersøkelsen i 2019 er det flest fra Møre og Romsdal og Trøndelag, med en andel på 16 prosent for hvert fylke. I 2017 var deltakerandelen for Møre og Romsdal 13 prosent. Ingen fra Oslo og Vestfold har svart på spørreundersøkelsen i år. I 2017 var både Østfold, Vestfold, Aust-Agder og Vest-Agder representert med 2 prosent. Se figur under:



Figur 2: Hvilke(t) fylke(r)? (Flere kryss mulig) Trøndelag er i 2018 blitt et nytt fylke og kan derfor ikke sammenlignes med 2017. Flere svar mulig.

Det ble videre spurt om hvem deltakerne samarbeidet med under kampanjen i år. Det er en større andel som samarbeidet med andre i 2017 enn i 2018 og 2019. I 2019 oppga 32 prosent at de ikke samarbeidet med andre. I 2017 var dette 17 prosent. Den største prosentandelen på 33 i 2019, den samme andelen som i 2018, var samarbeid med DLE. I 2017 svarte 47 prosent at de samarbeidet med helsevesenet i kommunen, se figur under:



Figur 3: Samarbeidet dere med andre under gjennomføringen av kampanjen? (Flere kryss mulig)

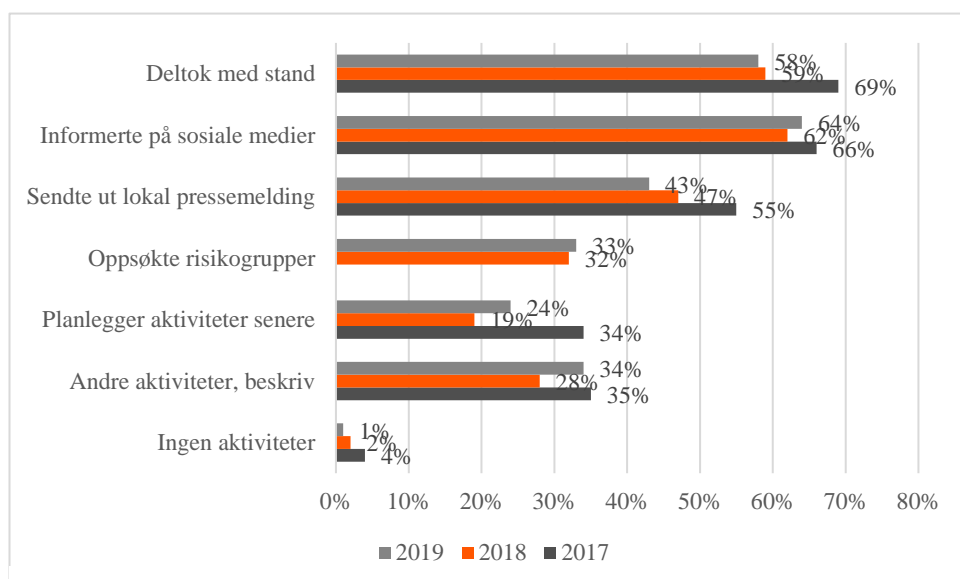
Det ble også gitt muligheten til å oppgi hvem de samarbeidet med. Disse er gjengitt nedenfor:

Andre:
Resepsjon og kundemottak i Nettselskapet.
Politiet
Bydrift – kjøpesenter
Helsestasjonen
Andre brannvesen
Jernbaneverket vedrørende utplassering av brente komfyrer på perronger og publisering på deres hjemmesider

Elektrobedrifter
Elektrikerfirma
El-tilsyn
Elektrobransjen
Stranda Energi
Pensjonist treff
Vår feieravdeling

2.3.2 AKTIVITETER PÅ KAMPANJEDAGEN

Respondentene ble bedt om å oppgi hvilke aktiviteter som ble gjennomført på kampanjedagen. 62 prosent informerte på sosiale medier. Bare 1 prosent oppgir ingen aktiviteter i 2019, mot 4 i 2017, se figur under:



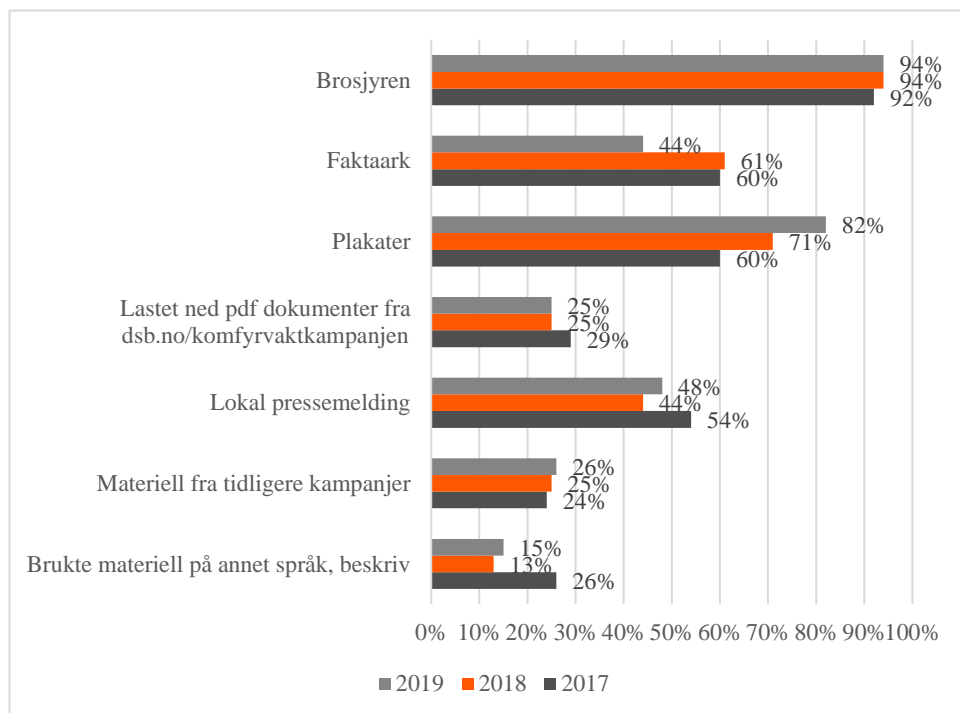
Figur 5: Hvilke aktiviteter gjennomførte dere på kampanjedagen 13. februar? (Flere kryss mulig) Spørsmålet om risikogrupper ble ikke stilt i 2017.

Svarene som ble gitt for andre aktiviteter er gjengitt nedenfor:

Andre aktiviteter, beskriv:	
Utlevering av komfyrvakt med pressedekning	Hadde egen konkurranse på vår Facebook side hvor vi trekte 3 vinnere. En komfyrvakt og 2 sett á 3 stk. seriekoblede røykvarslere. Ble veldig god respons på dette, og komfyrvakt havnet hos ei enslig dame på 85 år.
Kontaktet frivillighetsentralene i vår region for gjennomføring av temakveld. Komfyrvakten vil bli gitt ut i forbindelse med dette.	Utplasserte Brente komfyrer i forkant av kampanjen og fylte på med info frem komfyrvaktdagen og trakk ut en heldig vinner av komfyrvakt via FB.
Fikk fordelt materiell gjennom hjemmebaserte tjenester	Befaringer med hjemmehjelpstjenesten
Planlagt aktivitet med brannvesen den 7/3-2019. Stand, Utlodding av komfyrvakt til en foreslått "Tregende"	Komfyrvaktkonkurranse og påfølgende montering.
Deler ut og informerer ved kundekontakt/tilsyn	Konkurranse for å vinne komfyrvakten
Benyttet uken til å rette tilsynene mot risikogrupper med spesiell fokus på bruk av komfyrvakt.	Monterte komfyrvakt hos bruker og kontaktet media
Har eget prosjekt i TP for 2019 der komfyrvakt også er tema.	Alle beboerne fikk ut informasjon om komfyrrbrann og komfyrvakt.
Har temaet framme til tilsynsbesøk i boliger året rundt.	Deler ut 2 gratis komfyrvakt, (facebook) konkurranse
Samarbeid med hjemmetjenesten. De skulle dele ut flyers til brukere som ikke har komfyrvakt.	Fikk med den lokale avisen på reportasje
Har sendt ut informasjon med feiarane våre.	Kontakta lokalavis som blei med under montasje av komfyrvakt- med påfølgende reportasje i avisa.
Radio Toten, Plakater og aktiv informasjon i sentrum	Foredrag om brannikkerhet/komfyrvakt til Stryn & Hornindal Pensjonistlag
Informasjon på kommunens sosiale mediar, plakatar/infomateriell på sentrale punkter i kommunen	Hadde svidd komfyr med på stand skapte masse oppmerksomhet, lånte komfyrvakt
Utplassering komfyrer	Presseoppslag, radioinnslag. Vår feieravdeling delte ut infobrosjyre og informerte om komfyrvakt ved tilsynene i uke 7. Installerte komfyrvakter hos risikoutsatte grupper.
Heimebesøk planleggast i lag med helsestasjonen om 2 dager	Gjennomførte konkurranser på stand og FB der vinnerne mottok komfyrvakter. Satte ut komfyr som var utsatt for tørrkoking/komfyrrbrann ved vår stand.
Satte ut utbrente komfyrer	Plasserte ut "brente" komfyrer i 3 byer 3 dager før kampanjen for å vekke undring og oppmerksomhet. Stand ved disse.
Satte ut brente komfyrer i bybildet	Trekking av tre komfyrvakter til alle som skrev seg på en liste. Vi monterer og komfyrvaktene.
Satt av ressurser for å lære opp eget personell i komfyrvakter	
Utdeling av komfyrvakt via sosiale medier, stor pågang her.	
Satt ut brente komfyrer	
Oppfølging i samband med risikogrupper og tildelte komfyrvakter Brannløftet	
Startet litt tidlig med "gladsak" fra lokal hendelse. Medieomtale og lokal film	

2.3.3 BRUK AV MATERIELL

Respondentene ble bedt om å oppgi hvilket materiell de benyttet under kampanjen. Hele 94 prosent benyttet brosjyren i 2019 og i 2018 og 92 prosent i 2017. 15 prosent oppgir å ha brukt materiell på annet språk i 2019, mot en andel på 26 prosent i 2017, se figur under:



Figur 6: Benyttet dere følgende materiell under kampanjen? (Flere kryss mulig)

De som oppgir annet språk, oppgir:

Brukte materiell på annet språk, beskriv:
Plakater med engelsk tekst
Lastet ned brosjyrer på Arabisk, Polsk, Somali, Tigrinya og Tysk
Engelsk
Brosjyrer, delt ut fransk og engelsk, spørsmål om arabisk men hadde ikkje den med
Komfyrvaktbrosjyren på engelsk.
Engelsk
Sendte zipfil til kommunalt opplæringsssenter (opplæring av flykninger)

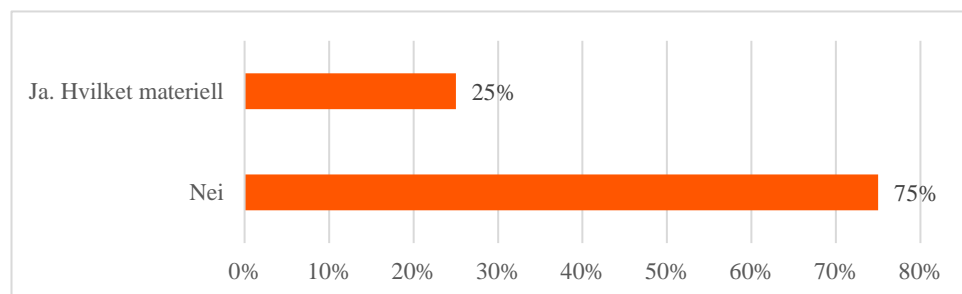
Engelsk
Engelsk
Vi brukte den engelske brosjyren også
DLE stilte med info på engelsk
Engelsk
Engelsk språklig brosjyren
De som fulgte med
Engels, arabisk, polsk
Hadde dette med på stand, men behovet var ikke tilstede. Uansett bruker disse i det vanlige forebyggende arbeidet.

Nedenfor er gjengitt i sin helhet det som ble oppgitt under annet materiell:

Annet:
Komfyrvakt
Elsikkerhetsportalen
Kjøpte en komfyrvakt for uttrekking.
Fremviste diverse typer komfyrvakter
Utdeling av komfyrvakt og røykvarslerbatterier
Utgåtte komfyrer
Delte ut 7 komfyrvakter
Utstilling

Roll up
Lokal lagd video etter reel hendelse
Komfyrvakt ble delt ut
Roll-up fra tidligere
Vi skrev ut også egne informasjon om komfyrrann og hvordan vi kan redusere hendelser f.eks. brannalarm mm. Røykvarslerbatteri
Filmen om komfyrvakt

Det ble videre spurt om respondentene lastet ned materiell fra dsb.no:



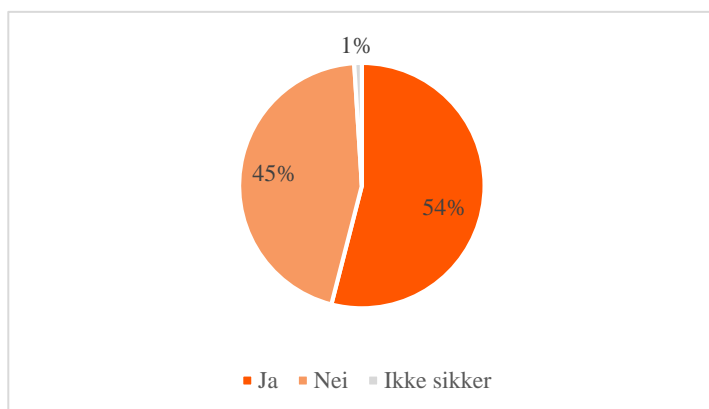
Figur 7: Lastet du ned materiell fra dsb.no? - Ja. Hvilket materiell?

Lastet du ned materiell fra dsb.no? - Ja. Hvilket materiell?
Brosjyrer og plakater
Lastet ned brosjyrer på arabisk, polsk, somali, tigrinya og tysk
Brosjyrer på mange språk
Delte video på Facebook.
Bilder til pressemelding og for bruk på sosiale medier
Video
Bilder og fakta ark om komfyrvakt
Lastet ned faktaark, flere plakater, Zipfil med komfyrvakt på flere språk, film og bilder.
Faktaark
Faktaark
Plakater
Bilder

Faktaark
Bilder, video
Informasjon knyttet til kampanjen: bilder, film, faktaark og plakater
Pdf dokumenter fra dsb.no/komfyrvaktkampanjen
Plakater som ble laminert
Komfyrvaktkampanjen
Facebook
Det som lå ut/ble sendt ut ifm kampanjen
Faktaark
Se over
Ja
Faktaark og filmen og komfyrvakt

2.3.4 TILDELING OG ANSKAFFELSE AV KOMFYRVAKT

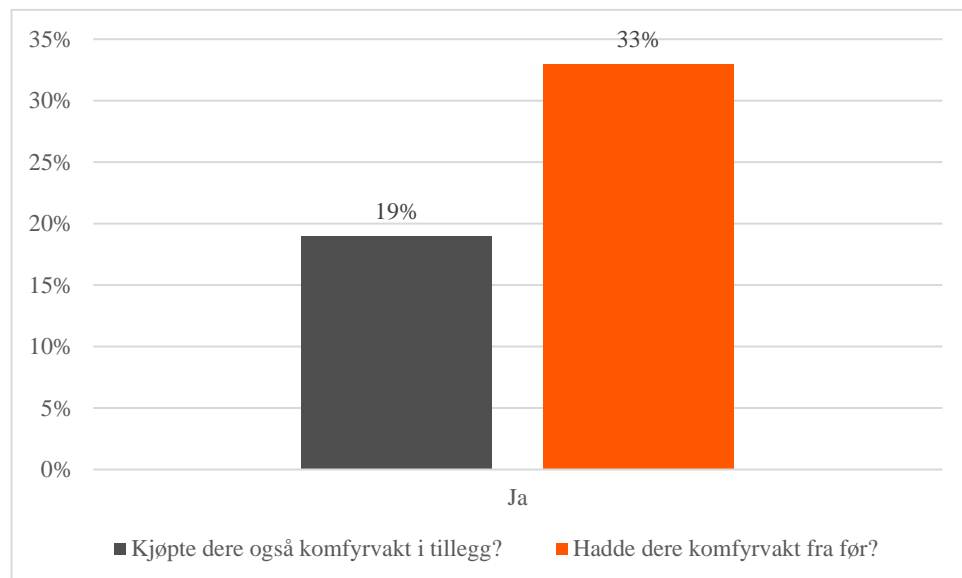
Respondentene ble bedt om å svare på om de fikk tildelt komfyrvakt eller ikke. 54 prosent svarer at de fikk tildelt komfyrvakt under kampanjen:



Figur 8: Fikk dere tildelt komfyrvakt under kampanjen

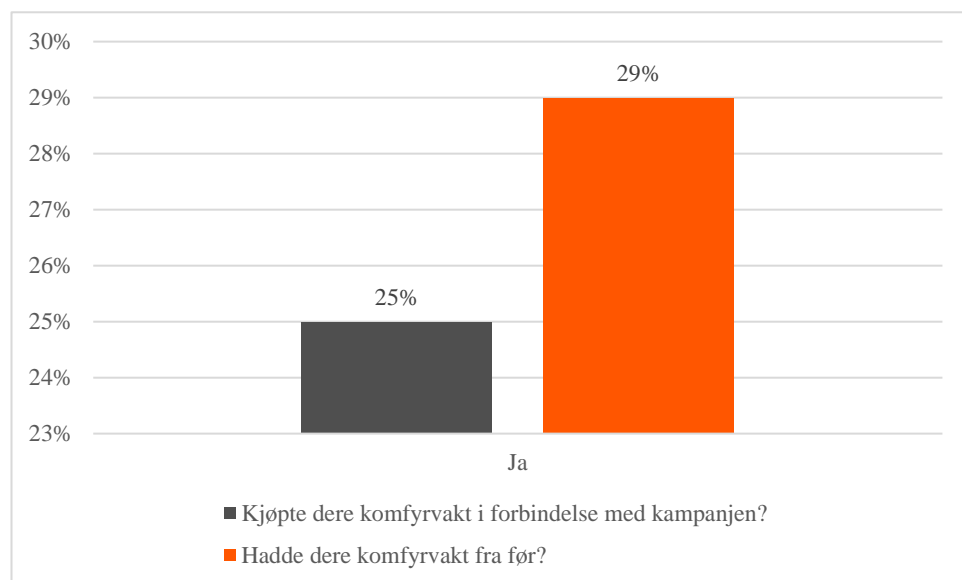
KOMFYRVAKT-KAMPANJEN 2019

De som svarte at de fikk utdelt komfyrvakt fikk som oppfølgende spørsmål om de i tillegg også kjøpte komfyrvakt og om de hadde komfyrvakt fra før. 19 prosent av de som fikk tildelt komfyrvakt kjøpte i tillegg, og 33 prosent hadde også komfyrvakt fra før:



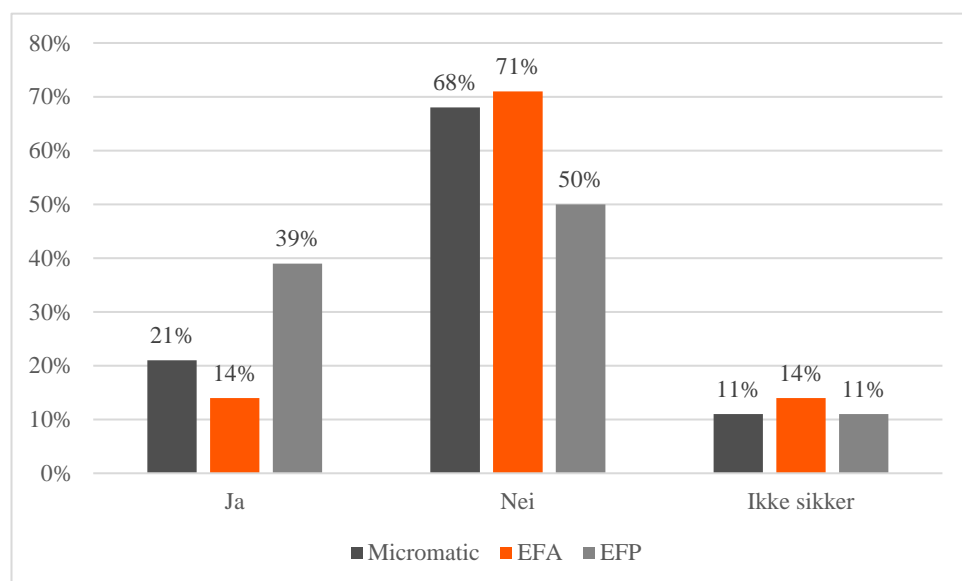
Figur 9: Kjøpte dere også komfyrvakt i tillegg og hadde dere komfyrvakt fra før?

De som svarte at de ikke fikk utdelt komfyrvakt fikk som oppfølgende spørsmål om de kjøpte komfyrvakt i forbindelse med kampanjen og om de hadde komfyrvakt fra før. 25 prosent av de som ikke fikk tildelt komfyrvakt kjøpte i forbindelse med kampanjen og 29 prosent hadde komfyrvakt fra før:



Figur 10: Kjøpte dere komfyrvakt i forbindelse med kampanjen og hadde dere komfyrvakt fra før?

De som kjøpte komfyrvakt i tillegg til at de fikk tildelt, og de som ikke fikk tildelt men kjøpte i forbindelse med kampanjen ble bedt om å svare på om de benyttet tilbudet fra komfyrlleverandørene EFP, EFA og Micromatic. 39 prosent benyttet tilbudet fra EFP, 14 prosent benyttet EFA og 21 prosent Micromatic:



Figur 11: Benyttet dere tilbudet fra en av følgende komfyrvaktleverandører?

Det var første gang vi kunne tilby gunstige priser til de som meldte seg på kampanjen. De som har brukt tilbudene fra komfyrvaktleverandørene ble derfor spurt om hvordan tilbudet fungerte. Svarene er i sin helhet gjengitt under:

Hvordan fungerte tilbudet fra komfyrvaktleverandørene?

Vår henvendelse til EFA ble videresendt til BSP AS. Tilbudet kom samme dag, og prisen var 200,- lavere enn normal forhandlerpris. Innohome komfyrvakt SGK410 EM – for ettermontering. Tilbud stk. pris kr 1.790,- eks. mva. Samme pris gav bl.a. Elektroimportøren AS i kampanjeuka. Rask leveringstid. Fornøyd med leveransen.

Fikk raskt pris fra alle 3. Valgte billigste.

Tilbudet er bra da det er fokus på kostnad og pris.

Har ikke fått dem enda. Vi kjøpte også inn fra leverandør BA.

Positivt

Forhandlet pris fra lokal kjede. Hadde med komfyrvakt på stand.

Har bestilt men har ikke fått komfyrvakten enda.

Helt greit

Ok, opp mot brannvesenet.

Tilbudet bør kunne benyttes ut til innbyggerne under og etter kampanjen.

Fungerte veldig bra, men det er begrenset med midler i brannvesenet til å kjøpe dette inn. Men vi fikk kjøpt inn noen, slik at vi har å vise fram på stand i våre mange kommuner.

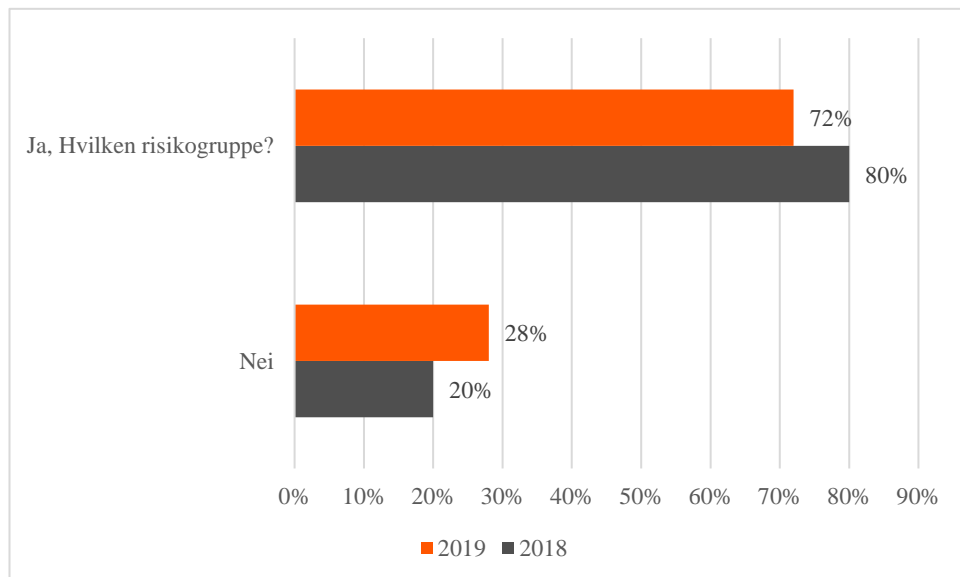
Tilbudet var bra, og leveransen gikk raskt. Fornøyd med hvordan det fungerte, men håper selvsagt alle som er påmeldt kampanjen neste år kan få en komfyrvakt.

Har ikkje fått med oss at det var tilbud.

Fungerer bra. Bruker tilbudet aktivt i vår "Trygg hjemme" jobbing der vi er tildelt midler gjennom brannløftet.

2.3.5 INSTALLASJON AV KOMFYRVAKT

Respondentene ble bedt om å oppgi om de installerte komfyrvakten hos personer som tilhører risikogrupper, om de ga komfyrvakt bort på annen måte og om hvem som installerte komfyrvakten. Av de som svarte ja eller nei på spørsmålet om risikogrupper, svarer 72 prosent at de installerte hos person som tilhører risikogruppe, mot 80 prosent i fjor:



Figur 12: Ble komfyrvaktene installert hos person(er) som tilhører risikogrupper? N for 2019=57 og N for 2018=93. Vet ikke utelatt

Nedenfor er svarene for hvilke risikogrupper komfyrvakten ble installert hos gjengitt i sin helhet:

Hvilken risikogruppe?
Hjemmeboende eldre, og personer med kognitiv svikt
Eldre hjemmeboende
Eldre hjemmeboende ektepar
Blir loddet ut på pensjonistsamling
Eldre
Eldre med hjelpebehov.
Hjemmeboende eldre
Ei gammel dame, presentert av heimetenesta i kommuna.
Eldre
Over 67 år
Rus/psykiatri
Eldre hjemmeboende
Einslig heimebebuar
Småbarnsfamilie i risikogruppe
Eldre hjemmeboende
Helse
Eldre
Eldre
Over 75 år
Eldre, hjemmeboende
Eldre hjemmeboende
Eldre hjemmeboende

Eldre hjemmeboende
Den ene vi hadde havnet hos ei eldre dame. Den vi fikk gjennom kampanjen har vi ikke delt ut enda. Men denne vil havne i risikogruppene, men vi må finne en god måte å finne en mottaker. Så lenge vi får 1 stk., og at vi har 11 kommuner gjør denne fordelingen "litt" vanskelig.
Eldre
Eldrebolig
Eldre og psykisk utviklingshemmede.
Eldre hjemmeboende
Skjer etter hjemmebesøk hos alle "påmeldte" i uke 10 + 11. Mest sannsynlig eldre person.
Fysiskutviklingshemmet, over 70år.
Demens
Eldre
Gammal heimebuande, etter samråd med heimetenesten.
Eldre hjemmeboende
Over 70 år
Hjemmeboende eldre
Eldre
Eldre heimebuande
Eldre ektepar 80 +
Eldre
Eldre

Svarene til de som ga bort komfyrvakt på annen måte er gjengitt i sin helhet under:

Vi ga bort komfyrvakt på annen måte. Hvilken måte?
På stand fikk folk skrive seg på liste. Vi har i etterkant foretatt trekning av vinnere og vi bistår ved installering.
Loddtrekning
Utlodding, trekning av vinner
Stand, Utlodding av komfyrvakt til en foreslått "Trequende" blant de som besøkte standen.
Vi lodder ut komfyrvakten etter at kunde har svart på questback.
Utlodning blant interesserte som besøkte stand
Trukket blant eldre som skrev seg på liste ved standen
Loddtrekning, sørget for montering selv.
Lodda ut komfyrvakten til person som besøkte stand.
Saman med informasjon og stand hadde me konkurranse om å vinne komfyrvakten. Dette skapte oppmerksomhet og engasjement. Vi publiserte også vinner av komfyrvakten og fekk meir informasjon ut på den måten

Utlodding på standen
Quiz der en måtte oppgi navn på en som trengte komfyrvakt
Facebook kampanje
Vi kjørte en konkurranse på Facebook
Skrev ned navn og tlf.nr. på de som besøkte stand
Konkurranse rettet mot alle innbyggerne i distriktet vårt
Loddtrekning via stands og på Facebook
Ved trekning via FB
Elektriker firma stilte opp og ga bort 3 stk.
Facebook konkurranse
I konkurranse via vår FB side og konkurranser på våre stand.
Loddtrekning
Ble loddet ut på Stand
Konkurranse på sosiale medier

Nedenfor er gjengitt hvem som installerte komfyrvakten:

Hvem installerte komfyrvakten? Brannvesen, feiere, DLE, NELFO, Andre?
Brann- og feiertjenesten, elektriker
Brannvesenet
DLE
Brannvesen
Skal utplasseres av brannvesenet. Presse inviteres
Eier, vinneren
Brannvesen og DLE
Brannvesen
Brannvesenet
Sakkyndig selskap
Helse
DLE
Brannvesen
Brannvesen
Brannvesen
Andre
Andre
Brannvesen

Brannvesen
Vinneren selv
Brannvesen
Brannvesenet
Brannvesenet
Brannvesen
Andre
Hjemmetjenesten i kommunen
Elektrobedrift
Brannvesenet.
DLE
Firmaet som holdt konkurransen
Beredskap
Brannvesen
Lokal installatør
Brannvesenet sammen med feier
Forebyggende avd. og DLE
Feiere
DLE
Forebyggende avdeling i brannvesenet

En forutsetning for å gi bort komfyrvakten var at den ble installert hos mottaker, og vi oppfordret til å bruke Nelfo lokalt for å sørge for kyndig installasjon. Av svarene over ser det ut til at mange brannvesen foretrakk å gjøre dette selv.

 **Kristian Henæs** Tar en jg om jg får en. Ellers altfor dyrt og få det installert.
Liker · Svar · 17 t

 **Linn Therese Stensen** Min mormor, som straks fyller 95, hadde hatt god nytte av en komfyrvakt 😊
Liker · Svar · 11 t

 **Monica Brække** Selv en brannmesterdatter kan trenge en komfyrvakt ! 😊
Liker · Svar · 21 t

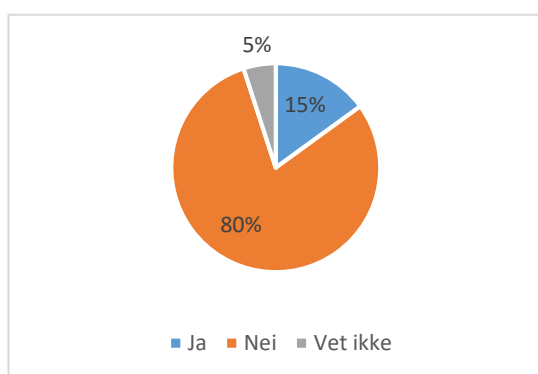
 **Hege Olavsén** Min mann sine besteforeldre trenger absolutt en komfyrvakt 😊
Liker · Svar · 14 t

 **Kristine Kolsrud** Da mine foreldre allerede har komfyrvakt - velger jeg å foreslå meg selv 🍀
Liker · Svar · 21 t

 **Trine Drillestad Bjør** Den ville jeg gitt moren min på 76 år. 🌹
Liker · Svar · 3 t

 **Cecilie Alexandra Kulseng** Ventsi Kirov trenger en , han glemmer å skru av komfyren hele tiden 🙄😁 ...
Liker · Svar · 15 t

Mosseregionen interkommunale brann og redning valgte å lodde ut komfyrvakt på Facebook, og ba folk skrive hvorfor akkurat de trengte en. Til venstre er eksempler på begrunnelser.

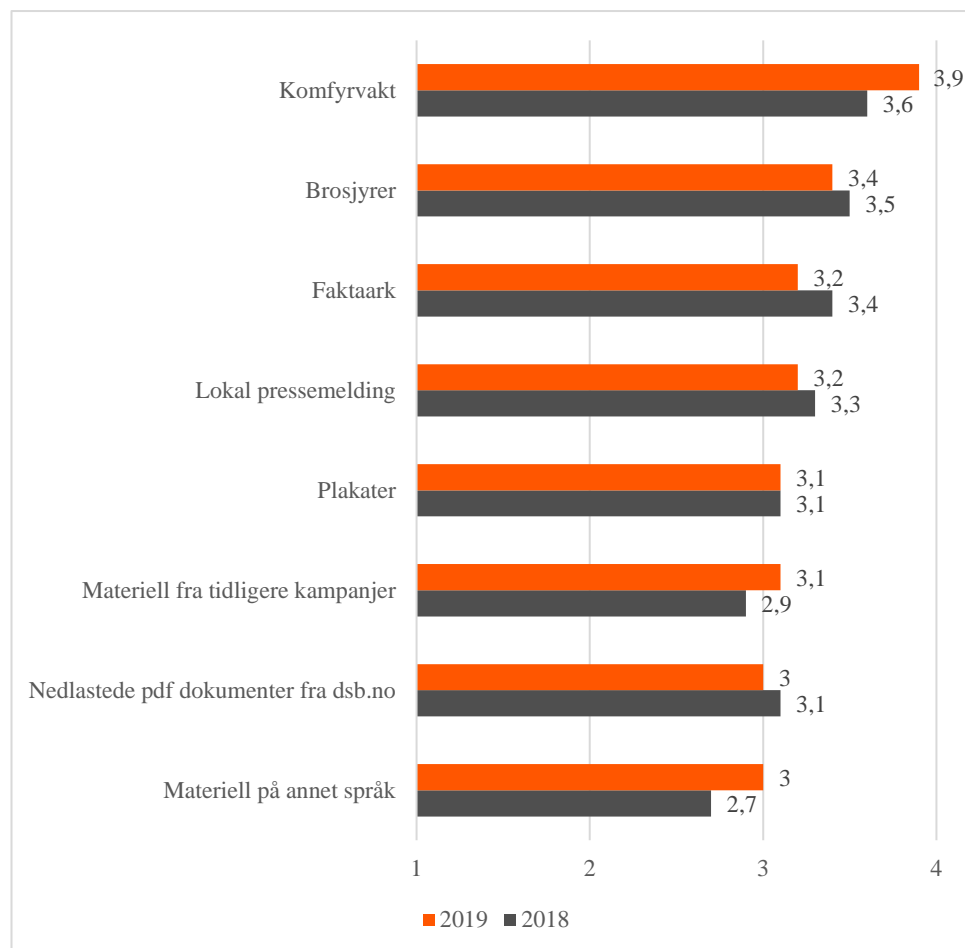


Respondentene ble også spurt om lokalpressen deltok på installeringen av komfyrvakt. 80 prosent svarer at lokalpressen ikke deltok (se under). Dette er et noe lavere antall enn forventet, gitt alle medieoppslagene vi har sett i etterkant.

Deltok lokalpressen på installeringen av komfyrvakt?

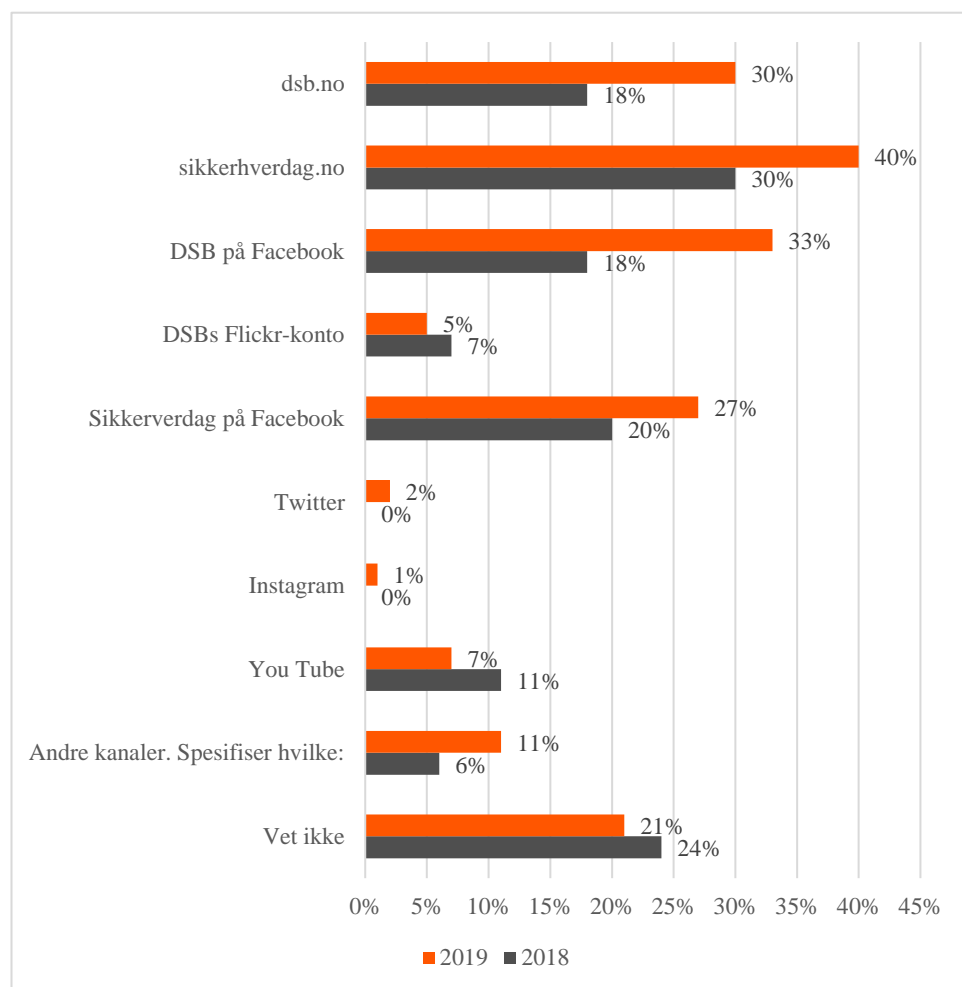
2.3.7 NYTTE AV MATERIELL OG KOMFYRVAKT

Respondentene ble spurt om hvor nyttig de syntes materialet til bruk i kampanjen var. På en skala fra 1 til 4, hvor 1 er ikke nyttig og 4 er veldig nyttig (Har ikke lest/sett og Vet ikke er utelatt), får komfyrvakten en gjennomsnittsscore på hele 3,9, se figur under:



Figur 13: Hvor nyttig vil du si materialet var?

Vi oppfordrer deltakerne til å dele å like det som legges ut på sosiale medier, og respondentene spurt om de i forbindelse med kampanjen delte tekst, bilder eller film fra hjemmesider eller sosiale medier. 40 prosent delte tekst, bilder eller film fra Sikkerhverdag.no, en økning fra 30 prosent i fjor.



Figur 14: Delte dere i forbindelse med kampanjen tekst, bilder eller film fra en eller flere av følgende hjemmesider eller sosiale medier? (Flere kryss mulig)

Nedenfor gjengis kanaler som ble spesifisert:

Andre kanaler. Spesifiser hvilke:
Hjemmeside
Elsikkerhetsportalen
Elsikkerhetsportalen
Elsikkerhetsportalen
Elsikkerhetsportalen
Egen produsert film
Filmen fra "Livsviktig" kampanjen mot eldre
Kommunens hjemmeside
Forfattet sjøl og brukte i media

2.3.8 SPØRSMÅL OG KOMMENTARER FRA PUBLIKUM

Respondentene ble også bedt om å komme med eksempler på spørsmål eller kommentarer de fikk om komfyrvakter fra publikum. Disse er i sin helhet gjengitt nedenfor:

Kan du gi noen eksempler på spørsmål eller kommentarer dere fikk om komfyrvakter fra publikum?	Pris Montering (vanskeleg) Kven leverer Kommentarar: Dårleg erfaring. For lett å løyse ut. Ikkje hjelp til justering. Har ikkje bruk for pga alder evt. "eg ser etter komfyren".
Det var 80 besøkende på standen og de fleste var fornøyde med den informasjonen de fikk.	Hvor får jeg kjøpt komfyrvakt, og hva koster det? Fungerer dette bedre nå enn tidligere? Hvordan fungerer komfyrvakten?
Dårlig produkt pga. masse unødige alarm. Kostbart. Veldig nyttig produkt. Publikum var veldig overrasket over omfanget av komfyrbrenner. Spørsmål om hjelp til montering.	Så gammel er eg heller ikkje enda at eg glemmer gryten på komfyren. (Gjenganger) Difor satsar vi på yngre i år og eldre igjen neste år.
Det er planlagt orientering med pensjonistforeningen, men ikke foretatt enda.	Godt tiltak Bra med påminnelse om montering og batteriskifte sensor Må skifte batteri i sensor relativt ofte
Spørsmål går i hovedsak ut på funksjon og pris.	Ingen
Må vi ha elektriker for å montere komfyrvakt? Kva koster komfyrvakta?	Pris
Er det påbudt? Hvordan virker denne? Jeg har induksjonstopp, må jeg ha komfyrvakt? Hva koster det å få installert? Hvilken høyde fungerer sensoren på? Et bra sikkerhetstiltak. Fin julegave eller bursdagsgave til mine foreldre. Hvordan skifter en batteri?	- Eg er ikkje så gamal og gløymesk enno at eg treng noko komfyrvakt. - Dette var nyttig å verta informert om. - Eg så det på TV og skjønner at komfyrvakt er ein viktig tryggleiksinntretning. - Eg er godt nøgd komfyrvakta som har fungert godt heime hjå oss.
Hva er dette? Det har vi allerede installert! Dette var interessant, det må jeg lese mer om. Jeg har brannalarmanlegg! (Informerte om nytten av komfyrvakt i tillegg)	Hvordan får jeg tak i komfyrvakt? Hvor mye koster den? Er den enkel å installere? kan jeg gjøre det selv? Hva når komfyrtopp og stekeovn er delt? plassert på forskjellige steder på kjøkkenet.
Hva koster dette? Jeg er ikke så gammel, dette er sikkert nyttig, men ikke aktuelt for meg enda, veldig bra en slik skal jeg ha.	Kan jeg steike flesk/ bacon med komfyrvakt? Må alle installere komfyrvakt? Veldig mange kommentarer om at de har hørt snakk om at komfyrvakt slår av ovnen hele tiden når du lager mat. Hvor får jeg kjøpt komfyrvakt?
Er dokker sikker på at vi kan montere sjøl :)	De fleste spørsmål er om vi (brannvesenet) selger komfyrvakter og hvorfor ikke? Kommentarene er at dette er for dyrt selvfølgelig. Da en ser utsalgsprisene mange steder, skjønner vi at dette er et bra innhugg i pensjonen for de eldre. Det er gjerne denne gruppa som kommer innom oss, og har spørsmål. Den yngre delen av befolkningen har gjerne dette installert grunnet nye boenheter eller nyoppussede.
Har i etterkant av kampanje, vorte kontakta av pensjonistar som har spørsmål om komfyrvakt og ynskjer å monterta komfyrvakt.	Masse kommentarer om hvem som hadde plassert ut komfyre rundt i distriktet, hvilket var meningen. Forklaring kom senere via lokal avisen, NRK Østfold (nyhetsinnslag), FB og våre hjemmesider.
Min far er ansatt i brannvesenet så jeg trenger ikke komfyrvakt. Jeg går aldri i fra og trekker alltid ut kontakter. Jeg har i alle år jobbet som installatør så jeg har kontroll på alt elektrisk utstyr hjemme. Komfyrvakt ja, så noe om det på nyhetene i dag. Det er viktig, jeg må få skaffet meg en slik. Jeg har full kontroll når jeg holder på med komfyren. Ikke relevant for meg.	Spørsmål om kostnader knyttet til disse og hvilke firma som kan levere montere
Hva gjør en når komfyrvakten begynner å varsle under middagslaging.	For det meste kommentarer til påmelding av komfyrvaktkonkurranse. Konkurransen er ikke et mål i seg selv, men et godt verktøy for å skape oppmerksomhet rundt temaet.
Mange gir tilbakemelding om at har induksjonsovn og derfor ikke trenger komfyrvakt.	Faren er at en slik konkurranse stjeler alt fokus. Men man må samtidig vedgå at det er vanskelig å engasjere folk på annet vis. Husk at materien er knusktør. Man må jobbe ekstremt kreativt, som ideen til Kristiansandsregionen brann og redning om å plassere utbrente komfyre rundt omkring, for å nå frem og få oppmerksomhet i dagens medie-/sosiale medie-bilde. Varianter av slike stunt bør kanskje innføres hvert år?
Kan vi montere selv. Kommer den til å pipe hele tiden. Hvordan justerer vi følsomheten på varmesensor. Ellers var det veldig mange som var positive ang stand. (Kjøpte komfyrvakt til meg selv min søster og mine foreldre på kampanjedagen.)	Vedlikehold, batteriskifte, installasjon, feilmeldinger, om en kunne lage mat som før.
Pris? Er ikkje så gammel at eg trenger komfyrvakt	
Åh eg er no ikkje så gamal enno. Eg har tenkt me skulle hatt ein slik. Ja, berre du får laga maten ferdig så. Takk for informasjon, det er viktig å ha fokus på dette	
Spørsmål:	

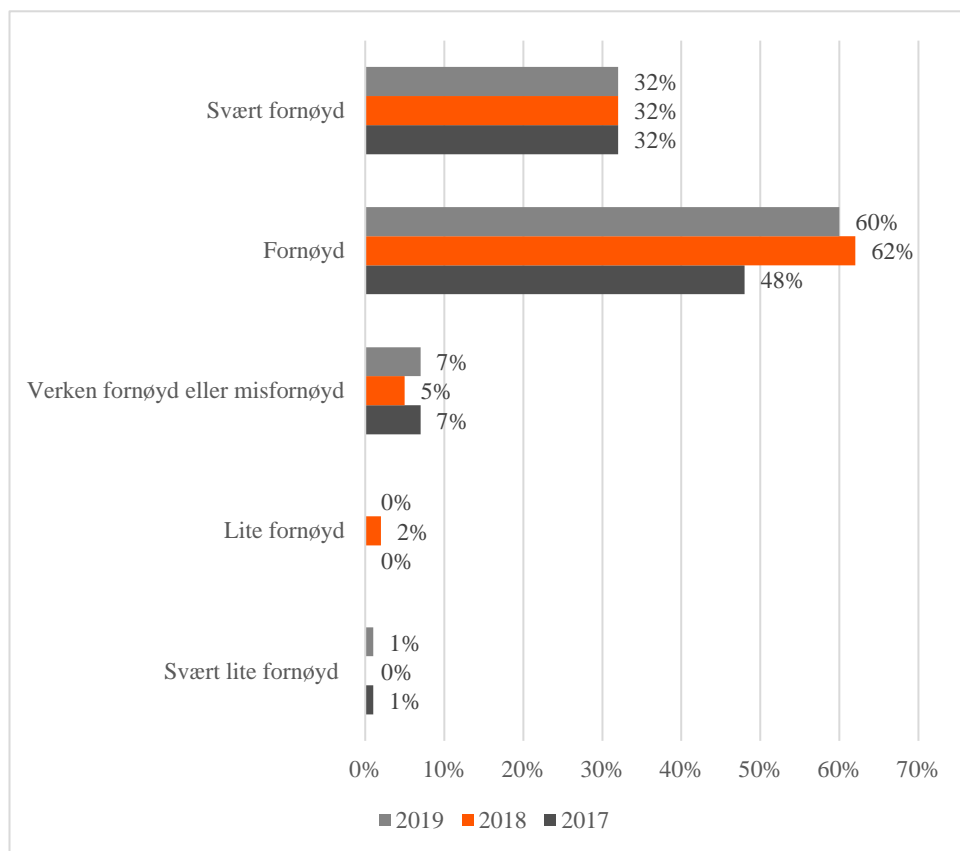
KOMFYRVAKT-KAMPANJEN

2019

Ingen	De lurte på funksjonen, hvordan den skulle installeres, hvem som kunne installere, pris, hvor de kunne kjøpe den.m.m. De fleste spørsmålene kan besvares av faktaarket.
Spørsmål er ofte om hvordan det fungerer/installeres? Må det brukes elektriker? Er den koplet mot brannalarmanlegget? Hva koster den? Er den mulig å justere følsomhet? - For øvrig veldig bra å kunne vise komfyrvakter på stand.	Skulle hatt med en komfyrvakt fysisk ut å vise frem. Pris er en ting folk er opptatt av, hva koste dette?
-det er dyrt -hvor får jeg tak i den -mye feil meldinger på komfyrvakt -jeg er ikke glemsk	Mange har vurdert å montere det! Mange synes det er for dyrt! Eldre synes de burde få det fra hjelpemiddelsentralen/NAV
Korleis virkar den? Kor mykje kostar ein slik? Kan vi montere den sjølv?	Dette var meget positivt mottatt. Det var flere eldre som syntes dette er et positivt tiltak. De sier at de føler seg mye tryggere. Håper virkelig at dette tiltaket fortsetter Mange spørsmål om montering.
Hvor mye koster den? Er det så viktig med den da? Skrur den ikke av komfyren heile tida da?	Hvordan fungerer den, Pris, hvem monterer
Kostnader og montering,	Hva koster den?
Veldig mange hadde sett på god morgen Norge. Veldig bra reklame på Tv2.	Hva koster en slik komfyrvakt? Er det plass bak komfyren til den? Har lenge tenkt på å kjøpe en slik, men de er så dyr. Koster jo flere tusen kroner.
Flere gikk faktisk til anskaffelse av en komfyrvakt etter at vi hadde snakket med de. (Var mulighet for å kjøpe på samme senter som vi stod)	Vi så innslag om komfyrvakt på TV i morges. En sånn skulle ale hatt. Har ikke bruk for, jeg forlater aldri komfyren. Jeg passer så godt på, at det er ikke nødvendig.

2.3.9 OPPFØLGING FRA DSB

Respondentene ble i undersøkelsen spurt om hvor fornøyde eller misfornøyde de var med oppfølgingen fra DSB i forbindelse med Komfyrvaktkampanjen. Deltakerne er i år om lag like fornøyde som de var i fjor år med oppfølgingen fra DSB. 92 prosent er fornøyd eller svært fornøyd i 2019, mens det var 94 prosent i fjor.se figur under:



Figur 15: Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med oppfølgingen fra oss i DSB i forbindelse med Komfyrvaktkampanjen 2019? (Undersøkelsestekniske forhold gjør at svarprosenten for 2017 er lavere enn 100%)

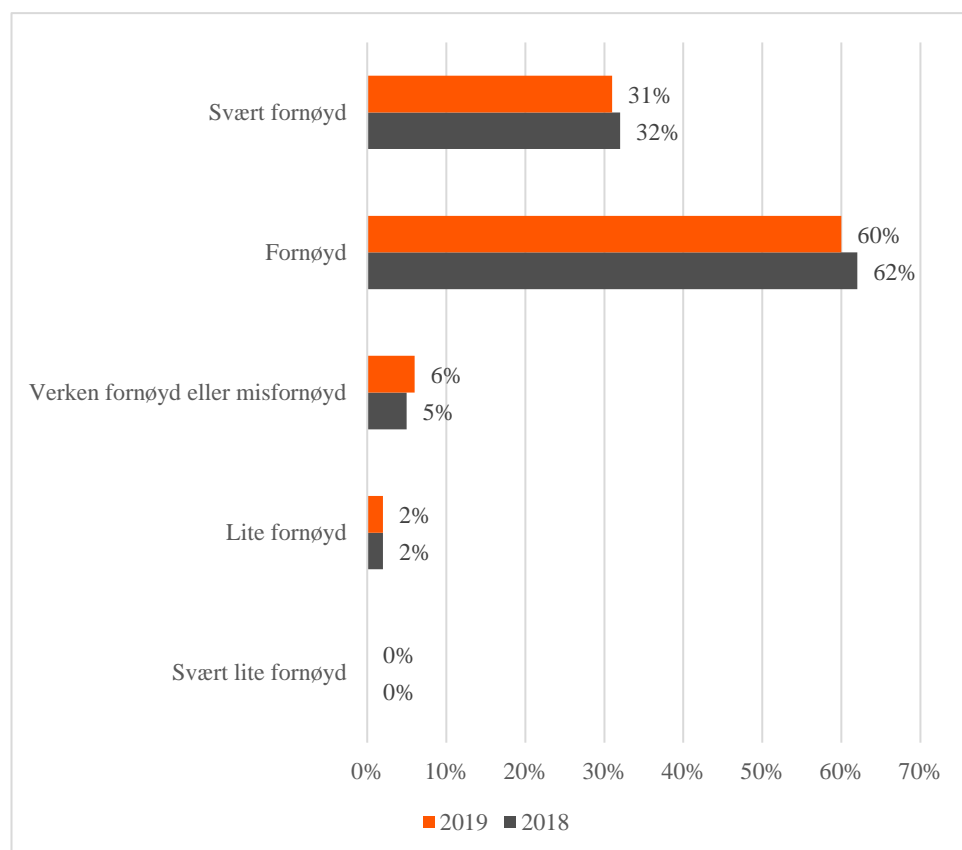
Alternativet utdyp gjerne ditt svar er gjengitt nedenfor:

Utdyp gjerne svaret ditt her:
Bra materiell og oppfølging, men informasjonen burde kommet tidlegare.
Me er ikkje på sosiale medier, men kjem der snart. Det er då svært nyttig å dela informasjon, filmar osv her.
Hadde vore ok med god brannstatistikk som viser trenden i forhold til komfyrrannar (og brannar generelt i bustader)
Å si at pressemeldingen kommer i god når den faktisk bare kommer få dager før blir misvisende. Lokal presse trenger ihvertfall en uke hvis de skal kunne bidra konstruktivt.
Skuffet over at ikke alle får Komfyrvakt

Skulle ha vært flere komfyrvakter å dele ut
Viktig med slike kampanjer der en får økt fokus og mediaomtale på sikkerhet i hverdagen. pressemeldingsforslag må komme tidligere.
Skulle ønske at den siste e-posten med tidsplanen kommer noen dager før komfyrvakt "uka" da vi fronter dette hele uka og trenger noe planleggingstid i et større IKS
Det hadde vært ønskelig med en komfyrvakt å vise frem
Litt sen info om kampanjedetaljer

2.3.10 FORNØYD MED KAMPANJEN

Respondentene ble også spurt om hvor fornøyde de var med komfyrvaktkampanjen, alt i alt. Hele 91 prosent er fornøyd eller svært fornøyd. Bare 2 prosent er lite fornøyd, se figur under:



Figur 16: Alt i alt, hvor fornøyd er du med komfyrvaktkampanjen 2018?

Utdypede svar er gjengitt under:

Utdyp gjerne svaret ditt her:

Fikk for sent info pga. sykmeldinger osv. internt

Stort sett fornøgd. Pressemelding bør sendast ut tidlegare.

Pensjonistlaget var fornøyd med foredraget vårt og gjorde at vi kunne knytte litt tettere kontakter med de for senere anledninger

Føler det blir for lite tid avsatt til å treffe flere som har behov. (grupper).

Hjelpemiddelsentral vil ikke montere komfyrvakter hos eldre hjemmeboende etter 16.05.2019 som er et dårlig budskap. DSB bør jobbe for å videreføre denne ordningen

Ytterligere kommentarer til kampanjen er gjengitt i sin helhet under:

Har du ytterligere kommentarer til kampanjen 2019?

Synd at man denne gangen ikke fikk tildelt komfyrvakt.

Me treff få kundar ved å stå på stand i vårt område og med har heller ingen lokalaviser som høyrer til her. Det vil derfor vera svært nyttig å kunne dele innlegg gjennom sosiale medier etc. for å nå mange på kort tid. Det er og nyttig å ha med relevant informasjon på tilsyn då det ofte er lettare å nå inn til kunden i denne situasjonen eller om han vert stoppa på gata.

Meget positivt tiltak.

Svært godt tilrettelagt og gjennomført fra DSB sin side.

Ferdigtrykket infomateriell og tildelt komfyrvakt for utdeling gjorde dette arbeidet lett å gjennomføre.

Godt mottatt fra våre kunder.

Honnør til alle de som har bidratt med tilrettelegging og gjennomføring

Dårlig valgt tidspunkt, midt i veka, lite folk. Burde heller brukt ein lørdag.

Godt jobba!!

Kanskje greitt å freshe opp brosjyra litt....

Vi inviterte alle installatørene i området til å stille på stand med oss for å markedsføre komfyrvakter i deres sortiment.

KOMFYRVAKT-KAMPANJEN

2019

Det var en som stilte opp med godt tilbud på komfyrvakter. Mange ga tilbakemelding om at det var bra. Da fikk de kjøpt seg en mens de hadde fokuset.	(gjerne animert) som viser installasjon og funksjon. Gjerne rettet mot flere aldre, ikke kun eldre.
Meg bekjent er det slutt på utdeling/lån av komfyrvakter fra hjelpemiddelsentralen. Vi når i alle høve et husvære på år med denne ordninga fra dokke.	Vær så snill og forny påmeldinga deres, slik at vi som IKS slipper å sende inn flere påmeldinger. Det kan ikke være sånn, den tid er over!
Takk.	Svært viktig med slike nasjonale kampanjer der vi får satt fokus gjennom økt medieomtale på sikkerhet i hverdagen.
Kunne gjerne tenkt oss å fått noen komfyrvakter til neste år.	Savnet noe å dele ut (i tillegg til brosjyrer), slik vi har hatt tidligere. Enklere å komme i kontakt med personer da. Plakater fungerer greit, men en enkel roll-up for kampanjen ville vært supert.
Vi kjem til å vere med neste år og. Vi har litt dårleg kapasitet pga kommunesamanslåing i år.	Vi kjører på med bedre forberedelse neste gang og utvide.
Sørg for at alle får noe eneste år.	Hadde vært bedre kampanje viss vi hadde fått en komfyrvakt.
Pressemelding burde kommet ut litt tidligere	Burde vært noe som vi kunne gitt til befolkningen i hand en sjokolade eller sukkertøy, evt noe annet nyttig.
Det er sjølvsagt viktig at brannvernet kan få dele ut ein gratis komfyrvakt - det vert lagt merke til i lokalmiljøet!	På tide og bytte ut tidligere Roll up - "Mors kjøttkaker"
Takk til Kbr regionen for god ide m utbrente komfyrrer	Dette må fortsette.
Utbrente komfyrrer i bybildet fikk stor oppmerksomhet, og svært mange hadde fått med seg at det var komfyrvaktdagen (pga. god dekning i media)	Oppfatter at største barrieren for å få instalert komfyrvakt er monteringen. Den gruppen som trenger komfyrvakt sjølv har ikkje ressurser til å stå for montering sjølv.
Komfyrvakt har fått en "dårlig start på livet". Tiltro til produktet er lavt både hos feiere, inspektører og DLE. Jeg mener komfyrvakt trenger et "løft". Før mange tror at komfyrvakt ikke fungerer, kobler ut for tidlig og manipuleres av bruker. Om dette er riktig vet jeg ikke, men tilliten og kjennskap til produktet er alt for lavt.	Kanskje bør vi samarbeide, gjerne på nasjonalt nivå, om å få elektrofirma til å tilby ferdig montert komfyrvakt til en fast og gunstig pris ??
Veldig bra tiltak med utdeling av komfyrvakter.	Slutte med brosjyrer og lignende Det fungerer dårlig. dette blir kastet rett etterpå uten å bli lest
Kampanjen manglet det sentrale med komfyrvakt utdeling sentralt. Uheldig at brannvesenets budsjett som er presset fra før må benyttet til kjøp for å få god blest rundt en slik viktig kampanje.	Vi opplever at vi trenger noe som fanger interessen i større grad. Usikker på om det å stå på stand eller prate om tiltaket i media har noen effekt i det hele tatt, og dette er vanskelig å måle. Vi prøvde å lage en sak i lokalavisen der en ung familie med branntilløp på kjøkken skulle være et viktig og relevant eksempel, men familien trakk seg. Vi trenger slike tilfeller, der folk intervjues, og ikke bare eldre folk, slik at kampanjen får "et ansikt" ?!
Hadde vært fint med en sentralt laget video om komfyrvakt	

3 KAMPANJEN PÅ FACEBOOK OG NETTSIDE – SIKKERHVERDAG.NO OG DSB.NO

3.1 METODE

Sikkerhverdag.no (Facebook og nettside) er primærkanalen for kampanjen for å nå befolkningen. I tillegg benyttes dsb.no som kanal for deltakerne (brannvesen, DLE og andre) når det gjelder kampanjemateriell og generell informasjon til deltakerne. Det er primært epost som brukes i kommunikasjon med deltakerne som har meldt seg på kampanjen.

I kampanjeuken publisert DSB fire oppslag på Facebook-siden til Sikkerhverdag.no og tre oppslag på Facebook-siden til DSB. I tillegg ble tekst om komfyrvakt "løftet opp" på nettsiden sikkerhverdag.no. En gjennomgang av brukergenererte klikk og statistikk for disse kanalene er utført av DSB/KOM.

Nettsiden dsb.no har en egen side for komfyrvaktkampanjen der deltakerne kan laste ned materiell. Det er dessverre ikke tilgjengelig statistikk for hvor mange som faktisk har benyttet seg av denne muligheten. Vi spør imidlertid deltakerne om de har lastet ned materiell (se undersøkelsen foran). Ca en fjerdedel av deltakerne svarer at de har lastet ned materiell fra dsb.no.

3.2 FACEBOOK – SIKKERHVERDAG

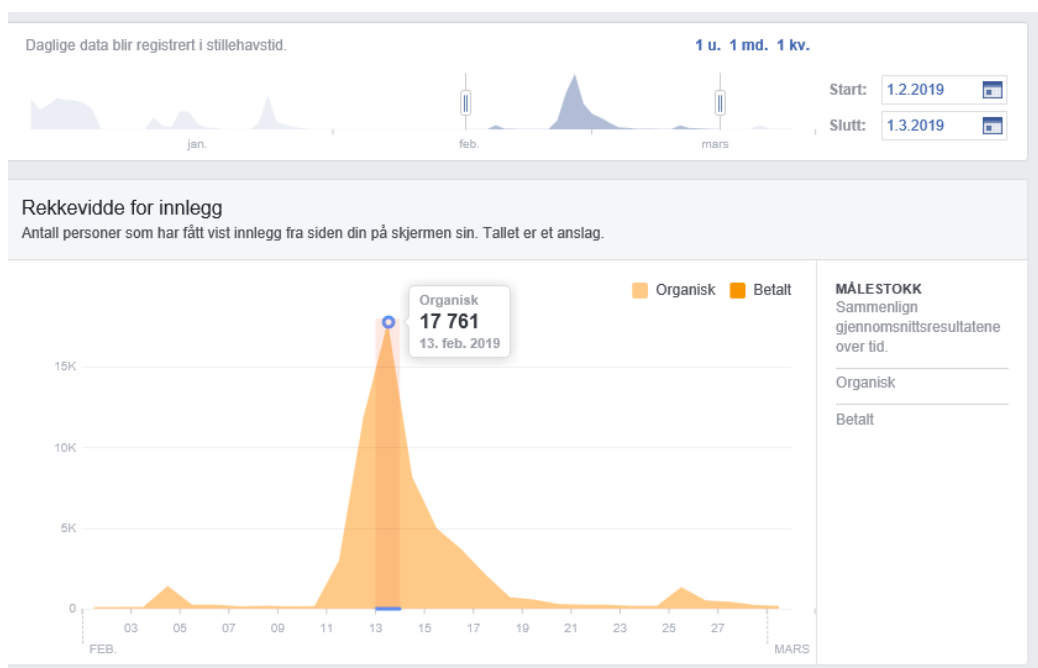
Sikkerhverdag er den viktigste av DSBs kanaler under kampanjen for å nå *befolkningen*, og det er primært Sikkerhverdags Facebook-side som brukes i kampanjeuken. Sikkerhverdag har færre følgere enn DSBs Facebookside.

3.2.1 OPPSLAG

The collage shows five Facebook posts from the 'Sikkerhverdag.no' page:

- Post 1 (Feb 11, 16:00):** Text post asking if the user knows that a kitchen fire is the most common home fire. Includes a photo of a kitchen with a stove.
- Post 2 (Feb 13, 12:40):** Text post about 100 representatives from fire and rescue services meeting to discuss the campaign. Includes a photo of firefighters.
- Post 3 (Feb 13, 09:40):** Text post from Rogaland brann og redning IKS about a fire drill. Includes a photo of firefighters.
- Post 4 (Feb 12, 10:12):** Text post stating that half of all fires start in the kitchen. Includes a video of a kitchen fire.
- Post 5 (Feb 14, 11:13):** Text post about Valentine's Day, suggesting a romantic dinner and a kitchen fire prevention tip. Includes a photo of a kitchen.

3.2.2 REKKEVIDDE

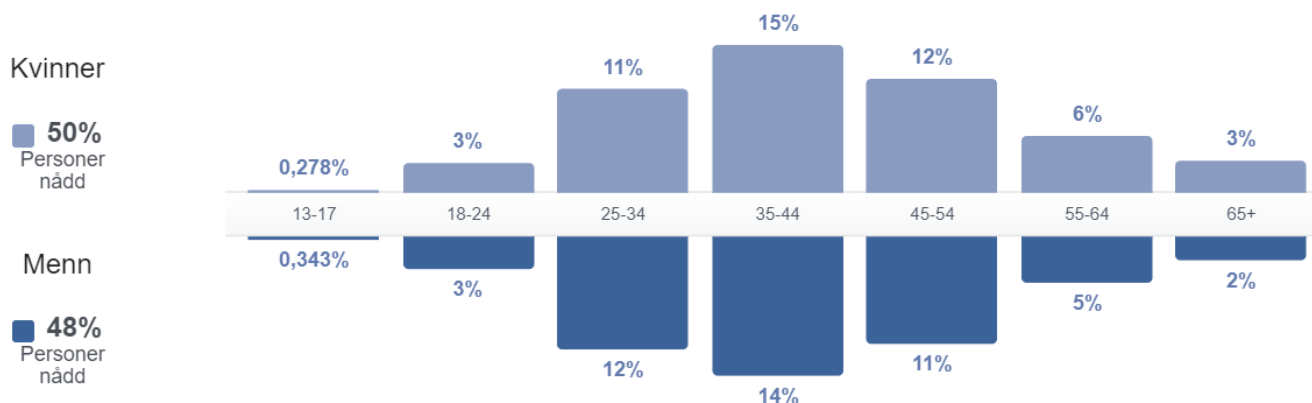


Tidligere år er det betalt for økt rekkevidde for noen av sakene vi har publisert på Sikkerhverdag.nos Facebookside. Det gjorde vi ikke i år, og forklarer hvorfor årets tall er lavere enn tidligere. Rekkevidde de andre årene har vært fra 315 000 i 2017 til 498 000 i 2018. Facebooks algoritmer gjør at det må betales stadig mer for å nå samme antall personer. Allikevel ser vi av grafen over at det er god rekkevidde for saken som er publisert på kampanjedagen.

Den totale omtalen av kampanjen i sosiale medier inkluderer også andres saker. Totalt sett er det flere oppslag om komfyrvaktkampanjen på Facebook i år enn tidligere. Dette skyldes at deltakerne lokalt (primært brannvesenet) i større grad har publisert saker om kampanjen, og delt våre saker (sjekk).

3.2.3 MÅLGRUPPER – HVEM NÅDDE VI? KJØNN OG ALDER

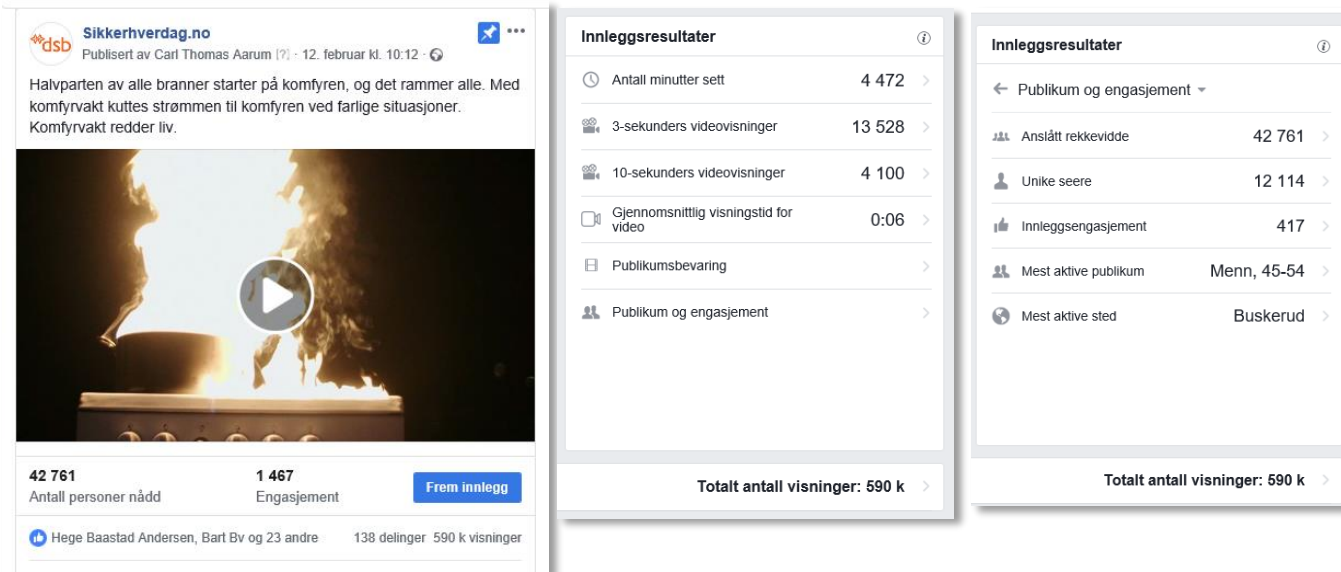
Under er en oversikt over kjønn og alder for personer som nås gjennom Facebook-siden. Det er noe flere kvinner som nås enn menn.



Når det gjelder *følgere* er det noe flere menn enn kvinner.

For *spesifikke målgrupper*: OBRE brukte noen av de oversatte kampanjetekstene om komfyrvakt på sine Facebooksider under kampanjen, med stort hell (opplyst i samtale med OBRE).

3.2.4 KAMPANJEFILMEN VISNINGEN

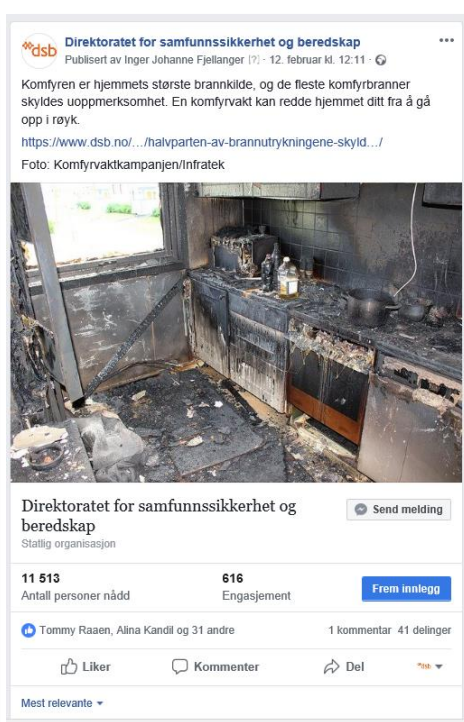


En gjennomgang av statistikken for kampanjefilmen "Visningen" som ble publisert 12. februar viser at filmen totalt har nådd over 40 000 personer. I overkant av 13 000 personer har sett tre sekunder av filmen, og ca 4000 har sett ti sekunder. Dette er resultater som er typiske for Facebook-filmer (mange blir eksponert for filmen ved å scrolle nedover "feed"-en, men faller fort fra) og omtrent på samme nivå som i tidligere år. Gjennomgangen viser også at de mest aktive seere av filmen var menn mellom 45 og 54 år, og at innbyggere i Buskerud fylke var mest aktive.

3.3 FACEBOOK - DSB

3.3.1 OPPSLAG

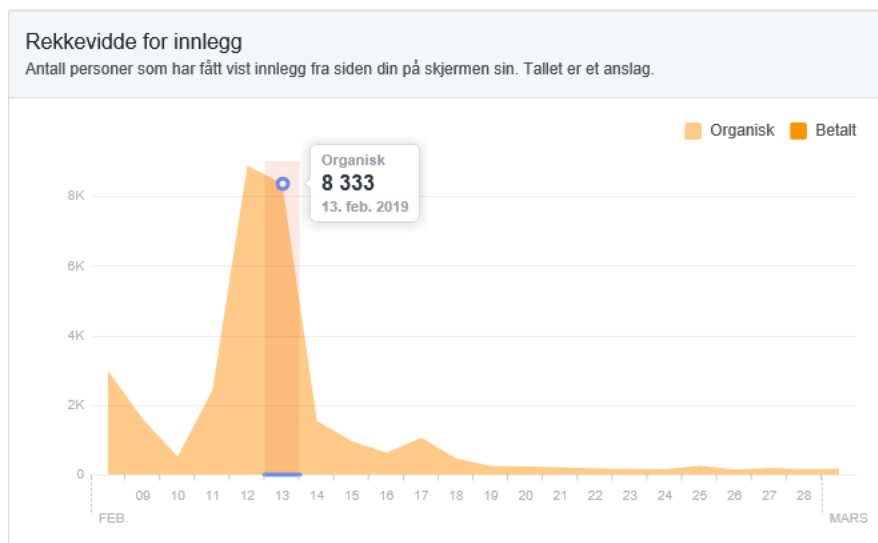
DSBs Facebookside er først og fremst en viktig kanal for å nå tilsynsobjekter, samarbeidspartnere og andre vi har en forvaltningsrolle overfor, for eksempel målgrupper som brannvesen og DLE. I kampanjeuken publiserte vi tre saker på DSBs Facebook-side, hvorav ett var deling av oppslag fra Rogaland brann og redning IKS.



3.3.2 REKKEVIDDE

Publisert	Innlegg	Type	Måretting	Rekkevidde	Engasjement
07.03.2019 10:47	Har du ledererfaring og erfaring fra tilsynsarbeid? DSB har ledig stilling som			3,1K	94 22
05.03.2019 20:09	Måterefarer trenger ikke være...A4... :)			3,3K	745 71
05.03.2019 15:09	Vil du jobbe med forvaltningen av Siviltforsvarets personell internasjonalt?			5,3K	326 66
13.02.2019 12:52	I dag står flere hundre representanter fra brann- og redningsvesenet, Det lokale			2,7K	97 33
12.02.2019 12:11	Komfyren er hjemmets største brannkilde, og de fleste komfyrbrenner			11,5K	464 152
12.02.2019 10:06	I disse dager arrangeres Komfyrvaktkampanjen over hele landet.			3,1K	270 78
11.02.2019 15:43	- Vi oppfordrer alle, uansett funksjonsevne, til å hjelpe hverandre i en			2,6K	109 32
08.02.2019 11:01	Åpent og gratis informasjonsmøte om egenberedskap, Sandefjord 4. mars.			317	7 2
07.02.2019 13:02	Presentasjonene fra Samfunnsikkerhetskonferansen 2019 er			4,1K	138 54
06.02.2019 13:12	Hvorfor samler vi over 600 deltakere fra hele beredskapsfamilien til			2,7K	78 35
06.02.2019 13:05	Programredaktør i NRK, Kyrre Nakkim, oppsummerer sitt hovedbudskap til			2,1K	41 10

Statistikk fra Facebook viser økning i rekkevidde for oppslagene på DSBs Facebook-side på kampanjedagen (se over). Økningen i rekkevidde på kampanjedagen er hundre prosent organisk, dvs. ikke betalt (se under).



3.4 SIKKERHVERDAG.NO (NETTSIDEN)

I materiell, pressemelding og i omtale av kampanjen viser vi til sikkerhverdag.no for å lese mer om komfyrvakt.

Hovedoppslag på sikkerhverdag.no i kampanjeperioden:



4 KAMPANJEN I MEDIENE

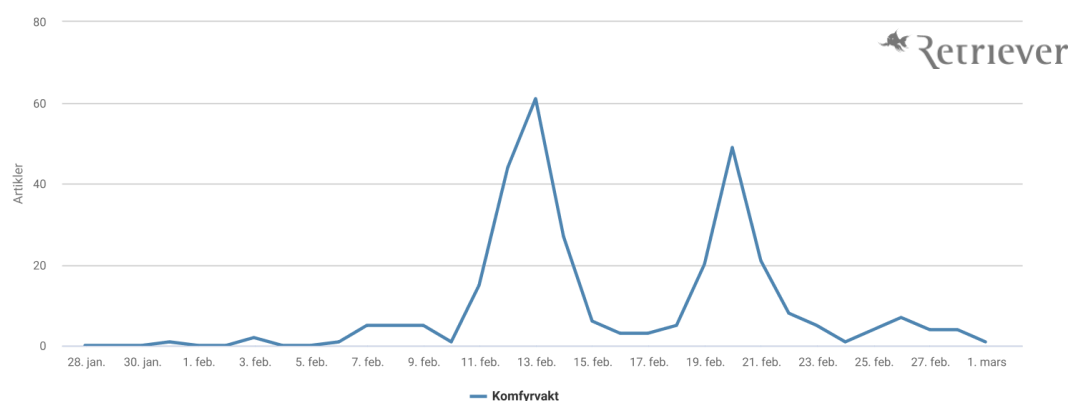
4.1 METODE

Medieanalysen er gjort ved en gjennomgang av medieklipp fra Retrievers analyseverktøy (Monitor), og er utført av Kommunikasjonsavdelingen, DSB. Retrievers overvåkning fanger ikke alltid opp alle mediesakene, og er spesielt svak på etermedier. De reelle tallene kan derfor være høyere.

DSB har flere søk hos Retriever som er relevante for kampanjen: Kjøkkenpraten (som også inkluderer søkeordet komfyrvakt), Alt vi kan mot brann og komfyrvakt/komfyrvaktkampanjen. De to første søkene har vært med siden oppstart, mens det siste ble først eget søk i 2017. For å få frem utviklingen over tid er det derfor benyttet en kombinasjon av flere søk og søkeord.

4.2 SAMMENDRAG

Det var enorm mediedekning av kampanjen i år.



Grafen over viser forekomsten av ordet komfyrvakt i presseklipp for februar, brutt ned på dager. Oversikten viser to tydelige topper:

- 1) Kampanjedagen onsdag 13. februar
- 2) Uken etter, onsdag 20. februar, da det stormet som verst rundt NAVs beslutning.

Det var som i tidligere år veldig bra uttelling i lokale medier når det gjaldt omtale av de som hadde mottatt komfyrvakt, og vi ser at mange deltakere følger oppfordringen om å invitere pressen ved overrekkelsen og installasjonen.

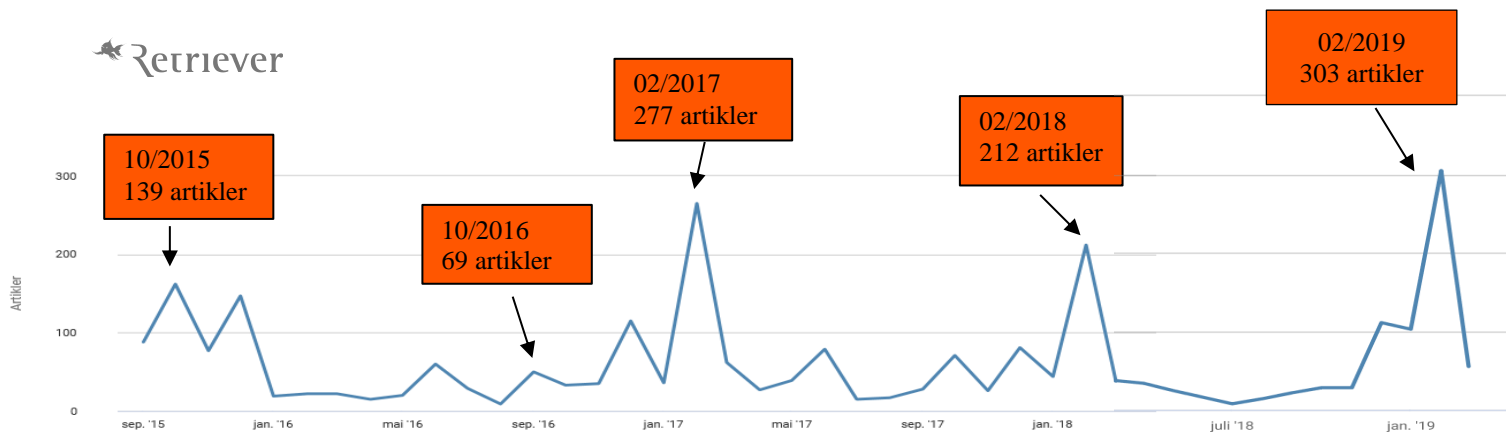
Brannvesenet tok initiativ til de utbrente komfyrene som ga ekstra stor medieomtale av kampanjen, også i riksmidlene. Ideen kom opprinnelig fra Kristiansandregionen brann og redning IKS, og store og små kommuner over mesteparten av landet fulgte opp med utbrente komfyre på jernbanestasjoner, utenfor handlesentre og andre steder der folk ferdes.

I år fikk vi også generelt mer medieoppmerksomhet i riksmidlene, noe som for en stor del skyldes Oslo brann og redning som snakket om kampanjen i TV2s God morgen, Norge og som senere ble vist i TV2 Nyhetskanalen hele kampanjedagen.

4.3 PRESSEKLIPP – PAPIR OG NETT

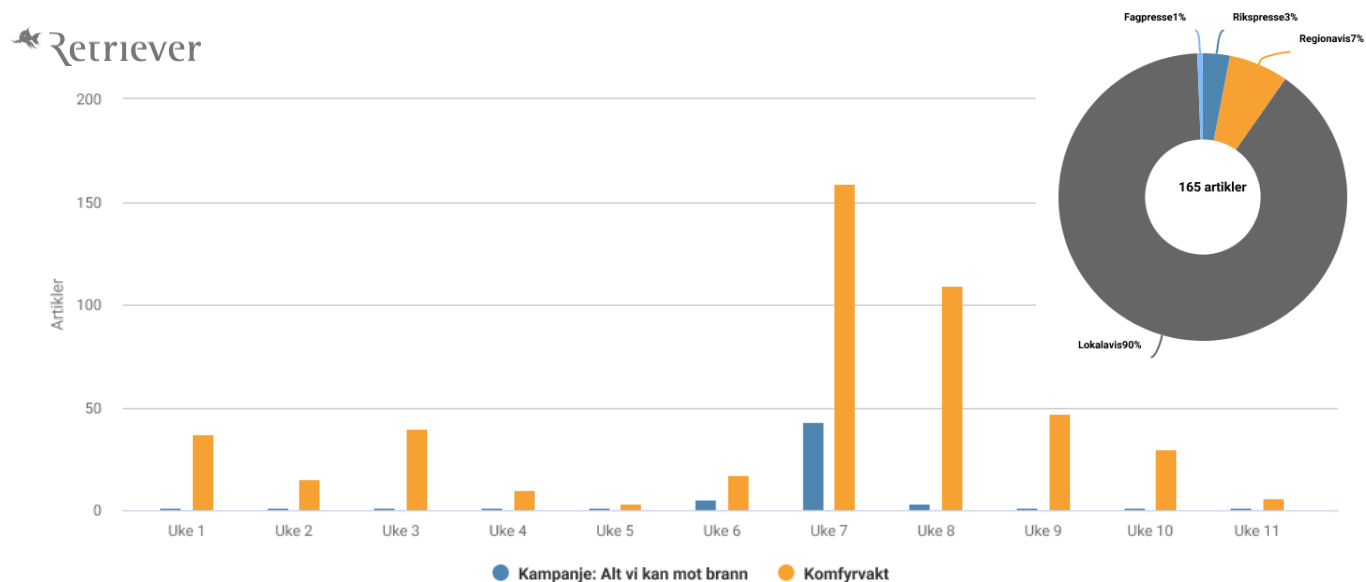
4.3.1 KOMFYRVAKT I MEDIENE 2015 - 2019

Under er en oversikt over presseomtalen av komfyrvakt siden vi først startet med komfyrvaktkampanjer i 2015. I 2016 hadde vi ikke komfyrvaktkampanje, men toppen 1. oktober viser Kjøkkenpraten, der komfyrvakt også var et tema. Grafen under viser tydelige topper rundt kampanjedagene.



Grafen illustrerer også økningen i medieomtale i årets kampanje for søkeordet komfyrvakt, og at det er ny rekord i antall artikler med 303 artikler, en markant økning fra i fjor.

4.3.2 MEDIEDEKTNING 1. KVARTAL 2019 – ÅRETS KOMFYRVAKTKAMPANJE

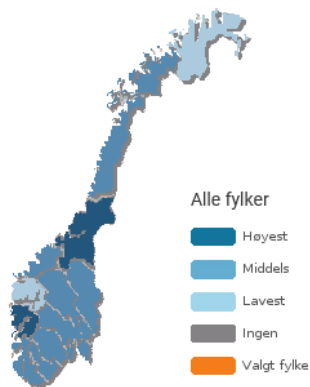


Grafen over viser mediedekning på søkene komfyrvakt og Alt vi kan mot brann i årets første kvartal. Vi ser en svært så tydelig topp i ukene rundt kampanjen (med kampanjedagen 13. februar i uke 7). Antall oppslag er fortsatt høyt i ukene etter. Samme tendens har vi sett i tidligere år, og støtter også det vi ser av svarene fra deltakerne i undersøkelsen foran: Mange planlegger aktiviteter senere.

Den sorte sirkelen bekrefter det vi ser av artiklene at det er først og fremst lokalavisene som har oppslag om kampanjen.

4.3.3 DEKNING PER FYLKE

Dekning per fylke Kampanje: Alt vi kan mot brann

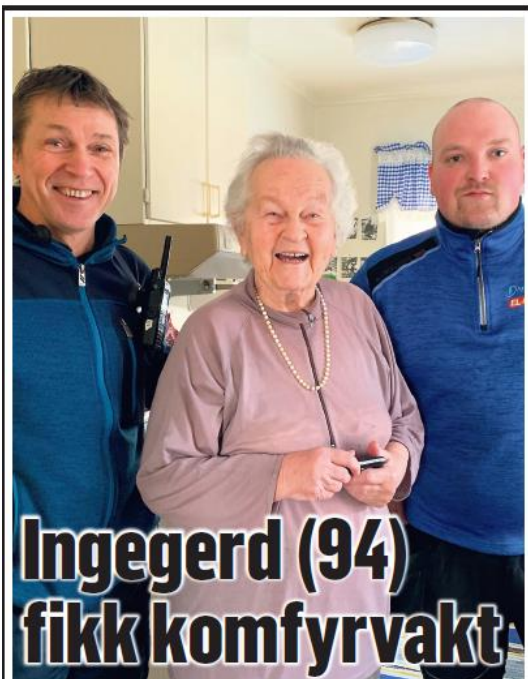


Retriever

Alle fylker	
Hordaland	17
Trøndelag	16
Møre og Romsdal	15
Østfold	14
Telemark	13
Aust-Agder	12
Vest-Agder	12
Nordland	12
Troms	12
Oppland	12
Buskerud	12
Akershus	11
Oslo	11
Vestfold	11
Rogaland	11
Hedmark	11
Sogn og Fjordane	10
Finmark	10

Oversikten viser hvordan analysen av presseklipp kan være et godt supplement til de andre undersøkelsene. Hordaland, Trøndelag og Møre og Romsdal topper her antall presseklipp om kampanjen. Oversikten stemmer overens med svarene vi fikk fra undersøkelsen blant deltakerne i kampanjen, der de samme tre fylkene går igjen blant de som hadde fleste deltakere og aktiviteter, i tillegg til Oppland fylke som riktignok ikke har like mange mediasaker.

4.3.4 EKSEMPLER PÅ MEDIEOPPSLAG



Eksempler på medieoppdrag der lokale deltakere i kampanjen har invitert pressen til overlevering og installasjon av komfyrvakt til en person i en risikoutsatt gruppe, her hhv en eldre kvinne og en eldre mann. Oppslaget er også et godt eksempel på lokalt samarbeid mellom representanter for brann og el.

Fotens Blad • Onsdag 6. mars 2019



93 år gamle Hallvard Hilsen på Raufoss er blitt bittelag eier av komfyrvakt. Her står han sammen med branninspektør Tony André Lien (t.v.), Trond Granlund, varabrannsjef og leder for forebyggende avdeling, og Erik Reiersen, avdelingsleder i Elisikkerhet Norge AS.

Hallvard (93) fikk seg komfyrvakt

KOMFYRVAKT-KAMPANJEN 2019

Her er noen eksempler på alle nyhets sakene om utbrente komfyrer. Med klokka fra øverst til venstre: Haugesund, Vestby, Moss, Asker og Bærum, Etne og Haugesund. I tillegg ser vi av andre medieklipp at de hadde utbrente komfyrer i Risør, Råde, Trondheim, Arendal, Tvedestrand og Kristiansand og mange andre steder.

Foto: Haugesund brannvesen



Brunevarer på avveie på Sonsveien og Vestby stasjon



Foto: Vestby Avis

Komfyr, Vestby stasjon Foto: Amund Lågbu

Grannar Nyhende Sport Kultur Logg inn



Denne utbrente komfyrer står utanfor Etne senter. Brannvesenet forklarer kvifor.

Brent komfyr på gaten



Foto: Asker og Bærum budstikke

1/2 KOMFYR: Tre utbrente komfyrer har siden mandag stått utplassert på tre forskjellige steder i Asker og Bærum. FOTO: BRANNVESENET

Av Kim Van Der Linden

12. februar 2019, kl. 14:08

Mosseregionen interkommunale brann og redning - MOVAR IKS

21 t

Mange har lagt merke til brente komfyrer / kjeler rundt i distriktet vårt de siste dagene. Det er forebyggende avdeling i brannvesenet som har plassert ut disse. Hvem mener du burde få en komfyrvakt i sitt hjem? Vi trekker en heldig vinner innen fredag 15. februar! 😊 (Inkluderer ikke montering).



Her er oppslag fra Dagbladet/Din side 13. februar.



SVIDD PIZZA VED KJØPSESENTER: Mange har lurt på hva de brente ovnene med terrakotte kjeler og svidd pizza har gjort på steder som dette. Det er altså verken kunst eller hensatt søppel. Det er en kampanje for å vekke oppmerksomhet rundt hva en terrakotte kjele kan gjøre av skade, i forbindelse med Komfyrvaktdagen 13. februar. Foto: Mosseregionens interkommunale brann og redning (MIB)

Komfyrvakt

Derfor kryr det av utbrente ovner og svidd pizza ute nå

Brannvesen ønsker oppmerksomhet i forbindelse med «Komfyrvaktdagen».

EN MÅNED

Av Kristin Særdal

Brannvesen ønsker oppmerksomhet i forbindelse med «Komfyrvaktdagen».

EN MÅNED

Av Kristin Særdal

Du har kanskje også sett dem, der du bor? Svartbrente komfyrer som «forsøpler» på offentlige steder?

Bilder av brente stekeovner med svidde kjeler og ferdig svidd pizza, plassert på offentlige steder som på togperrongen, utenfor togstasjonen og utenfor kjøpesenter og lokalbutikk har skapt både undring og harme på lokale Facebook-grupper den siste tiden.

Mange lurer på hvorfor noen har satt fra seg søppel slik mens andre spekulerer i om det er snakk om en kunstinstallasjon.

Det er altså ingen av delene:

Komfyrvaktkampanje

Det er snakk om lokale brannvesen som har en kampanje for å vekke oppmerksomhet rundt hvor farlig en komfyrrann er.

Mosseregionens interkommunale brann og redning (MIB) er et av de lokale brannvesen som har svidd opp en antall komfyrer og dermed plassert dem ut på strategiske steder i sitt distrikt.

Dette skjer i forbindelse med at det er Komfyrvaktens dag, onsdag 13. februar.

- Bakgrunnen for at vi har valgt å sette ut brente komfyrer med pizzaer, kasseroller med svidde bøtter, pasta m.m., er å forhåpentligvis nå ut med informasjon om hvor farlig en komfyrrann er på en bedre måte enn tidligere. Dette er et visuelt og realistisk bilde av en hendelse, hvor konsekvensen kan være dødelig, forteller Mette J. Kaspersen, avdelingssjef for forebyggende avdeling ved MIB til Dinside.

Sammenlignet med i fjor fikk som nevnt tidligere mye oppmerksomhet i riksmidlene, ikke minst skyldes dette TV2s oppslag med OBRE 13. februar, se under:



Slik kan en komfyrvakt hindre kjøkkenbrann

Del Twitre God morgen Norge på Sumo

Brann- og redningsvesenet hadde 3 547 brannutrykninger til boliger i Norge i 2018. Hele 45 prosent av utrykningene skyldes komfyren. Derfor ønsker brannvesenet å fokusere på betydningen av en komfyrvakt. Den slår komfyren av før temperaturen på kokeplatene blir høy. Sensoren oppdager fare for brann, utløser en alarm og skruer av komfyren.

Se mer fra **God morgen Norge**

24 - publisert 2 timer siden

Uken etter kampanjen sørget NAV og alle som kastet seg inn i debatten om komfyrvakt som del av sortimentet hos Hjelpemiddelsentralen for massiv medieoppmerksomhet.



Det var massiv motstand fra brannvesenet og samarbeidspartnere i alle kanaler, godt ledet av OBRE som intervjues i innslaget over fra VGTV. Det var oppslag i riksmidier, etermedier og lokale nettaviser, spesielt var det mye onsdag 20. februar.

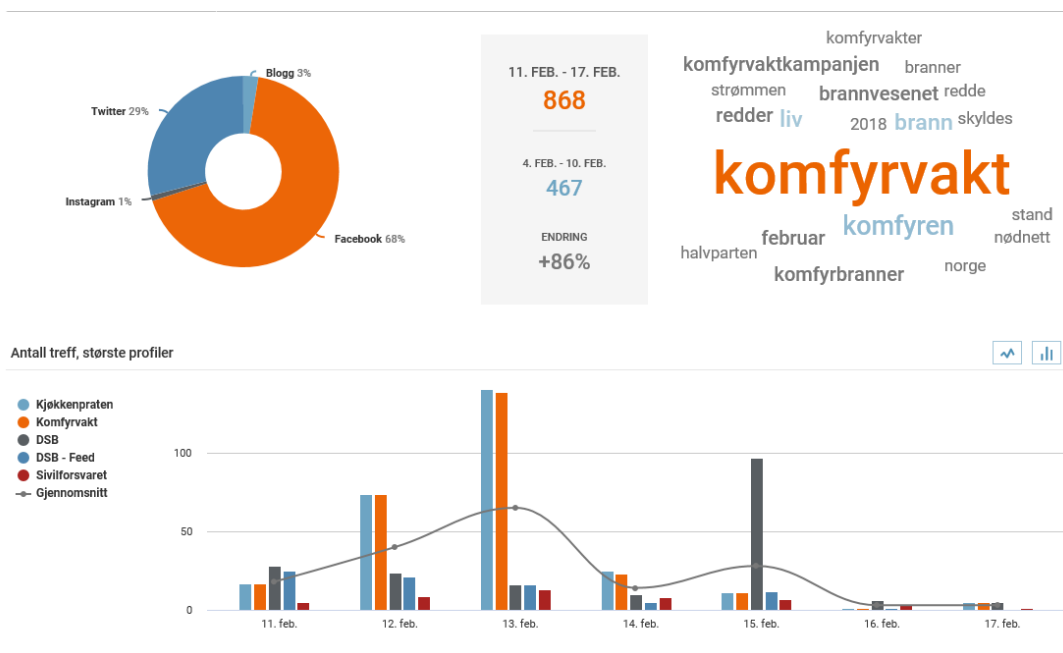
Også Nettavisen (øverst til høyre) hadde omtale, samt en uformell spørreundersøkelse.



4.4 OPPSLAG I SOSIALE MEDIER

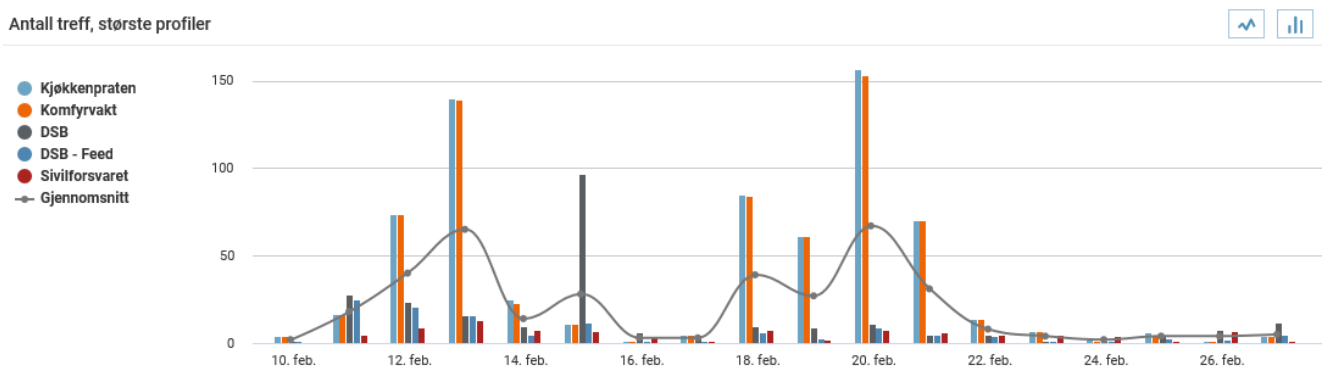
4.4.1 ALLE SOSIALE MEDIER – KAMPANJEUKEN

Mens det i kampanjeuken i fjor var 190 oppslag var det i år hele 868 oppslag i tilsvarende periode. Under ser vi oversikt over alle sosiale medier i uke 7, som viser at det var aller flest oppslag hoveddagen for kampanjen 13. februar. Det er aller mest oppslag på Facebook (68 prosent). Twitter står for 29 prosent av oppslagene, noe som er litt interessant i og med vi ikke hadde valgt å prioritere denne kanalen fra sentralt hold.




NB: Oversikten inkluderer DSB største profiler/søkeord, ikke bare søk på komfyrvakt. Siden 2019 ble spesiell på grunn av NAV-saken uken etter har vi også tatt med en graf som viser fordelingen i uke 8. Der kan vi se at antall oppslag i sosiale medier i uke 8 faktisk overgår tallene fra kampanjeuken, uke 7.

Det er motsatt når det gjelder medieklipp for øvrig, der det var flere oppslag i kampanjeuken. Trolig er forklaringen at NAV-saken tok av i sosiale medier, spesielt brannvesenet tok i bruk Facebook til dette.



KOMFYRVAKT-KAMPANJEN 2019


Under er et godt eksempel på hvordan et brannvesen publiserte saker på Facebook under kampanjen, første gang rundt kampanjedagen med informasjon om kampanjen og lokale aktiviteter, og så uken etter da NAV-saken eksploderte (til høyre). Ålesund brannvesen var svært aktive også i andre kanaler, som radio og nettaviser.



Ålesund
brannvesen KF

Ålesund brannvesen KF har delt et bilde.
12. februar kl. 11:29

Vår William Ekeli var på radioen i dag tidlig for å snakke om komfyrvaktkampanjen som starter i morgen. Vi ønsker økt fokus på komfyrvakt, installerer du komfyrvakt kan det forhindre komfyrrannt




Radio Ålesund
12. februar kl. 07:47

Vet du hva dette er? William Ekeli fra Ålesund Brannvesen forteller hvordan du kan

Ålesund brannvesen KF følger seg takknemlig.
15. februar kl. 11:09

Vi har vært hjemme hos Bjørg og delt ut den første av de ti komfyrvaktene vi skal dele ut. Er du over 75 år og ønsker en komfyrvakt, eller vet du om noen som har behov? Send en e-post til oss og fortell hvorfor.
Komfyrvakt redder liv!




96
2 kommentarer 3 delinger

Linda K Ulstein Fine gode Bjørg.
Tove Rimerreit

Ålesund brannvesen KF følger seg optimistisk.
11. februar


Hele 56 komfyrranter i Møre og Romsdal i fjort
I forbindelse med nasjonal komfyrvaktkampanje ønsker vi økt oppmerksomhet for de mange komfyrrantene.
Vi blir vi å treffe på stand utenfor Korsatunellen torsdag 14. februar fra kl 1230 - 1500.



Ålesund kommune - Brannvesen - Komfyrvaktkampanje 2019
Komfyrvaktkampanje 2019 Skrevet 11. februar 2019. Fersk statistikk fra...

Ålesund brannvesen KF
21. februar kl. 13:59

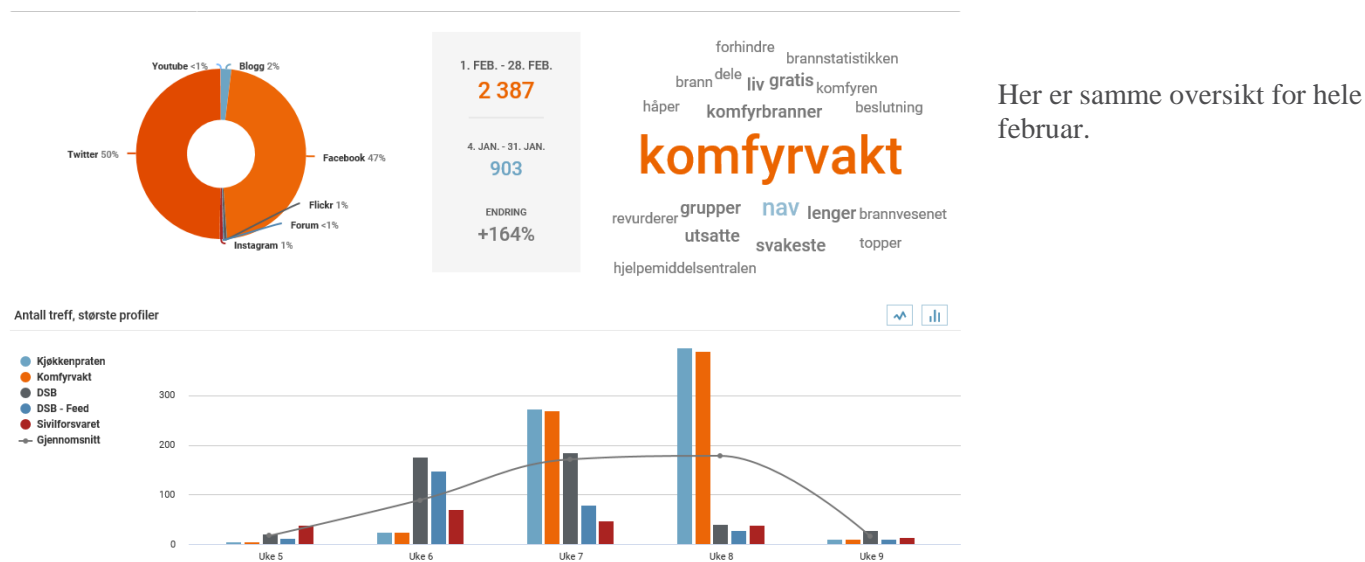
Tidligere denne måneden kunngjorde NAV at de ville fjerne støtten til komfyrvakt. Slik det er nå, kan personer med nedsatt funksjonsevne søke om å få komfyrvakt dekket av folketrygden, og det er dette tilbudet NAV ville fjerne.
NAV's avgjørelse førte til sterke reaksjoner fra mange, både fra brannvesenet og publikum. Derfor bestemte NAV seg for å revurdere beslutningen.
Dette er gode nyheter, siden vi vet at komfyren er hjemmets største brannkilde. Vi har akkurat gjennomført en landsdekkende kampanje der vi ønsker å sette fokus på komfyrvakter. Med mål om at flest mulig skal skaffe seg en komfyrvakt.



TV2.NO
- Svært uklokt av NAV
MOLDE/ÅLESUND (TV 2) NAV's beslutning om å kutte dekningen av...

32
1 kommentar 7 delinger

4.4.2 ALLE SOSIALE MEDIER – UKENE 5 - 11



**Direktoratet for
samfunnsikkerhet
og beredskap**

Rambergveien 9
3115 Tønsberg

Telefon 33 41 25 00
Faks 33 31 06 60

postmottak@dsb.no
www.dsb.no

