

INTERN RAPPORT

Komfyrvakt- kampanjen 2015

Resultater og oppsummering



INNHOLD

Kort introduksjon og oppsummering
Del 1 Befolkningsundersøkelse (TNS Gallup/DOK)
Del 2 Undersøkelse brannvesen og DLE (DOK)
del 3 Kampanjen på Facebook (KOM)
Del 4 Kampanjen på Sikkerhverdag (KOM)
Del 5 Mediedekning (Retriever/KOM)

OPPSUMMERING

Om komfyrvaktkampanjen 2015 / Kjøkkenpraten:

Del av Alt vi kan mot brann, en oppfølging av Nasjonal kommunikasjonsstrategi 2013-2020.

Risikogruppen i 2015 har vært eldre (som i fjor), med fokus på eldre hjemmeboende og brannsikkerhet.

Målgruppe: Eldre hjemmeboende og pårørende.

Hovedtrykk på FNs eldredag 1. oktober.

Hovedmål: Færre komfyrbrenner, flere komfyrvakter og bedre brannsikkerhet for risikogruppen eldre.

Tilleggsmål: Bl.a. bedre samarbeid mellom brann og el lokalt.

Kampanjeaktiviteter og elementer:

- Filmer på Facebook
- Egne kanaler
- Lokal og sentral pressemelding
- Brosjyre, roll-ups, faktaark, handouts (kaffeposer, sjekkliste)
- Ambassadører
- Medieinnsalg
- Lokal deltakelse
- Samarbeid lokalt og sentralt

Resultater. Noen hovedpunkter:

- 10% har hørt om Kjøkkenpraten
- 62% oppgir at kampanjen har gjort dem mer oppmerksom på brannsikkerhet hos eldre slektninger.
- Økende andel oppgir at de har komfyrvakt (fra 8 til 16%)
- 117 unike påmeldte brannvesen og DLE (til sammen ca 150)
- 74% brann- og redning, 26% DLE
- 42% samarbeidet med andre (58% ikke)
- Brann og el, helse i kommunen, seniorsentre, pensjonistforeninger, næringsliv, forsikringselskap, veldedige organisasjoner
- Aktiviteter: stand, eldrecenter, sykehjem, deltakelse på aktiviteter i regi av pensjonistforening, veldedige org, hjemmebesøk, bedriftsbesøk, tilsyn, reportasje, egenprodusert infomateriell.
- Facebook har en rekkevidde på 455.415 i kampanjeperioden (sammenlignet med ca 10.000 i 2014)

1

Del 1 Befolkningsundersøkelsen

Metode: Webpanel, gjennomført av TNS Gallup
Respondenter: 1000 pluss

HOVEDFUNN FRA BEFOLKNINGSUNDERSØKELSEN

- Vi har nådd ut til flere med årets kampanje enn vi gjorde med fjorårets, særlig i gruppen 67+ (se slide 12)
- Vi har i mindre grad nådd personer med foreldre over 67 år som bor i egen bolig med årets kampanje (se slide 13)
- Både andelen som oppgir kjennskap til komfyrvakt (se slide 7) og andelen som oppgir å ha komfyrvakt (se slide 21) har økt
- Kjennskapen til komfyrvakt øker med alder, men andelen som oppgir å ha det øker ikke med alder

KJENNSKAP ØKER MED ALDER:

- Kjennskap til kampanjen øker med alder
- Kjennskap til kjøkkenpraten øker med alder
- Kjennskap til komfyrvakt øker med alder opp til en viss alder

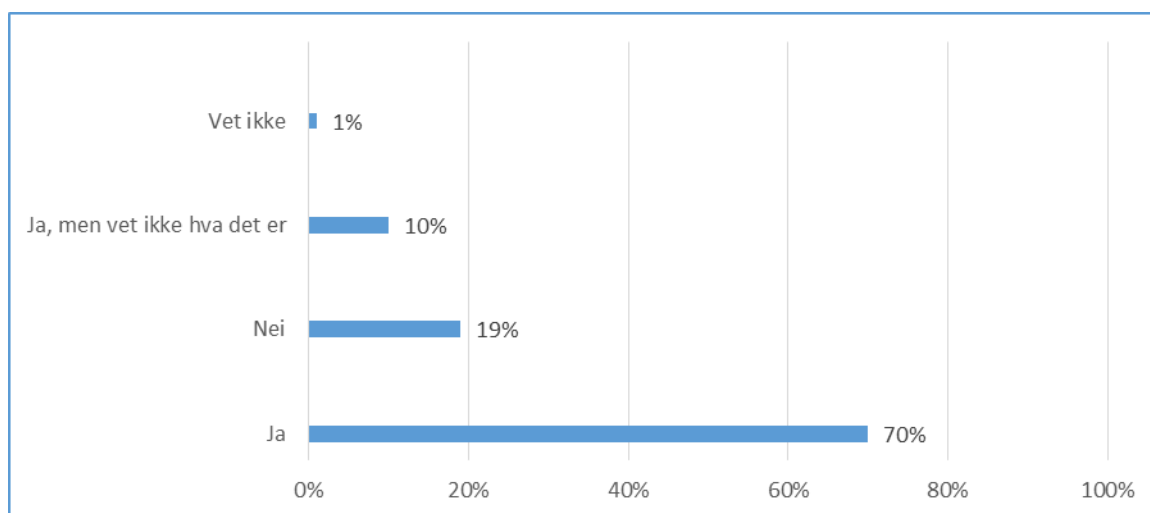
| | A | B | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V |
|----|-----------------------------|-------|----------|-------|-------|------|-------------|---------|----------|---------|-------|----------------|-------|
| 16 | Har du hørt om komfyrvakt? | | | | | | | | | | | | |
| 17 | Har du hørt om komfyrvakt? | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Har du hørt om komfyrvakt? | | | | | | | | | | | | |
| 19 | Cell content: | | | | | | | | | | | | |
| 20 | Column% | | | | | | | | | | | | |
| 21 | Chi2 level(W):2,5% | | | | | | | | | | | | |
| 22 | | Alder | | | | | Alder | | | | | Alder | |
| 23 | | Total | Under 30 | 30-44 | 45-59 | 60+ | Under 30 år | 30-44år | 45-54 år | 55-66år | 67år+ | 66 år og yngre | 67år+ |
| 24 | No. of interviews | 1060 | 160 | 240 | 282 | 377 | 178 | 222 | 155 | 263 | 242 | 818 | 242 |
| 25 | Utvalgsvekt | 1060 | 259 | 269 | 259 | 272 | 279 | 249 | 142 | 218 | 172 | 888 | 172 |
| 26 | Ja | 70 % | 63 % | 66 % | 75 % | 76 % | 63 % | 65 % | 71 % | 79 % | 74 % | 69 % | 74 % |
| 27 | Ja, men vet ikke hva det er | 10 % | 7 % | 7 % | 13 % | 12 % | 7 % | 7 % | 12 % | 12 % | 13 % | 9 % | 13 % |
| 28 | Nei | 19 % | 29 % | 26 % | 12 % | 11 % | 28 % | 27 % | 14 % | 8 % | 13 % | 21 % | 13 % |
| 29 | Vet ikke | 1 % | 1 % | 1 % | 1 % | 1 % | 2 % | 1 % | 1 % | 0 % | 1 % | 1 % | 1 % |

RESULTATER FOR GRUPPENE VI ER SPESIELT INTERESSERT I

Personer med foreldre over 67 år som bor i egen bolig

- Noe lavere andel blant disse som har lagt merke til kampanjen enn blant befolkningen for øvrig. Dette kan ses i sammenheng med at disse ikke er blant de eldste respondentene og at kjennskap til kampanjen øker med alder.
- Noe høyere andel blant disse enn befolkningen for øvrig som har hørt om Kjøkkenpraten

HAR DU HØRT OM KOMFYRVAKT?



Noen signifikante forskjeller:

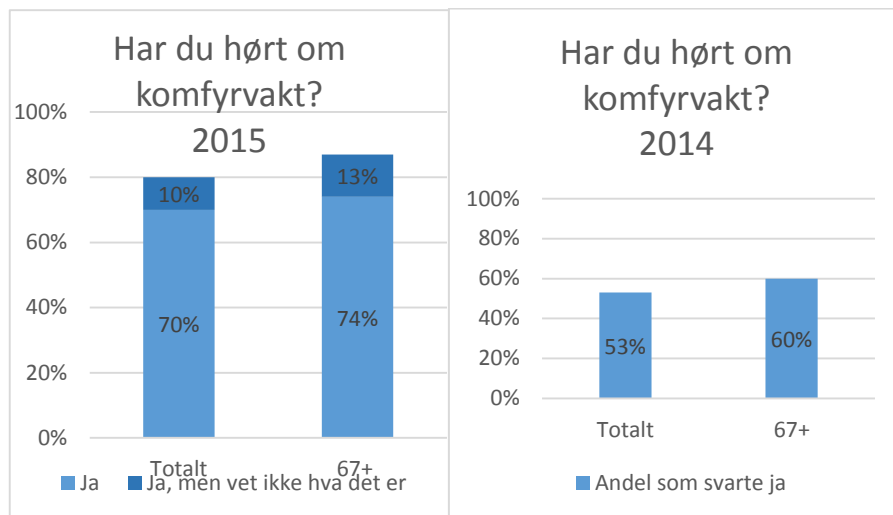
Geografi: Lavere kjennskap i Oslo/Akershus (62%) og høyere på resten av Østlandet (76%) enn gjennomsnittet for hele landet

Alder: De under 30 år har signifikant lavere kjennskap (63%), mens gruppen 55-66 år har høyest andel som svarer *ja* (79%). Kan nevnes at gruppen 60+ har 76% *ja*, mens gruppen 67+ har 74%, så kjennskapen stiger ikke direkte med alder blant de eldste.

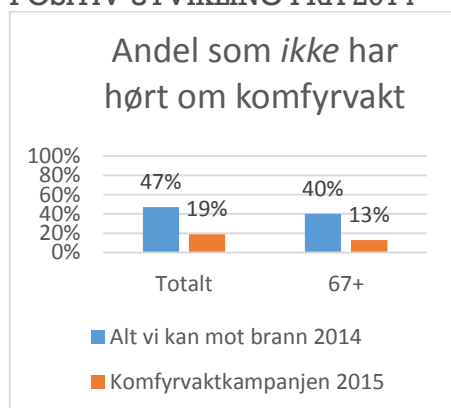
Videre er det signifikant lavere resultat på kjennskap for variablene elever/studenter, inntekt under 200 000, høyest fullført skolegang grunnskoleutdanning, bor sammen med foreldre og deler bolig med andre voksne(bofellesskap el.l.). Dette kan være de samme personene.

I motsatt ende ser vi signifikant høyere resultat på kjennskap for variablene inntektsgivende arbeid heltid, fullført Fagutdanning/yrkesutdanning/fagbrev/videregående yrkesfaglig og bor sammen med ektefelle/samboer.

ANDELEN SOM HAR HØRT OM KOMFYRVAKT ØKER



POSITIV UTVIKLING FRA 2014



Kilder:
 Alt vi kan mot brann oktober 2014, Dinamo
 Komfyrvakt oktober 2015, TNS Gallup

KJENNSKAP TIL KAMPANJEN



Noen signifikante forskjeller:

Høyere andel som har sett brannvesenet eller andre ha stand/informert om eldre og brannssikkerhet på Sør-/Vestlandet (9%) enn landet for øvrig.

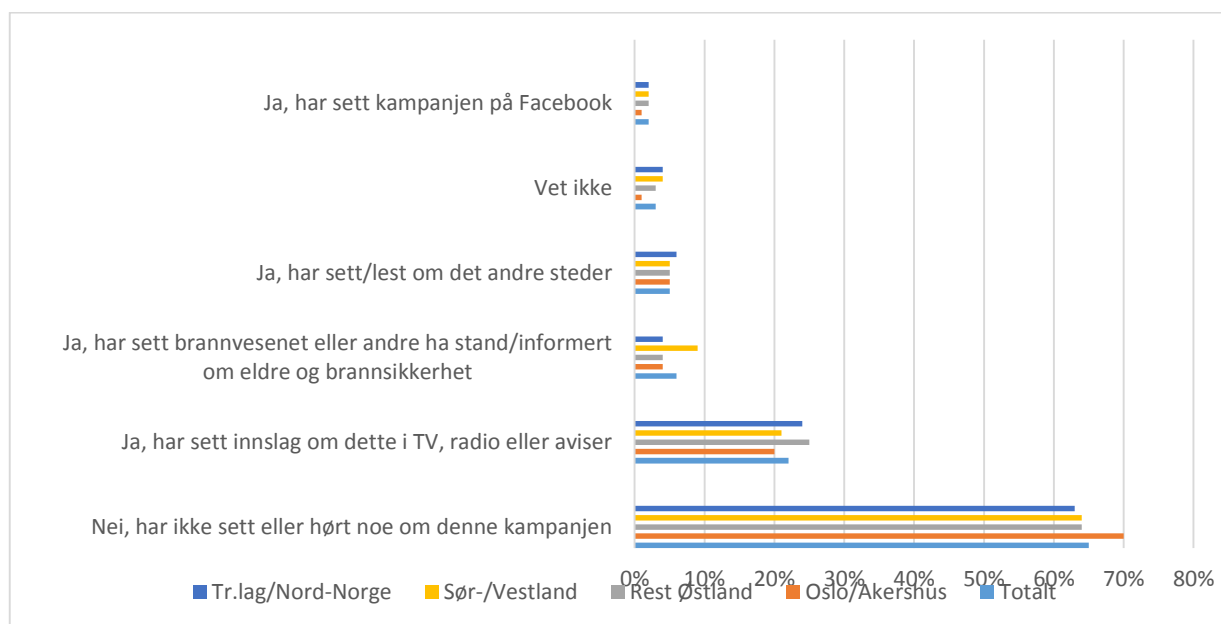
Gruppen 67+ har generelt i større grad sett kampanjen enn øvrige aldersgrupper, bortsett fra på Facebook. «Kun» 40% av 67+ har ikke sett eller hørt noe om denne kampanjen.

Høyere andel som har sett stand blant alderspensjonister (10%) og elever/studenter (12%).

Alderspensjonister også betydelig høyere andel som oppgir å ha sett kampanjen på tv, radio eller aviser (42%) – og betydelig lavere andel (39%) enn befolkningen for øvrig som ikke har sett kampanjen i det hele tatt.

Ingen signifikante forskjeller mellom ulike variabler på svaralternativet Ja, har sett kampanjen på Facebook.

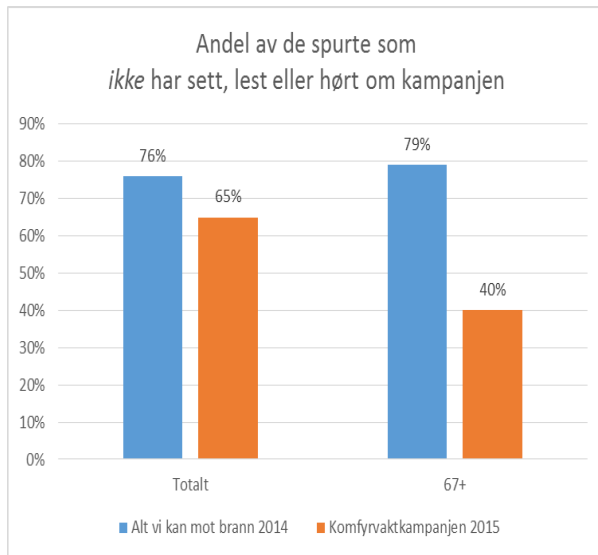
KJENNSKAP TIL KAMPANJEN, GEOGRAFISK FORDELTT.



Noen geografiske forskjeller, men den eneste som er statistisk signifikant er at det er en høyere andel som svarer Ja, har sett brannvesenet eller andre ha stand/informert om eldre og brannssikkerhet på Sør-/Vestlandet.

SAMMENLIGNET MED FJORÅRET – IKKE HØRT OM KAMPANJEN

Andelen som ikke har fått med seg kampanjen er lavere enn for fjorårets kampanje, både generelt i befolkningen og spesielt innenfor gruppen 67+



I 2014 var svaralternativene:

Ja, har vært på en event/arrangement

Ja, har sett en stand

Ja, har sett innslag om det på TV

Ja, har lest om det i avis

Ja, har sett/lest om det andre steder

Nei, kan ikke huske å ha sett, lest eller hørt om dette I år var svaralternativene:

Nei, har ikke sett eller hørt noe om denne kampanjen

Ja, har sett innslag om dette i TV, radio eller aviser

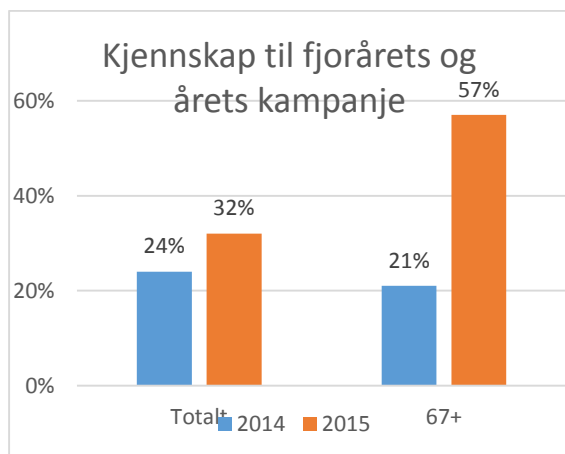
Ja, har sett brannvesenet eller andre ha stand/informert om eldre og brannsikkerhet

Ja, har sett/lest om det andre steder

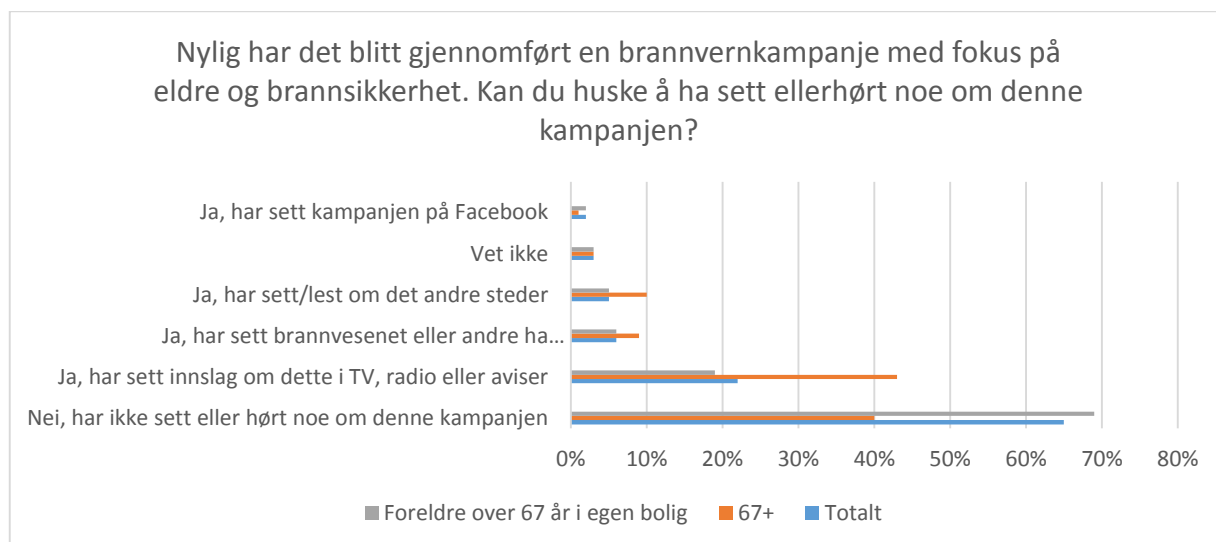
Ja, har sett kampanjen på Facebook

Vet ikke

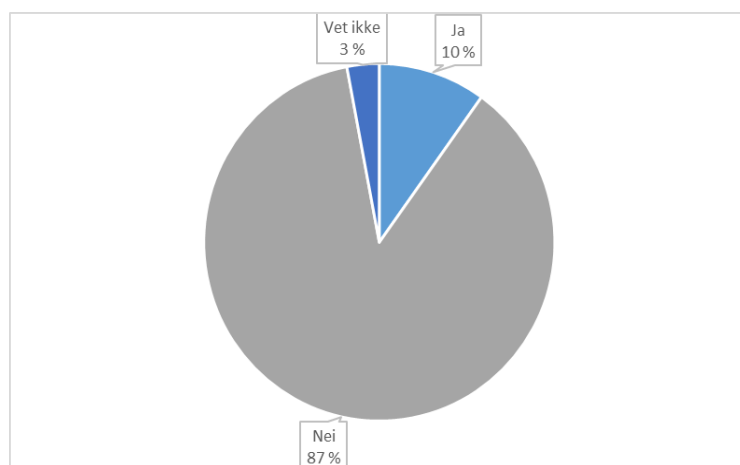
SAMMENLIGNET MED FJORÅRET – KJENNSKAP TIL KAMPANJEN



MÅLGRUPPENS KJENNSKAP TIL KAMPANJEN



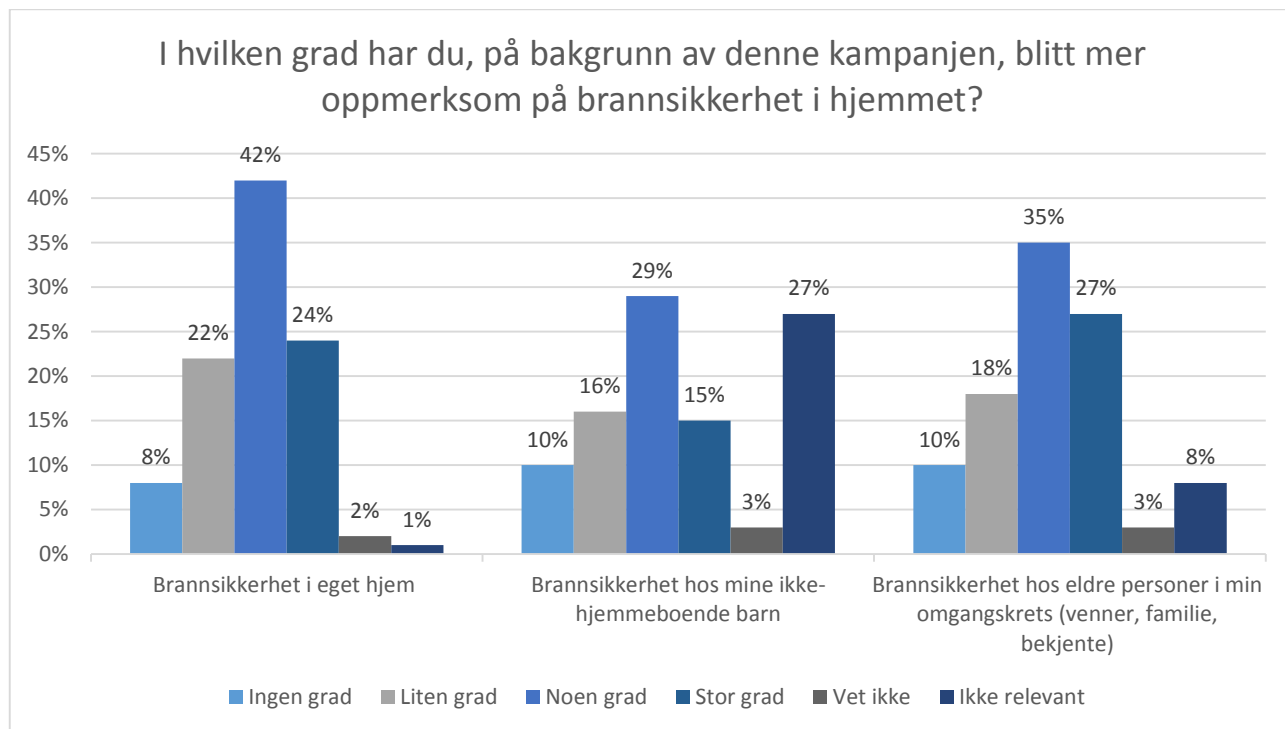
HAR DU HØRT OM KJØKKENPRATEN FOR BEDRE BRANNSIKKERHET?



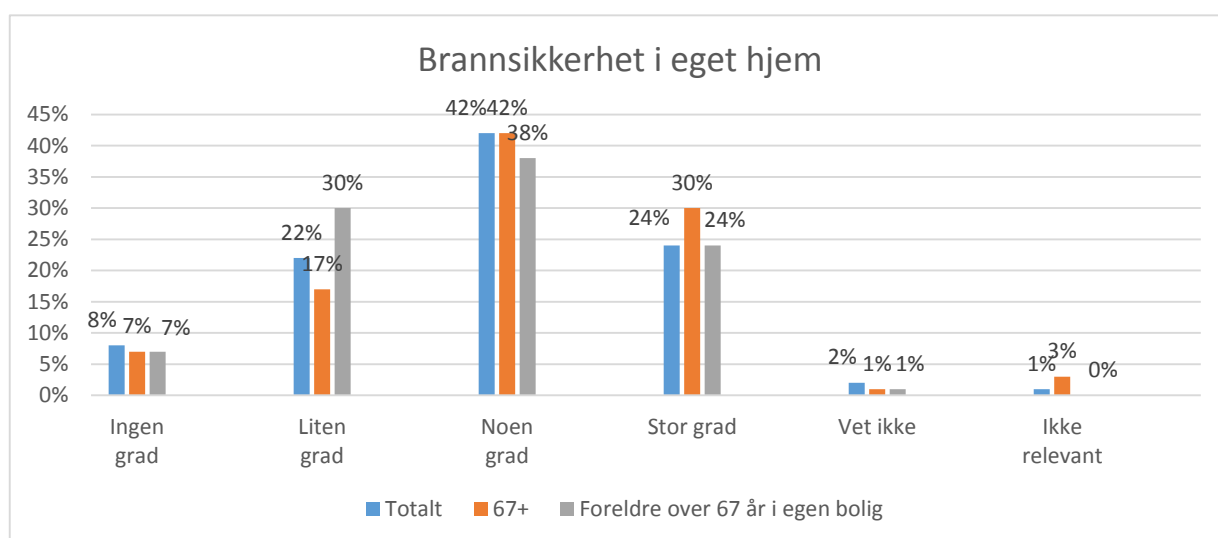
Noen signifikante forskjeller:

Kjennskap øker med alder. Noe lavere andel ja i gruppen under 30 (6%) og høyere andel ja i gruppen 60+ (14%), men ikke signifikant høyere i gruppen 67+.

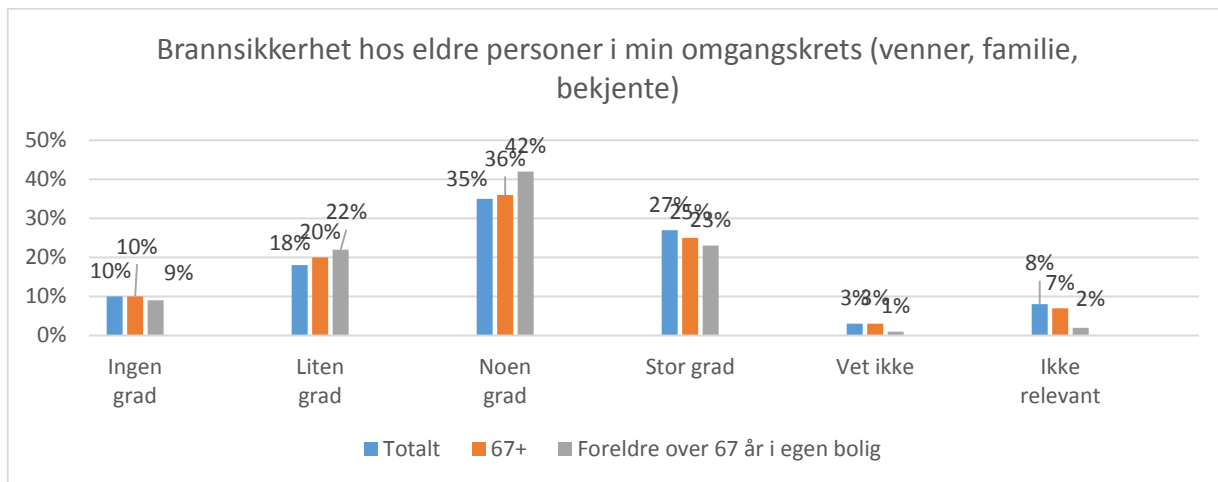
I HVILKEN GRAD HAR DU, PÅ BAKGRUNN AV DENNE KAMPANJEN BLITT MER OPPMERKSOM PÅ BRANNSIKKERHET I HJEMMET?



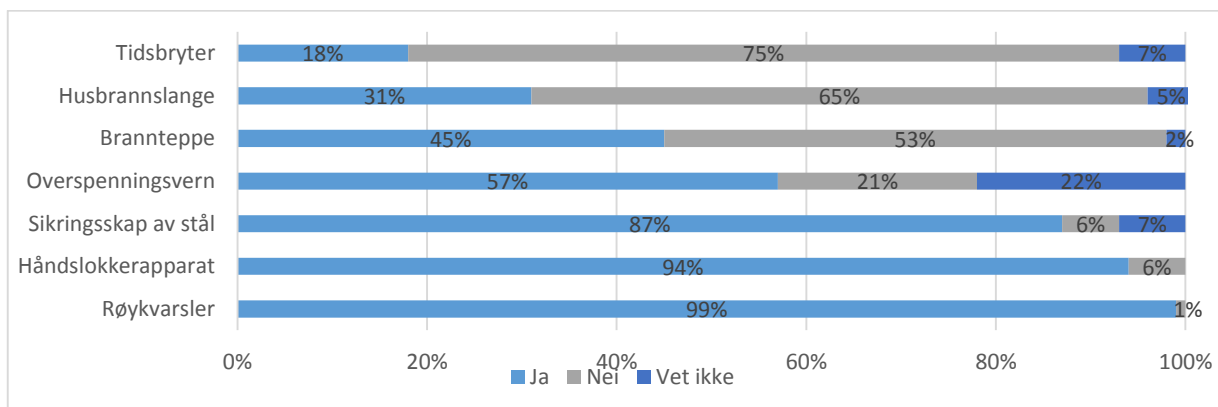
EFFEKT AV KAMPANJEN FOR DE VIKTIGSTE GRUPPENE



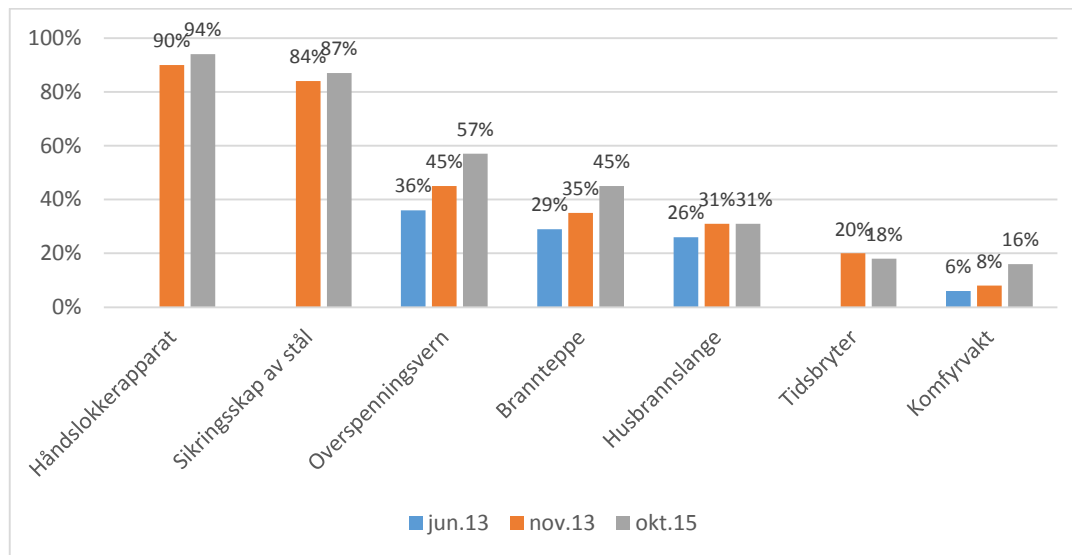
EFFEKT FOR DE VIKTIGSTE GRUPPENE



HAR DU NOE AV FØLGENDE BRANNFOREBYGGENDE UTSTYR I DIN HUSSTAND?

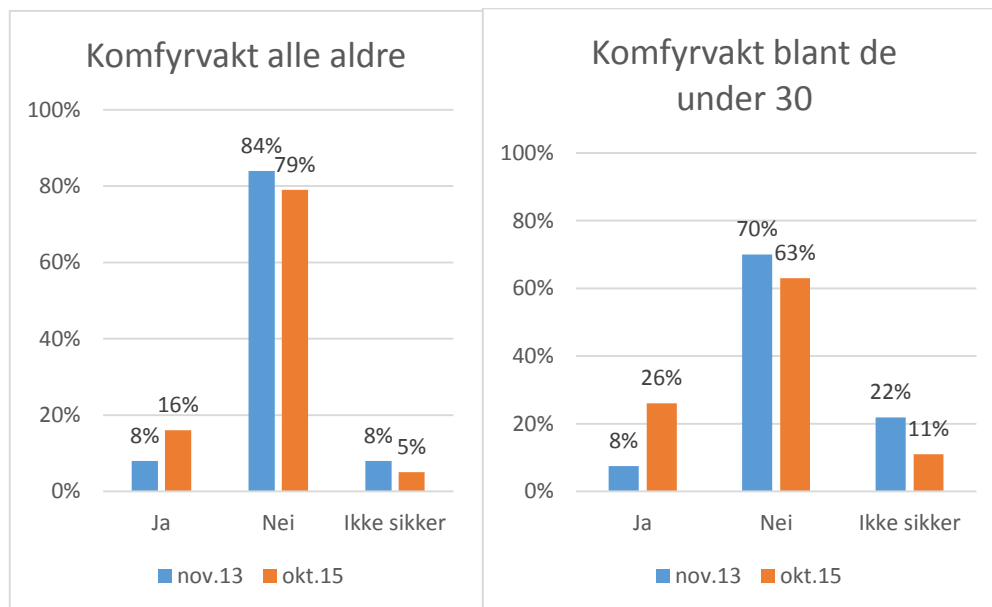


BRANNFØREBYGGENDE UTSTYR (2013 OG 2015)



Økning i andel som oppgir at de har brannforebyggende utstyr, med unntak av tidsbryter.

ANDELEN SOM OPPGIR AT DE HAR KOMFYRVAKT ØKER



Kilder:
 Brannvernuka juni 2013,
 TNS Gallup
 Branntryggleik november
 2013, Epinion
 Komfyrvakt, oktober 2015,
 TNS Gallup

Andelen som oppgir at de har komfyrvakt er stigende. Vi hadde ikke svaralternativene nei og ikke sikker i undersøkelsen fra Brannvernuka juni 2013, men sammenligner vi årets tall med resultatene fra november 2013 ser vi at både nei og ikke sikker har gått ned.

I tidligere undersøkelser med samme spørsmål er alderskategoriene annerledes enn i årets. Det er derfor ikke mulig å vise utviklingen innenfor andre aldersgrupper enn for de under 30, men denne gruppen skiller seg ut fra totalen ved at enda større del av økningen i ja kommer fra de som sist var usikre.

Annet (DOK):

Ny svensk forskning om brann har vist:

«Det brinner oftere hos høgtutbildade, men det er andre samhøllsgrupper som skadas allvarlig ved bostadsbrønder.

Risken for att det ska brinna i bostaden er h8gre bland de med h8g utbildningsnivå liksom hos personer med barn mellom 6–12 år samt de som er f8ddea utanfor Norden. En l8gre risiko återfanns hos 8ldre og hos de som bodde i hyresrätter.

Att det var en signifikant mindre risiko for brand hos 8ldre og de som bor i hyresrätt var også en h8jning av 8gonbrynen. De tilh8r annars de grupper som man brukar prata om n8r det g8ller d8dsbrønder.

Tidigare forskning har vist att risken for att omkomma i brønder er h8gre bland 8ldre m8nniskor, bland m8n, personer med funksjonsneds8tning og l8ginkomsttagere.

– V8ra resultat viser dock att det er p8 grund av of8rm8gan att hantera brønder som risken att omkomma er h8gre bland dessa grupper, inte p8 grund av att det er vanligere med brønder.»

Kilde: <http://www.brandsakert.se/2015/0911/br%C3%A4nder-vanligast-hos-h%C3%B6gutbildade-%E2%80%93-men-andra-grupper-drabbas-allvarligare>

De med h8yere utdanning i materialet

Signifikant h8yere andel (65% -> 70%) blant de med mer enn 4 8rs utdanning som svarer at de ikke har f8tt med seg kampanjen

Blant de som har f8tt den med seg er det signifikant h8yere andel (7% -> 9%) blant de med inntil 4 8rs utdanning som svarer i liten grad p8 de har blitt mer oppmerksom p8 brannssikkerhet i eget hjem og signifikant lavere andel (7% -> 4%) blant de med mer enn 4 8rs utdanning som svarer stor grad p8 dette.

Signifikant lavere andel blant de med inntil 4 8rs utdanning som har komfyrvakt (ja=16% -> 12%) (nei=79%-> 84%)

Alts8: Vi har i noe mindre grad truffet dem med kampanjen, det har p8virket dem i noe mindre grad og det er lavere andel blant dem som har komfyrvakt

2

Del 2 - Brannvesen og DLE lokalt

Metode: Nettbasert avkrysning, sendt de som var påmeldt til kampanjen.

UNDERSØKELSEN

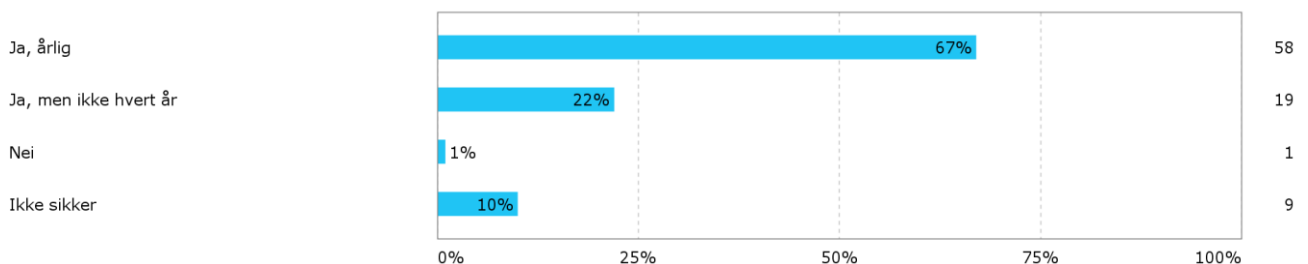
Undersøkelsen ble sendt ut 6. oktober til alle aktørene som deltok i kampanjen, i alt 117 respondenter. 21. oktober ble det fulgt opp med en påminnelse til de av respondentene som ikke hadde svart. 88 respondenter har besvart undersøkelsen, det gir en svarprosent på 75.

Ved gitte valg, ble respondentene i flere av spørsmålene bedt om å presisere eller komme med utfyllende informasjon. De ble videre bedt om å skrive inn eksempler på spørsmål eller kommentarer de fikk om komfyrvakter fra publikum, samt gitt muligheten til å kommentere om kampanjen. Alle presiseringene, eksemplene og innspillene er vedlagt i sin helhet (vedlegg 1).

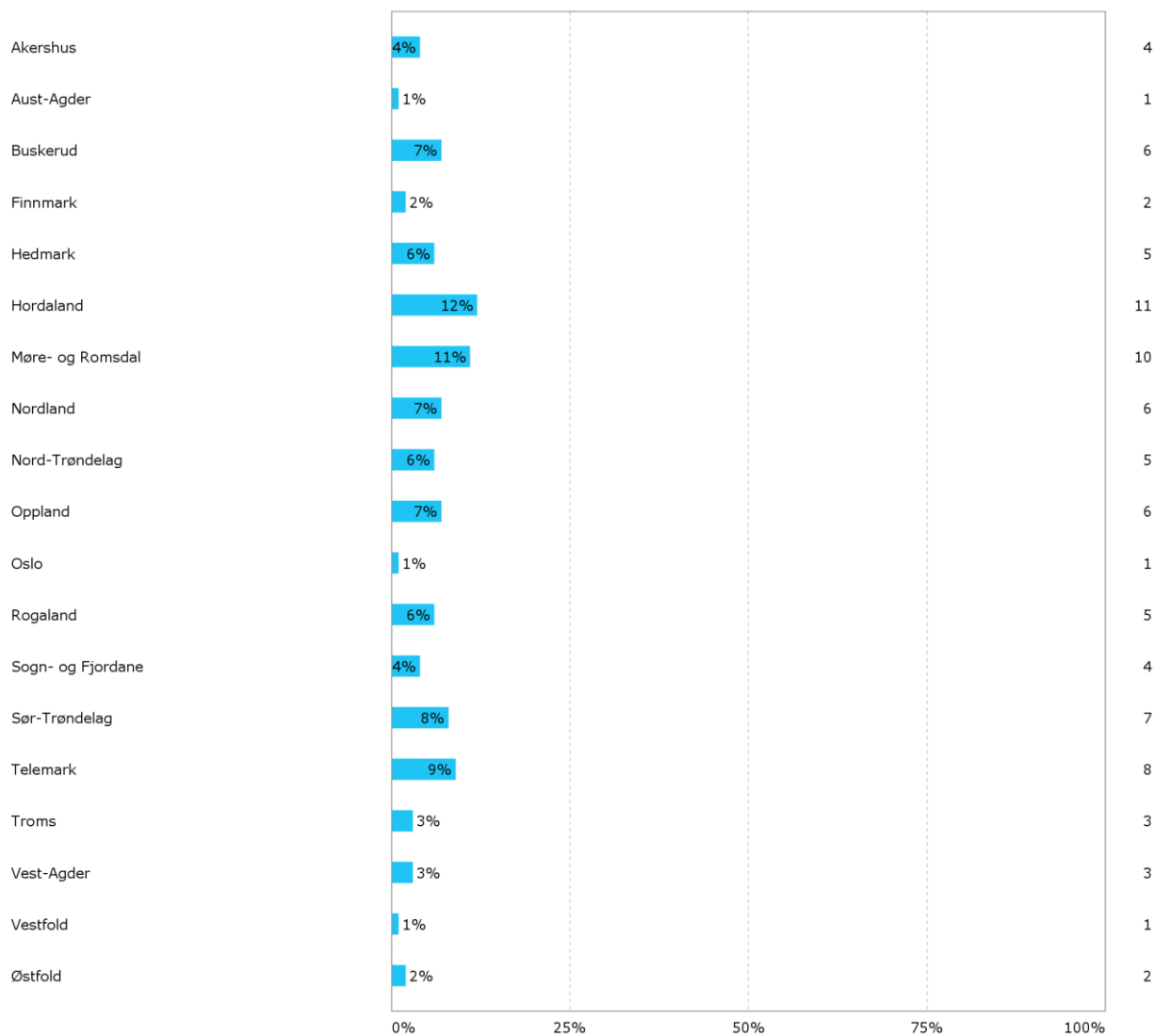
Blant respondentene som besvarte undersøkelsen oppgav 74 prosent at de var ansatt i et brann- og feiervesen og 26 prosent at de representerte DLE.

67 prosent av respondentene mener at kampanjen bør gjentas årlig.

BØR KAMPANJEN GJENTAS?



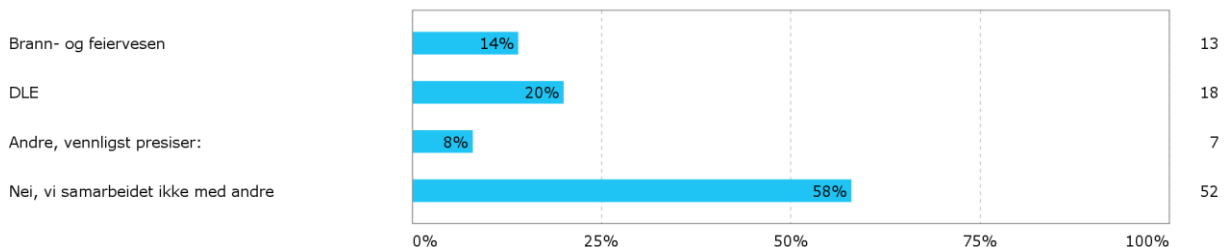
RESPONDENTENES FORDELING PÅ FYLKE:



SAMARBEID MED ANDRE AKTØRER

Et flertall av respondentene har svart at eget brann- og feiervesen eller eget DLE gjennomførte kampanjen alene, mens 42 prosent svarer at de gjennomførte kampanjen i samarbeid med en annen eller andre aktører. I hovedsak har brann- og feiervesen samarbeidet med DLE og motsatt. 8 prosent har samarbeidet med andre aktører (se vedlegg for detaljer).

SAMARBEIDET DERE MED ANDRE UNDER GJENNOMFØRINGEN AV KAMPANJEN?

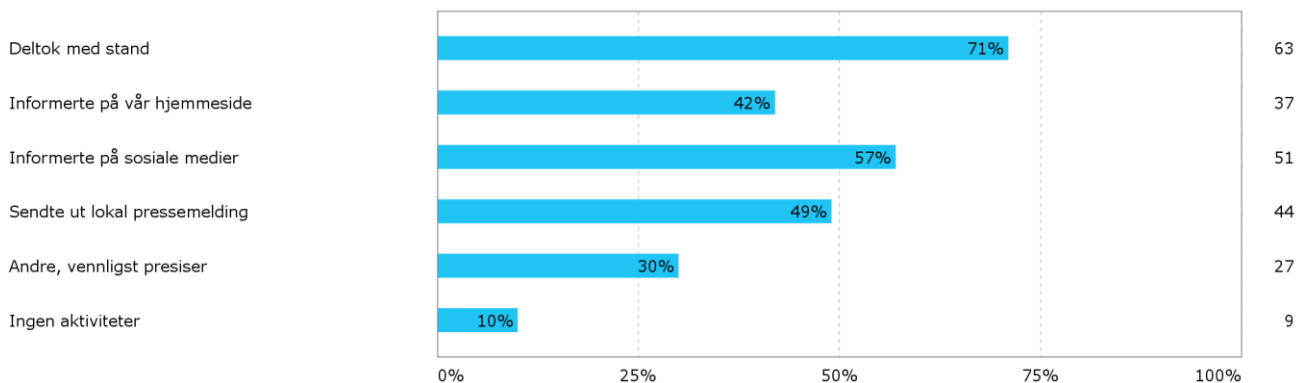


VALG AV AKTIVITETER

En høy andel av respondentene (71 prosent) svarer at egen virksomhet har deltatt med stand. Undersøkelsen spesifiserer ikke rammen rundt tiltaket, med andre ord i hvilke omgivelser standen har vært plassert, eller hvilke virkemidler som ble prioritert. Deltakelse med stand peker seg tydelig ut som det mest benyttede. Men det er også et høyt antall respondenter som svarer at egen virksomhet har informert på sosiale medier (57 prosent), sendt ut lokal pressemelding (49 prosent) eller informert på egen hjemmeside (42 prosent).

30 prosent av respondentene svarer at egen virksomhet har benyttet seg av aktiviteter ut over de fire som undersøkelsen spesifiserer. Det er her to kategorier av aktiviteter som peker seg ut. Oppsøkende virksomhet mot helsevesen, arbeidsliv, samt direkte mot målgruppen, og markedsføring av budskap gjennom media. (Se vedlegg for detaljer og oversikt).

HVILKE AKTIVITETER GJENNOMFØRTE DERE? FLERE SVAR MULIG



BRUK AV MATERIELL UNDER KAMPANJEN

Det er tydelige variasjoner i hvilket type materiell deltakerne har valgt å benytte. Felles er derimot at et høyt antall respondenter mener at materialet de valgte å ta i bruk opplevdes som nyttig eller veldig nyttig. Respondentene ble kun gitt mulighet til å vurdere nytteverdi av materiell de hadde brukt selv.

Det er verdt å merke seg at det er ingen respondenter som har svart "ikke sikker" på hvilket materiell egen virksomhet har brukt, og at det er få respondenter som har valgt alternativet "ikke sikker" på nytteverdien av materiell.

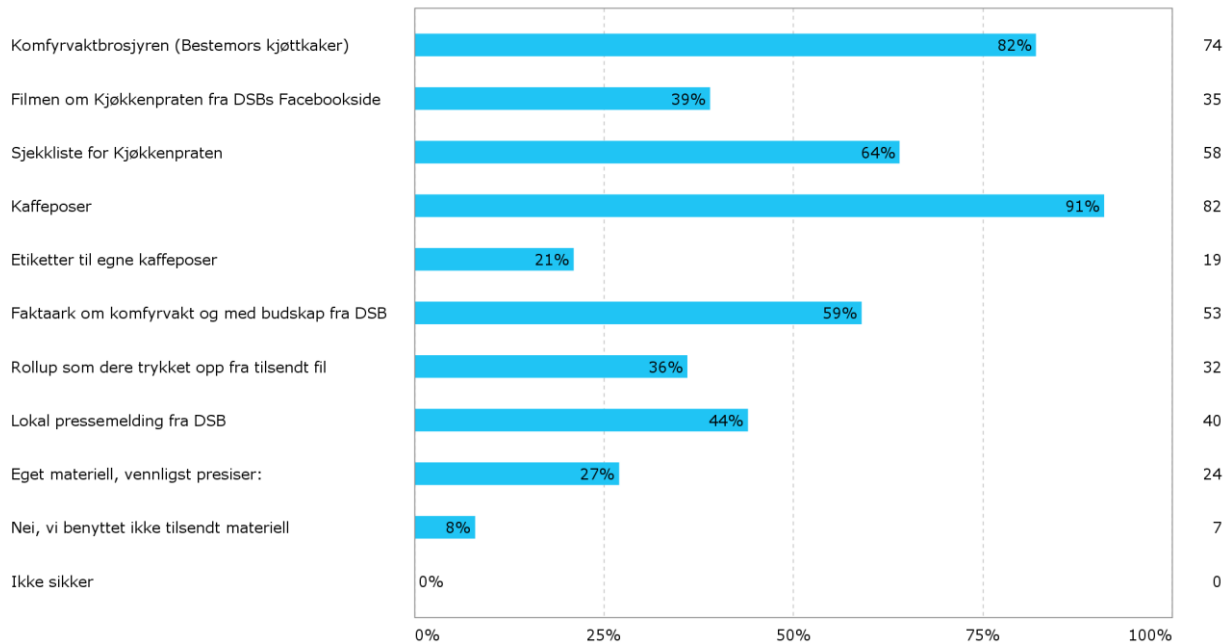
Materiellet flest respondenter svarer at egen virksomhet har brukt er kaffeposer (91 prosent) og Komfyrvaktbrosjyren (82 prosent), mens det er færrest (21 prosent) som svarer at de har benyttet etiketter til egne kaffeposer.

27 prosent av respondentene svarer at de har benyttet eget materiell. Respondentenes kommentarer tyder på at det er annet informasjonsmateriell/brosjyrer og eksempler på komfyrvakt som da er hyppigst benyttet (Se vedlegg).

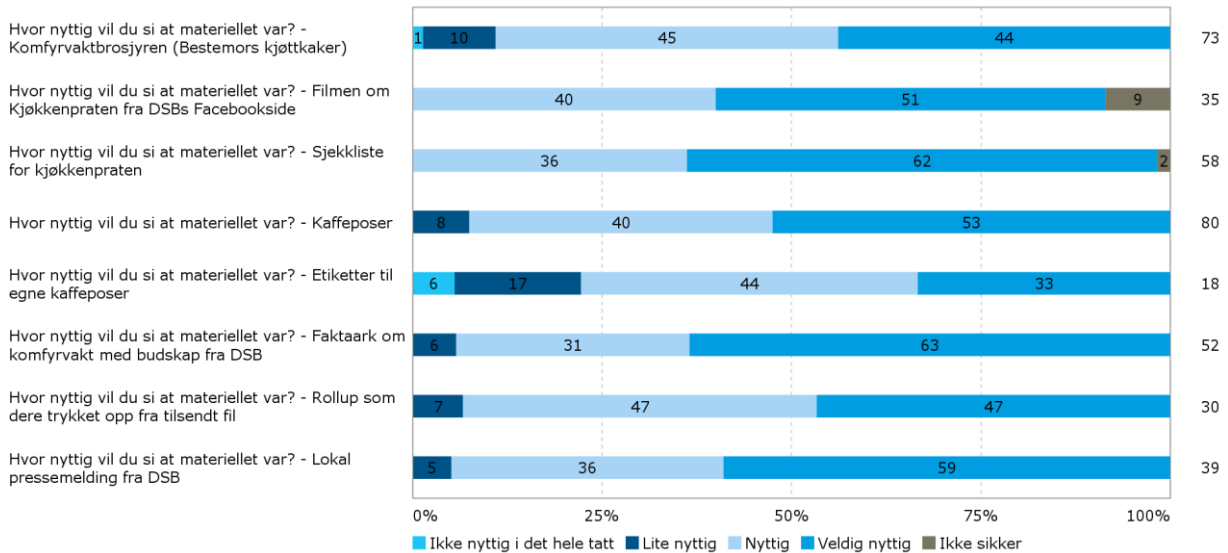
På spørsmål om nytteverdien av materiell egen virksomhet hadde benyttet under kampanjen var hovedtrekket i tilbakemeldingene at respondentene opplevde materiellet som nyttig eller veldig nyttig. 93 prosent opplevde kaffeposene som nyttig, det var som nevnt over også så mange som 91 prosent av respondentene som hadde benyttet kaffeposer som materiell under kampanjen. Flere enn 90 prosent av respondentene svarer videre at de opplevde filmen om Kjøkkenpraten, faktaark om komfyrvakt, roll-up og lokal pressemelding som nyttig eller veldig nyttig.

Etiketter til kaffeposer skiller seg noe ut ved at det var relativt lav prosentandel som hadde valgt å benytte materiellet (21 prosent), og at synet på nytteverdi var noe mer varierende. Samtidig var et betydelig flertall positive, 77 prosent mente at etikettene var nyttige, mens 23 prosent av respondentene mente at etikettene var lite nyttige eller ikke nyttige i det hele tatt.

BENYTTET DERE FØLGENDE MATERIELL UNDER KAMPANJEN? FLERE SVAR MULIG.



HVOR NYTTIG VIL DU SI AT MATERIELLET VAR?

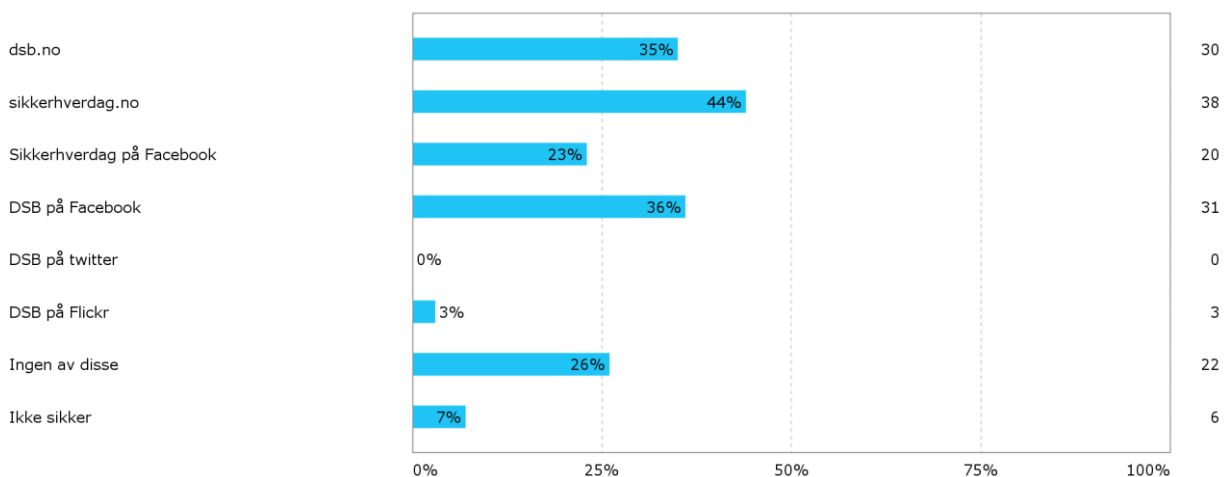


BRUK AV TEKST, BILDER OG FILM

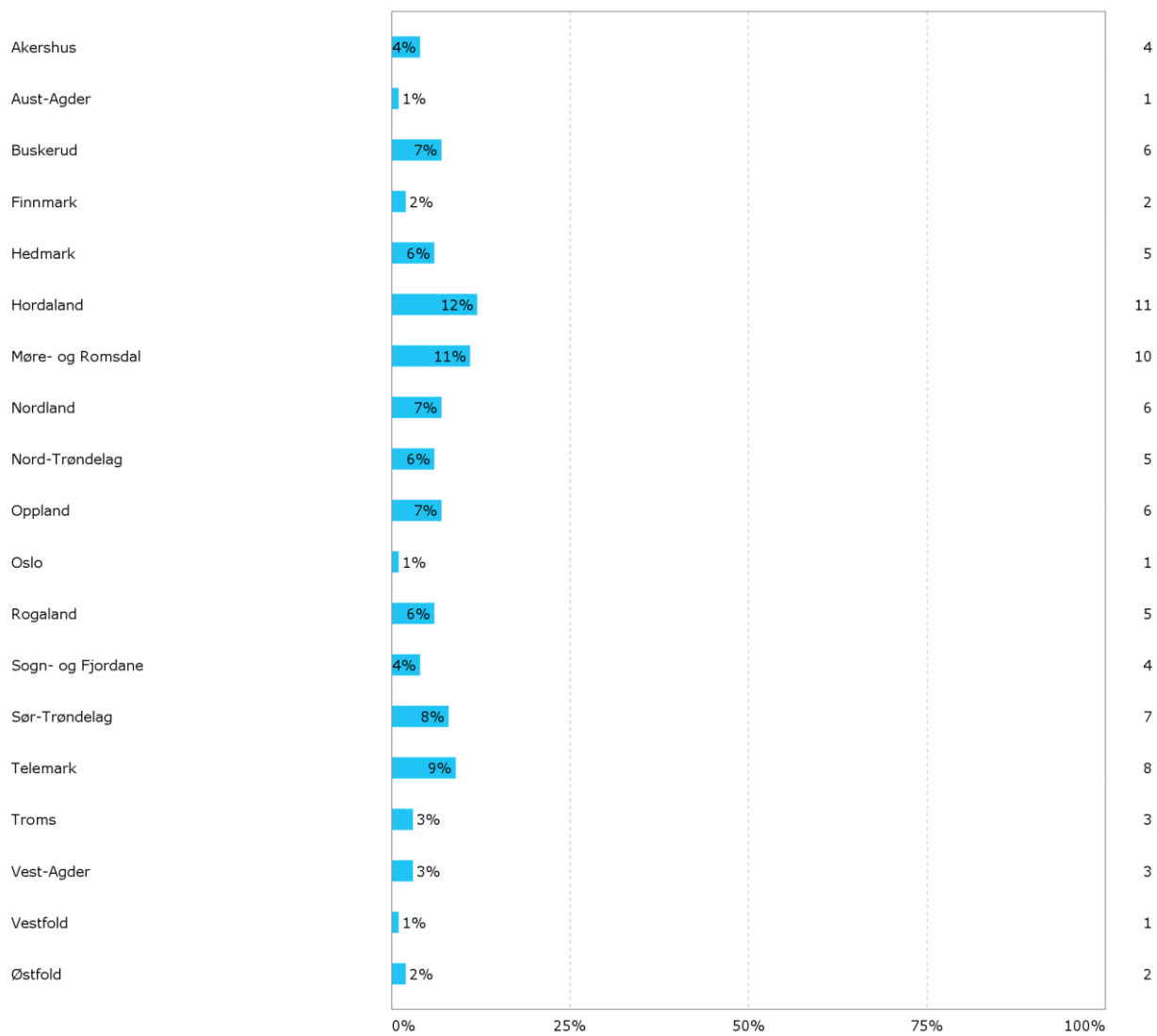
Sikkerhverdag.no, dsb.no og sikkerhverdag på Facebook var de hyppigst brukte kildene for bruk og/eller deling av tekst, bilder og film under kampanjen. 44 prosent hadde benyttet sikkerhverdag.no, 36 prosent DSB på Facebook og 35 prosent hadde benyttet dsb.no.

26 prosent av respondentene hadde ikke brukt noen av disse kanalene, mens DSB på twitter og DSB på bildetjenesten Flickr ble brukt av ingen eller få.

BRUKTE/DELTE DERE TEKST, BILDER ELLER FILM FRA EN ELLER FLERE AV FØLGENDE HJEMMESIDER ELLER SOSIALE MEDIER? Flere svar mulig.



RESPONDENTER FORDELT PÅ FYLKE



KOMMENTARER TIL UNDERSØKELSEN – FRA PÅMELDTE OG PUBLIKUM

1. FRA PÅMELDTE I BRANN- OG FEIERVESEN OG DLE

Samarbeid med andre enn brann- og feiervesen eller DLE:

- DEL
- Forsikringsselskap, kiropraktorer, veldedige organisasjoner
- Helsesektoren i kommunen
- Helse- og omsorgsenheten
- Pensjonistlaget
- Næringslivet
- Hjemmetjenesten i kommunen

Andre aktiviteter enn beskrevet i undersøkelsen – i regi av brann- og feiervesen eller DLE:

- Reiste rundt på seniorsenter
- ti eldrecentre, Dagsrevyen, NRK radio-reportasje
- Info på aktivitetssenter
- Inviterte oss til veldedige organisasjoners møter
- Besøk på større arbeidsplasser.
- Heimebesøk
- hjemmesykepleien
- hjemmebesøk utført av helse
- Hjemmebesøk og pårørendebesøk
- Hjemmebesøk
- Var på hjemmebesøk og tok "kjøkkenpraten" hos eldre som ikke hadde noen pårørende.
- Markering saman med eldreråd
- foredrag
- Intervju med ordfører som tok kjøkkenpraten med sine eldre foreldre. Hadde med lokalavis.
- hjemmesykepleien
- Besøk ved nærradio
- Oppsøkende virksomhet mot eldre
- "Underholdningsinnslag" på sykehjem
- Besøk arbeidsplasser og enkelt hjem i forbindelse med feiing.
- Benyttet nærradioen (Radio Toten) og Gjøvik- og Totens blad (To tilnærmet like avviser , men med ulikt nedslagsfelt)
- Møte pensjonistforening
- NRK, Møre og Romsdal
- Hjemme besøk
- Under branntilsyn
- Skagerak Nytt
- Informerte og delte ut på tilsyn med fyringsanlegg hele uken.
- oppsøkende aktivitet

Bruk av annet materiell enn beskrevet i undersøkelsen:

- Egenprodusert Trygg hjemme brosjyre
- brosjyrer
- Brente el. artikler
- Egenprodusert info
- Egen brosjyre "Trygg hjemme", testhorn, slokkespray og batterier for utdeling på eldrecentre
- Hadde med en komfyrvakt for å kunne vise hvordan utstyret kan se ut.
- Elsikkerhetsportalen
- Komfyrvakt
- Brukte tidligere opptrykte rollups i tillegg til fjorårets

- trygg hjemme
- Lånte inn komfyrvakt som folk fikk se og ta på.
- komfyr og div komfyrvakter
- Brosjyre fra skoskje kampanjen
- Trygg hjemme brosjyre
- Vi viste frem en komfyrvakt og hvordan den fungerer.
- benyttet "bry deg før det brenner" roll up + egen for MIB
- trygghet i hjemmet for eldre
- Viste bort komfyrvaktmodeller og laget store plakater med tema fra brosjyren.
- eget roll-up og faktaark
- Egenprodusert informasjonsmateriell
- Omtale i lokal online avis
- Hadde med oss gammel komfyr og kjele for visuell effekt.
- sjekklister med info
- 2 typer komfyrvakter

2. FRA PUBLIKUM

- Flere etterspurte informasjon på engelsk.
- Vi fikk også noen tilbakemeldinger om at listen over normgodkjente komfyrvakter på sikkerhverdag.no ikke er komplett.
- Tungvinte greier når noe skal koke lenge og komfyrvakta slår av strømmen
- Eldre i målgruppa mener ofte at de er oppegående og ikke trenger komfyrvakt. Også folk som har svidd av masse kjøkkenskap da vaffeljernet ble glemt ...
- Mange lurer på hvor de får tak i det.
- Yngre synes det høres fornuftig ut at de eldre får installert komfyrvakt.
- Hvor mye koster det!
- Dette skal jeg anskaffe!
- Hvor får jeg tak i denne?
- Dette trenger ikke vi.
- Vi har ny platetopp m/innebygd komfyrvakt.
- Fikk ikke så mange spørsmål, men flere med induksjonstopp tror de ikke behøver komfyrvakt fordi plata ikke blir varm før noe settes på den. Det ble inngående forklart at tørrkokingsfaren er minst like stor på induksjonstopp.
- Høg pris på k vakta gjekk igjen
- Denne informasjonen burde det ha vært mer av
- Pris på produkt. Hvem kan inntalere den.
- Hva er en komfyrvakt
- Skal jeg slokke selv
- Kommentarer som: nyttig påminning ol. positive tilbakemeldinger
- Hvor mye koster den?
- Kan jeg installere selv?
- Hvor får jeg kjøpt komfyrvakt?
- Fungerer komfyrvakt med en separat komfyr og ovn?
- Kan jeg søke støtte om komfyrvakt?
- Pris.
- Komfyrvakt er en nyttig ting som alle burde ha
- Ingen
- Fekk ein del kommentarar på at komfyrvakt var for dyrt og anskaffe seg når ein ikkje hadde krav på det via ergoterapeut/komunehelsetjenesten.
- Bra at det var fokus på dette.
- Hvordan fungerer de?
- Hva er prisen?
- kan vi montere selv eller må vi ha elektriker?

- "Velsigne dere"
- Hvor dyrt er det?
- Vanskelig å bestille/installere?
- Kan man få dekt det?
- Mange blant publikum hadde selv opplevd brann på komfyren, så de visste hvor skummelt det er
- Hva koster dette.
- Er det krav om komfyrvakt.
- Overaskende mange hadde selv "laget" tilsvarende gryter som vises på rollerup'n (morskjøttkaker)
- Kostnader
- Funksjon
- Hvordan virker en komfyrvakt
- Hva som skal til for å få mulighet til å skaffe seg komfyrvakt, Bra det er fokus på dette, vil at vi kommer ut til eldreklubber nærmere jul. Mange trenger denne infoen, Flere pårørende som fikk en ekstra puff for å ta kjøkkenpraten og følge opp dette med sine foreldre.
- Hva koster det?
- Hvordan får jeg på igjen strømmen til komfyren?
- - Hvordan virker den?
- Hvor man får tak i det.
- Alle var positive til komfyrvakt.
- Mange var ukjent med at komfyrvakt fantes.
- Pris ferdig montert.
- Ja det har vi tenkt og gjøre, det har vi, men de fleste synes det var meget nyttig
- PRIS!
- Hvor kan vi kjøpe komfyrvakt?
- hvor mye koster det?
- må trikkern installere det?
- Hvordan unngå "falske" utkoplinger?
- Her var det forskjellige svar:
- Noen mente de ikke var så gamle at de trengte komfyrvakt mens andre syntes at dette var en bra påminnelse på og anskaffe dette.
- Pris? Hvem kan montere? Hvor/hvem selger disse?
- Mange synes dette er lurt, få har komfyrvakt, en del synes dette kun er for gamle folk, noen få tilbakemeldinger på dårlige erfaringer med komfyrvakter,
- Noen ga eksempler på at komfyrvakten kutter strømmen uten grunn og at de ofte måtte ut i sikringsskapet for å slå av og på kursen igjen.
- En av de store gjengangerne vi hørte var at de aller fleste har opplevd komfyrbrenner. Skremmende mange sa dette. Noen av disse har montert komfyrvakt i etterkant av en slik hendelse.
- Spørsmål om hvor mye dette koster, er vanlig. Det er en oppfatning av at det er for dyrt.
- Mange er interesserte til de får høre prisen. 7-8 tusen for å få kjøpt og montert en komfyrvakt er for dyrt for mange
- hva koster komfyrvakt
- Mange viste takknemlighet for materiellet, og takket for opplysningene. Ingen spesielle kommentarer som er minneverdige.
- pris og hvor de kan kjøpe. Opplevs som et vanskelig produkt å skaffe seg. Virvar av info, elbransje som kommuniserer i øst og vest. Fremholder ikke fordelene med komfyrvakt, bruker utsagn som " om du installerer nye kurs til kjøkkenet må du ha komfyrvakt". I stedet for å fremme gevinsten: Legg inn ny kurs og da kan du også få komfyrvakt, gir økt sikkerhet...
- Synes det var en grei og nyttig påminnelse. En tankevekker. dette har hendt meg. Kjenner flere som har tørrkokt.
- overrasket over størrelse og pris.
- pris
- Ingen spørsmål
- Å det visste jeg ikke!
- Da skal jeg dra hjem til mamma med en gang!
- Vi har nettopp installert dette hos svigermor.....

- Nyttig og lærerikt var kommentarer
- Lite brukervennlig.
- Me har komfyrvakt. Ja me har glømt å skru av komfyren. Korleis virker komfyrvakta.
- "God kaffe og en god prat"
- Dle/sakkyndig selskap deltok ikke da vi ikke fikk bestilt materiell.
- den slår seg av for fort, hører at det er berre tull med den slags duppeditter, vi er ikkje heilt hjelpeløse, For dyrt opplegg. lite markedsført i butikker,

3. KOMMENTARER TIL KAMPANJEN RESPONDENTENE:

- På kaffeosen burde det kanskje heller stått "Ta kjøkkenpraten med noen du bryr deg om" Vi følte teksten ble litt begrensende for hvem som var målgruppen.
- Hadde vært fint om det kunne vært mer info på engelsk på sikkerhverdag.no når vi skal henvise til nettstedet.
- Det opereres med veldig mange begreper: Alt vi kan mot brann, Kjøkkenpraten, og Komfyrvaktkampanjen i tillegg blir begrepet Bestemors kjøttkaker brukt i forbindelse med stand og roll-ups. Fare for begrepsforvirring.
- Pressemelding, faktaark, informasjon om filmer- deling etc. burde sendes ut tidligere pr. e-post. Info om hvordan bygge inn film på eget nettsted burde også vært sendt til alle.
- vi må få tilsendt bedre brosjyrer mm som vi kan ta med på stand og gjemmebesøk. Mors kjøttkaker er for dårlig!
- Vanskelig å få tak i korleis de tenkte at vi skulle gjere den (unntatt vis vi stod på stand) Denne er mest akt. for pårørende, ikkje til feier/ brann. Eks. kva hadde de tenkt klistremerket skulle brukast til? Men kaffien var god..... De må komme opp med noko bedre enn dette til neste år!!
- Kampanjens innhold, Glimrende. DSB`s gjennomføring, sørgelig.
- 1. oktober faller stort sett i høstferien, og dermed er det lavere trøkk i gatene og på sentere - hvor det er naturlig å møte folk. Mange konkurrerer om eldre oppmerksomhet på eldredagen. Vi bør vurdere andre perioder for eldrekampanje. I tillegg er høsten travel med mange andre aktiviteter for brannforebyggere. Kanskje mars, for eksempel, kunne passet bedre?
- Et annet viktig punkt for oss som er et stort brannvesen og skal ha med masse folk, vi trenger å vite i god tid hva som er planen fra sentralt hold, for å kunne mobilisere best mulig. I år kom denne informasjonen veldig seint. I alle fall helt konkret hva det var, hvordan og hvor mye.
- Den beste måten for at folk skal skjønne at dette er en smart anordning er å ha oppkoplet en komfyrvakt og demonstrert (med en propanbrenner) at dette faktisk virker.
- Kampanjen bør kanskje koples sammen med enten røykvarslers dag eller aksjon boligbrann
- Nei
- Veldig bra organisert
- Det var ikke kapasitet hos oss til gjennomføring av dette i år.
- Synes pressemelding + div annen informasjon ble tilsendt for sent!
- En god brosjyre som omhandler brannsikkerhet i hjemmet, slok som den som eksisetrte tidligere
- Hvis det skal produseres rollups ol. bør det lages på en slik måte at det kan brukes i flere sammenhenger. Gjerne kombineres med Logo til firma som bestiller den. Slikt materiell og pressemelding ol. bør sendes ut litt tidligere enn nå. Dersom du ikke hadde tid til å behandle pressemeldingen samme dag som den kom var det for sent i forhold til lokalpresse som ikke kommer ut hver dag!
- Bra i media, bra budskap. Lett og formidle. Folk reagerte veldig positivt! Vi burde kanskje få litt "freshere" rollups neste år då dei me har er relativt grå og kjedelig.
- Lettere å snakke med de som har en person som har en gammel moe eller bestemor enn å snakke direkte til de eldre
- Synes kampanjematerialet kommer sent, for tett opp i 1.okt og bør ha større avstand fra brannvernuka.
- Mange var ikke klar over at det finnes komfyrvakt
- Veldig fint med kaffiposer! Folk er interessert i gratis ting.
- Enklere å få fram budskapet når vi har noe å gi bort. kaffeosene slo an.
- Ble mye ulike innfallsvinkeler. Kaffeposer, kjøttkaker, komfyrvakt.
- Alt vi kan mot brann, komfyrvaltkampanje, sikkerhverdag...
- Bra tiltak.
- Bilder burde vært sendt ut sammen med lokal pressemelding (bildene kom sent)

- Sjekklista kom sent.
- "Bestemor kjøttkaker" brosjyren burde enkelt forklart hvordan en komfyrvakt virker (illustrasjon)
- Viktig at hjemmesykepleien ble engasjert
- En bra kampanje med et viktig budskap.
- Bra tiltak, konkret og nyttig
- Pressemeldingen kom for sent. Man er avhengig av å planlegge i en travel hverdag, særlig om høsten og man tar kanskje en dag fri i forbindelse med høstferie og man må ha alt liggende klart.
- Setningen "Hvert år dør mange eldre i brann når de lager mat" kan kanskje virke som noe skremsel for målgruppen
- Kaffeposer var en kjempe suksess, men hva med å kombinere åpen dag neste år? Kaffeposer som en post?
- Vanskelig å nå målgruppen (de med eldre foreldre) via stand. Kanskje bedre å rette informasjonen mot frivillige grupper, som allerede har et engasjement for eldre (besøktstjenesten, røde kors, eldresenter ol).
- Det er veldig bra at man har 1, en "fiende" Enkelt og konkret budskap. Det vil ta litt tid før dette befester seg hos målgruppen, men det vil skje om man gjentar budskapet nok ganger, i forskjellig media og med litt variasjon.
- Veldig bra kampanje med bra materiell. I et eller strengt budsjett så hadde ikke vi kapasitet til å kjøpe roll-up og mer kaffe. Ønske for neste år er at flere kan få roll-up og mer kaffe hvis dere har penger til slikt.
- Pga årlig fokus har nå et helt borettslag gått til anskaffelse av komfyrvakt. Takket være kampanjen nasjonalt og ikke minst lokalt med deltagelse på styremøter på kveldstid.
- Med økende antall hjemmeboende eldre blir dette bare viktigere og viktigere, bør absolutt videreføres. Kan drives hele året
- Vi hadde planer om å være til stede på flere sykehjem, men dette falt i fisk pga kommunal koordinator som ble syk. Dermed fikk vi ikke innpass i tide.
- Vil helst ha noe lengere tid mellom Nasjonal brannøvelse/åpen dag og komfyrvakt kampanjen.
- Fint hvis det kan være noe flere kaffeposer til utdeling. Burde hatt ei liste over anbefalte komfyrvakter og godkjente forhandlere.
- Dette bør gjennomføres samtidig med andre kampanjer som f.eks. 01.12.15, brannvarsler og batteri.
- Det tilsendte opplegget på nynorsk er helt ubrukelig.
- Kampanjen kommer veldig tett på brannvernuka. Burde vært litt "luft" mellom!
- Kampanjen ble ikke utført pga dårlig bemanning.
- Vi kommer til å bruke tilsendt materiell til en senere anledning når det nærmer seg jul.
- Få tilsendt underlag litt tidlegare.
- Det må vises frem komfyrvakter på stand.
- Greit med kaffiposen.
- Greit å kunne starte samtalen med å gi bort ein kaffipose.
- Veldig godt tiltak, som gjør at vi kan ha positivt fokus på den hyppigste brannårsaken.
- Kjenner for dårlig til innholdet til å si noe om dette.
- Trur den kan endres på med at vi får en type komfyrvakt som vi kan demonstrere, og at vi kan bero dei eldre med at dette er trygt og virker når det brenn

3

Del 3 Kampanjen på DSBs Facebook

Metode: Gjennomgang av statistikk generert av bruk.

KAMPANJEFILM PÅ FACEBOOK

Hovedsakelig to årsaker til bruk av Facebook som hovedkanal: 1) Målgruppen pårørende nås gjennom denne kanalen. FB kan innrettes til å publisere målrettet mot en spesiell aldersgruppe. 2) Kanalen er billig å bruke. I utgangspunktet er den gratis, men rekkevidden økes ved betaling.

Vi la ut første melding to dager før (den første er forsvunnet fra feed). Noen eksempler:

dsb Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap
Published by Carl Thomas Aarum [?] · September 30 · Edited [?] ·

En liten snikttitt fra kullissene under innspilling av en helt ny kampanjefilm. I morgen er det premiere!



19,987 people reached [Boost Post](#)

Like Comment Share

Heidi Holm, Inger Johanne Fjellanger, Erik Karsrud and 19 others like this.

1 share

dsb Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap
Published by Carl Thomas Aarum [?] · October 1 · Edited [?] ·

Det skal ikke så mye til for å gjøre hverdagen litt tryggere for dem du bryr deg om. Ta Kjøkkenpraten i dag.



389,778 people reached [Boost Post](#)

179k Views

Like Comment Share

Kjetil Aarum, Eva Ulland, Heidi Holm and 442 others like this. [Top Comments](#)

466 shares

dsb Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap
Published by Carl Thomas Aarum [?] · October 1 ·

Dette kan du gjøre for å bedre brannsikkerheten for eldre.



Ta Kjøkkenpraten for bedre brannsikkerhet
Eldre mennesker har større risiko for å omkomme i brann. Med noen enkle grep kan du bidra til å redusere brannfaren hos noen du bryr deg om. Ta Kjøkkenpraten i dag.
SIKKERHVERDAG.NO

3,607 people reached [Boost Post](#)

Like Comment Share

Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap, Heidi Holm, Inger Johanne Fjellanger, Rolf Magne Hansen and 25 others like this.

74 shares

dsb Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap
Published by Carl Thomas Aarum [?] · October 1 ·

Komfyren er hjemmets største brannkilde. Med en komfyrvakt slår komfyren seg av når det oppstår farlige situasjoner. Dette bør du vite om komfyrvakt.



Dette bør du vite om komfyrvakt
SIKKERHVERDAG.NO

5,158 people reached [Boost Post](#)

Like Comment Share

Anne Steen-Hansen, Ola Jørgen Fauske, HTL elektro Averøy A/S and 9 others like this.

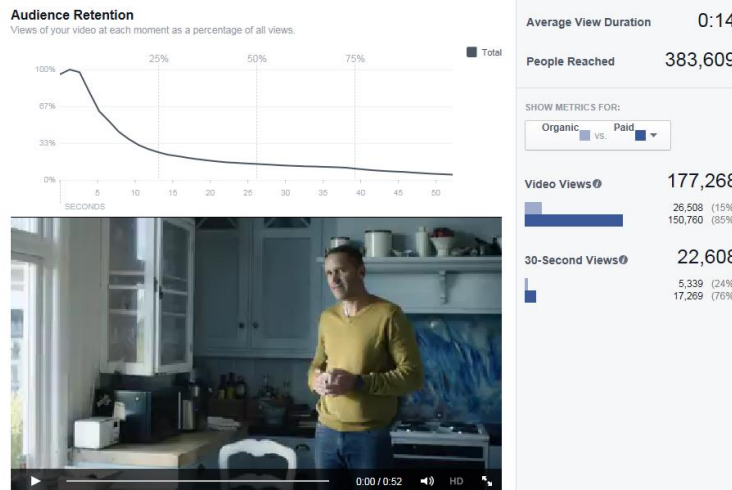
40 shares

Filmer (en lang – to korte) - data hentet 13.10.15

1. Lang – 52 sek

Vendepunkt: 0:33 – Ta kjøkkenpraten...: 0:45 – Avsendere: 0:50

- Publisert 1. okt kl 06:50
- 383.609 unike eksponeringer av oppdateringen
- 177.268 startet avspillinger (sett 3+ sekunder)
- Sponset med 30.000,- (bl.a. 20.000 fra Finans Norge)
- 20 øre pr. videovisning
- Gj. sn. 14 sek visningstid
- 22.608 har sett 30+ sekunder



2. Kort 1 – 15 sek

- Publisert 2. oktober kl 06:21
- 65.648 unike eksponeringer av oppdateringen
- 26.759 startet avspillinger (sett 3+ sekunder)
- Sponset med 5.000,-
- 20 øre pr. videovisning
- Gj. sn. 9 sek visningstid
- 4.074 har sett hele



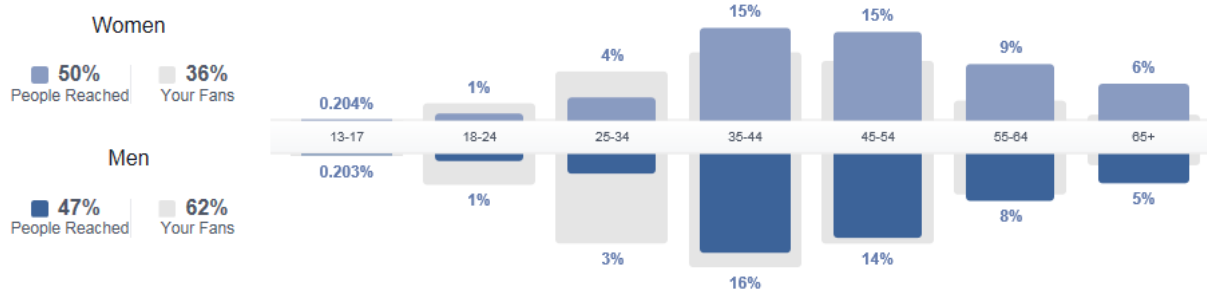
3. Kort 2 – 15 sek

- Publisert 3. oktober kl 08:30
- 86.471 unike eksponeringer av oppdateringen
- 34.627 startet avspillinger (sett 3+ sekunder)
- Sponset med 6.000,-
- 20 øre pr. videovisning



TREFFER GODT I INTERVALLET 35-54 ÅR – HOS BEGGE KJØNN

The number of people your post was served to in the past 28 days.



428 NYE LIKERE I PERIODEN RUNDT KAMPANJEN

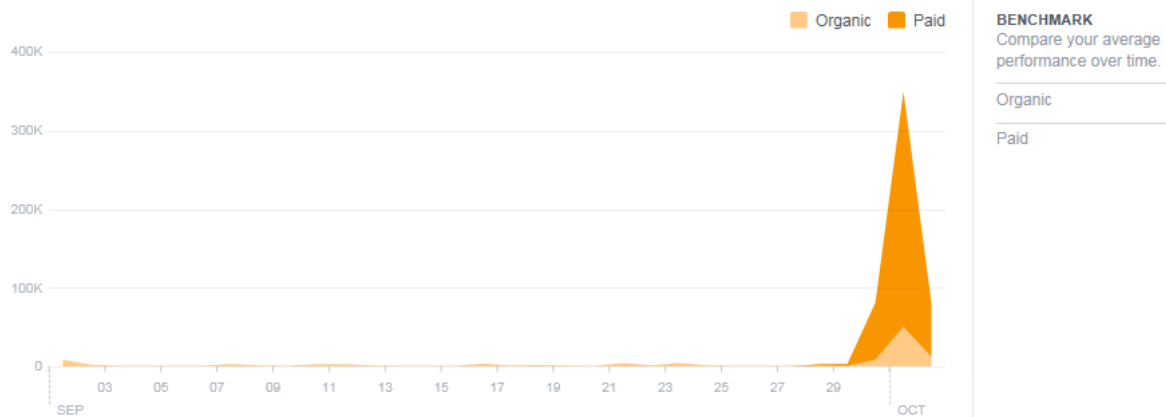
Total Page Likes as of Today: 3,575



EN TOTAL REKKEVIDDE PÅ 455.415 I DAGENE RUNDT 1. OKTOBER

Post Reach

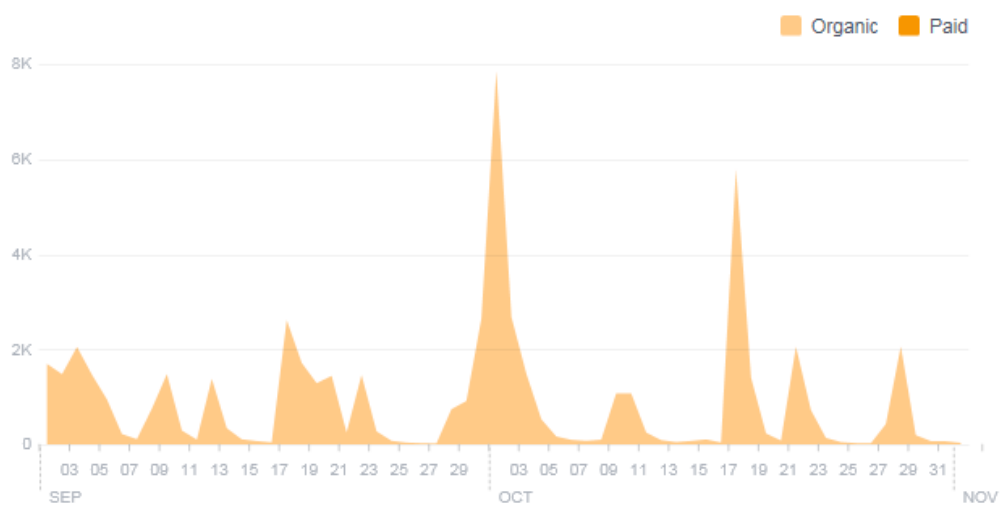
The number of people your post was served to.



... SAMMENLIGNET MED RUNDT 10.000 I 2014

Post Reach

The number of people your post was served to.



OPPSUMMERT FACEBOOK

- Betalt rekkevidde: 374.890
- Organisk rekkevidde: 80.526
- Total rekkevidde: 455.416
- Spending: 42.710,84
- 466 delinger (!)
- God effekt av «delingsguide» som ble sendt ut på forhånd

Læring:

- Korte filmer øker sannsynligheten for at Facebook-brukere ser hele
- Ved lengre filmer bør poenget komme tidligere
- Litt teknisk læring om transaksjoner

4

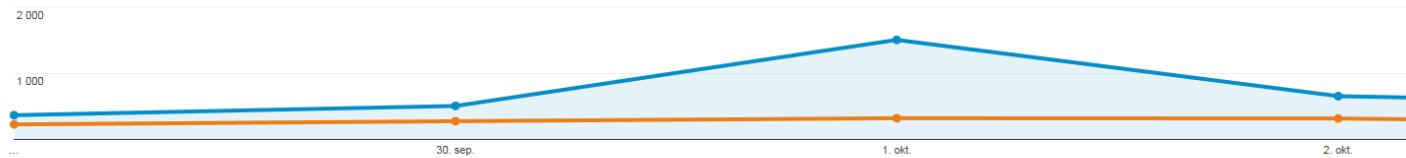
Del 4: Kampanjen på sikkerhverdag.no

Metode: Google Analytics - Gjennomgang av statistikk generert av bruk

TRAFIKK TIL SIKKERHVERDAG

Økter kontra Velg en beregning

29.sep.2015 - 04.okt.2015: ● Økter
22.sep.2015 - 27.sep.2015: ● Økter



Økter
136,90 %
3 852 vs. 1 626

Brukere
131,50 %
3 417 vs. 1 476

Sidevisninger
158,85 %
6 919 vs. 2 673

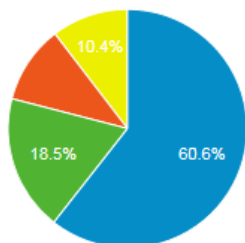
Sider per økt
9,26 %
1,80 vs. 1,64

Gjennomsnittlig øktvarighet
34,21 %
00:01:07 vs. 00:00:50

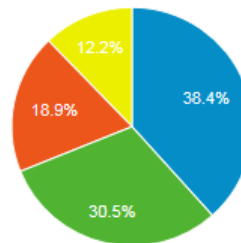
Fluktfrekvens
-9,48 %
72,48 % vs. 80,07 %

% nye økter
-0,20 %
83,05 % vs. 83,21 %

TRAFIKKDRIVERE

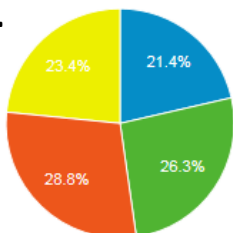


- Lenker
- Direkte trafikk
- Sosiale medier
- Google-søk



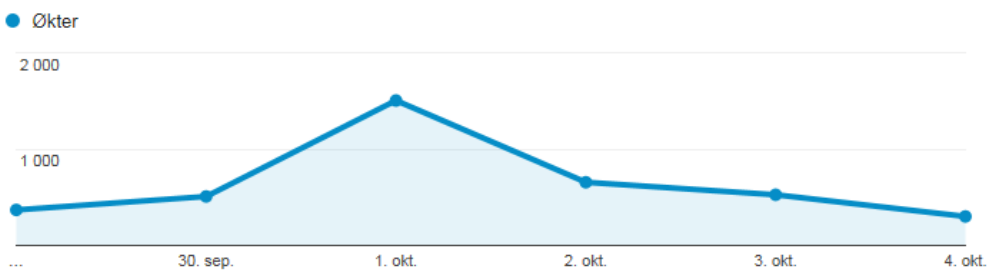
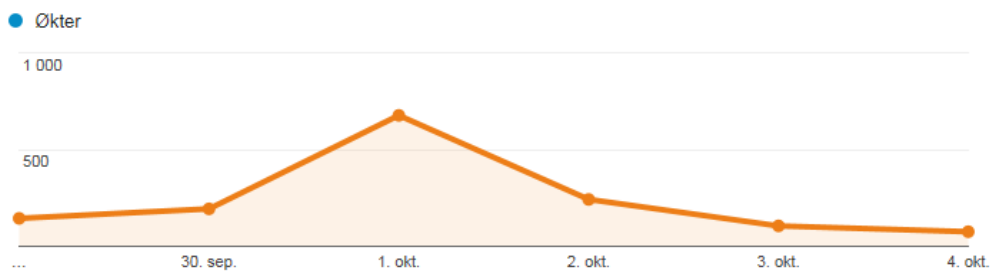
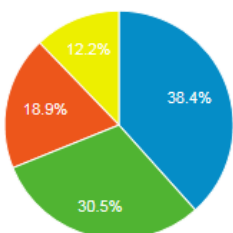
Stor nettoøkning sammenlignet med ordinære uker. Stor økning i trafikk fra sosiale medier, særlig Facebook.

2014



- Lenker
- Direkte trafikk
- Sosiale medier
- Google-søk

2015



5

Del 5: Mediene

Metode: Gjennomgang av medieklipp fra Retrievers analyseverktøy

HVA GJORDE VI?

Det ble i tatt direkte kontakt med de største etermediene i forkant, og gjort aktivt innsalg, spesielt til TV2 Frokost-TV, der vi ønsket DSBs direktør sammen med "ambassadører" for kampanjen. Det ble laget to pressemeldinger i forbindelse med kampanjen, en nasjonal og en tilpasset regionale medier.

Vi opprettet to søkeord i Retriever for kampanjen:

- Alt vi kan mot brann
- Kjøkkenpratene (inkl. komfyrvakt)

RESULTATER

Totalt var det cirka 130 artikler på nett i kampanjeuken (Retriever), halvparten ANB-meldinger som var basert på en sentral pressemelding fra DSB. Kampanjen ble omtalt i de største riksmidlene, på TV og radio, blant annet:

- TV2 God morgen Norge
- NRK Dagsrevyen
- NRK P1 Norgesglasset
- NRK Østafjells
- I tillegg: Mange lokale og regionale medieoppslag

Deler ut kaffe for å bedre brannsikkerheten

Brannvesenet oppfordrer til «kaffepprat» med eldre.

Brannvesenet oppfordrer til «kaffepprat» med eldre. Dette er en pressemelding fra DSB (Det Norske Brannvesen) som oppfordrer til å dele ut kaffe til eldre mennesker for å bedre brannsikkerheten. Artikkelteksten inkluderer informasjon om brannrisiko for eldre og anbefalinger for å redusere denne risikoen.

- Ta brannpratene ved kjøkkenbordet

Av ANB01, oktober 2015, kl. 13:23

Folk oppfordres til å prate brannsikkerhet med eldre slektninger.

DEL - Vi oppfordrer alle som har eldre foreldre til å snakke om hvilke brannrisikoer som finnes i hjemmet, og hva man kan gjøre for å bedre brannsikkerheten. Det sier Cecilie Daae, direktør i Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (DSB).

Eldre over 70 år har fire-fem ganger så stor risiko for å oppleve et brann som resten av befolkningen.

«En prat om brannfarer i hjemmet og enkle brannforebyggende tiltak kan utgjøre forskjellen på liv og død. Det er det vi kaller "kjøkkenpratene", uttaler Daae.

Les også: [1 av 3 trykter for eldre i brann](#)

Mange eldre trenger hjelp til å ivareta egen brannsikkerhet, og jeg har tro på at en liten "kjøkkenprat" kan bidra til å redde liv. Praten kan dreie seg om alt fra å skifte røykvarslerbatteri til å vurdere behovet for komfyrvakt, sier Cecilie Daae.

Komfyren er den største årsaken til boligbrann. De fleste komfyrbrenner skjer på dagtid, og rammer eldre mennesker.

Les også: [Slik sikrer vi trykete beboere](#)

Så godt som alle komfyrbrenner skyldes tørrkoking og ikke tekniske feil ved produktet. Da er det veldig fint å ha en komfyrvakt som hindrer at farlige situasjoner oppstår. Vi anbefaler alle å installere komfyrvakt, understreker Daae.

PS! På FNs eldredag 1. oktober setter over 150 brann- og feriesesen og lokale eldstryk over hele landet fokus på eldres brannsikkerhet. (ANB)

Komfyren er den største årsaken til boligbrann. De fleste komfyrbrenner skjer på dagtid, og rammer eldre mennesker. (Foto: DSB/ANB)



HVA SIER KLIPPENE?

Alle klippene fra Retriever er gjennomgått for gjennomslag for budskap og omtale av kampanjeordene, hvem uttaler seg og type aktiviteter. Her er et utvalg fra klippene:

- Stort gjennomslag i budskap (brannsikkerhet for eldre, Kjøkkenpratene, komfyrvakt, Alt vi kan mot brann).
- Lokale medier bruker lokal pm. En del gjengir hele.
- Talspersoner lokalt: flest fra brannvesen (brannsjef eller leder forebyggende)
- Lokalt samarbeid – fremgår i en del av klippene
- Noen lager helt egne opplegg (Ofoten og Moss)
- Bilder – årets, men også fjorårets kasserollebilde. En del har egne.
- Mange publiserer i dagene før 1/10.
- En del fine oppslag også i etterkant

JARLSBERG | Lørdag 3. oktober 2015 | NYHETER | 17

FOREBYGGENDE BRANNVERN PÅ ELDREDAGEN: - Ta kjøkkenpratene

Under FNs eldredag torsdag var brannmenn ute i Holmestrandsgater i den landsomfattende kampanjen "Ta kjøkkenpratene".

ARNE VEDAR VILJAN
ansvarlig brannvesen
SISSTED

HOLMESTRAND: Øyvind Bang, i tilven og forebyggende avdeling i Vestfold brannvesen, besøkte Brannvesen BK, var ute i Holmestrand torsdag under FNs eldredag. Her møtte han i utvalgte leiligheter i den fjerde etasjen om å ta en kaffepause med eldre om brannvern og tryk.

- Vi må prate på gata der vi trafte folk. Slett som på skolen til eldre for å få dem til å ta en kjøkkenprat med mer og far som en tilvarening til folk som bodt i en pose kaffe og en brannspray. Vi var på brugg, i Fana og Langgaten. Vi var ute prate for å plukke ut folk i alderdom og vi ble veldig positivt mottatt. Juli har en positiv holdning og en innlevelse og forståelse, fortalte Bang.

Komfyrbrann
- I år var det 25 komfyrbranner i Vestfold og 20 til i fjor. Komfyren er den største årsaken til brann i et stort område. Komfyrens brannene oppstår ikke bare i forbindelse med turrut, da vi ser seg utover hele dagene. En tredjedel av alle brannstrøkingene til private huser var i zona relatert til komfyren, opplyser brannsjef Per Olav Holmestrand.

Han kan også opplyse om at på et møtetidspunkt i år har brannvesen i Vestfold skullet 45 kjøkkenpratene, 20 av dem har kommet tidligere og alle i år hvor har oppsett på kjøkkenet.

Komfyrvakt
Øyvind Bang anbefaler komfyrvakt, en ledet som målet for å forhindre brann. Skal man gjennom å stå av komfyren, vil komfyrvakt varsle, og kunne strømmen når det er fare for brann. Det betyr brannhjelp, overoppløst og andre farlige situasjoner som kan føre til brann. Det er et godt tiltak for boligene, sier brannsjefen.

Kjøkkenklubb
Brannvesen og alle som opplyser om komfyren kan fort ta fyr i leie til å finne ut om det er trygt å bruke komfyren. En oppfølging i tillegg til å passe på komfyren er å sprøke elektriske produkter, tyte etter brannvesen, prøveløst tilknytning, utsettige loper, utsettige kasseroller og pass opp for oppvarming.



KOMFYRVAKT: Øyvind Bang i brannvesenet anbefaler et påsestykke til eldre for en kjøkkenprat om komfyrbrann.

FOTO: ARNE VEDAR VILJAN



Komfyrvakt

• Eldre har fem ganger så høy dødsrisiko i brann

BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.

BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.

BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.

BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.



Her er brannvesenets ønske for eldredagen

- Ta kjøkkenpratene - med eldre for å redusere brannrisikoen for dem du bryr deg, oppfordrer Askøy Brann og Redning.

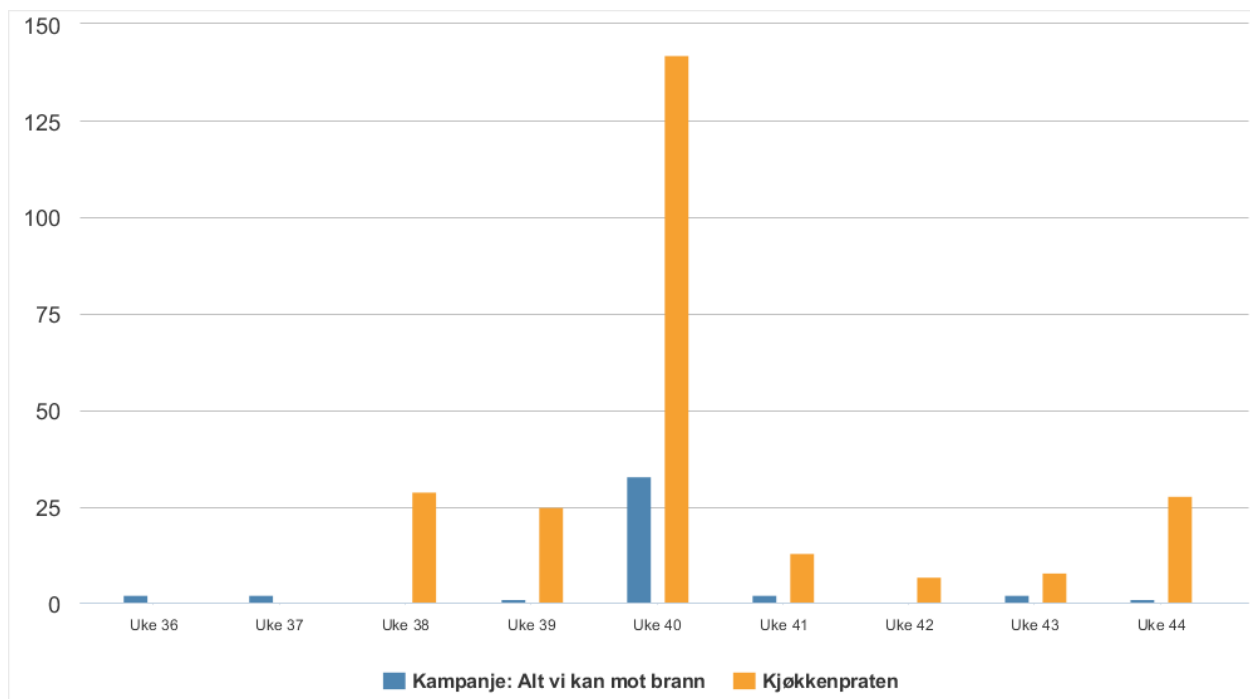
BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.

BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.

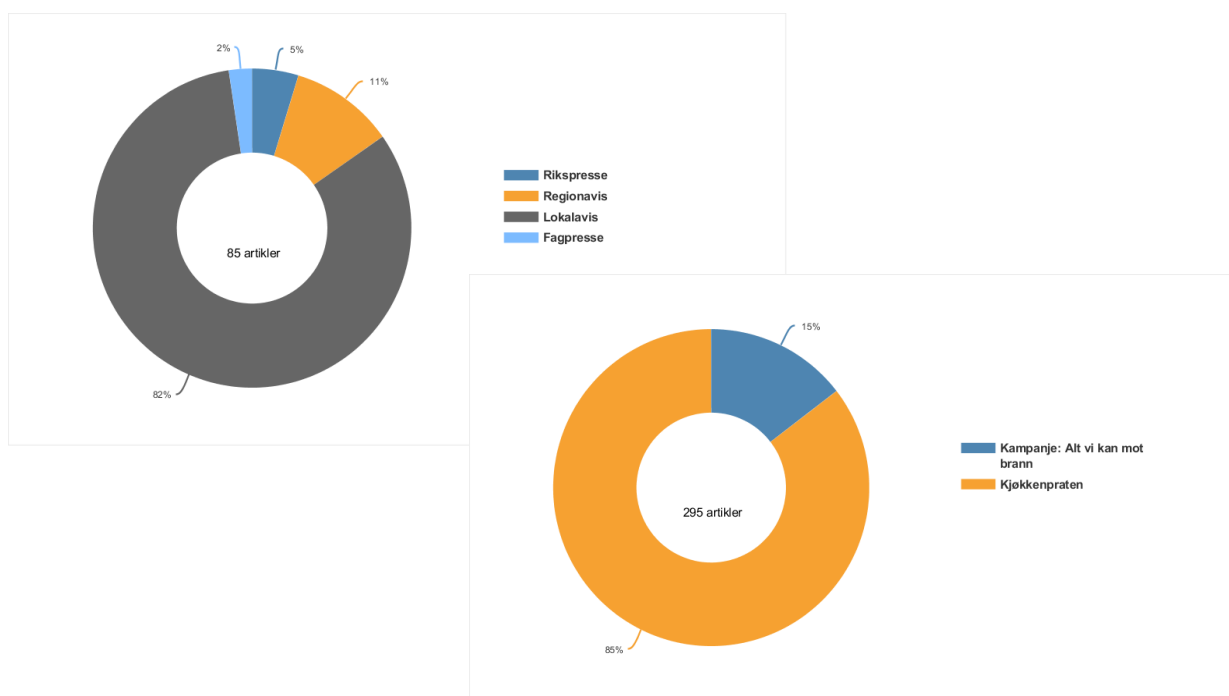
BRANN – Århundrede om mer og en selvbetjent som ble dømt, og til å se lever lett det kan oppstå branntilfelle på grunn av glømskhet.

MEDIEDEKNING I KAMPANJEPERIODEN

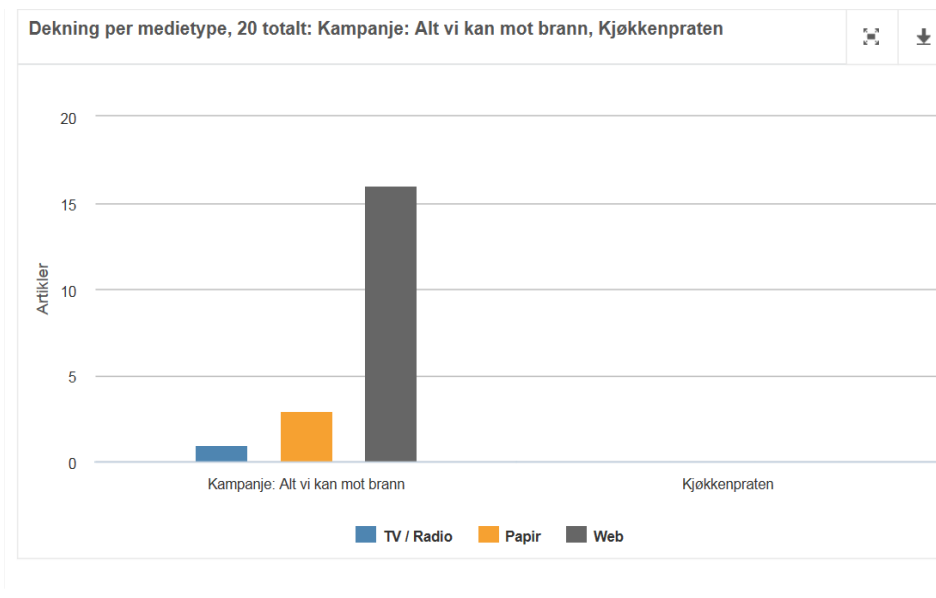
Høsten 2015. Uke 40. Kampanjedagen 1. oktober



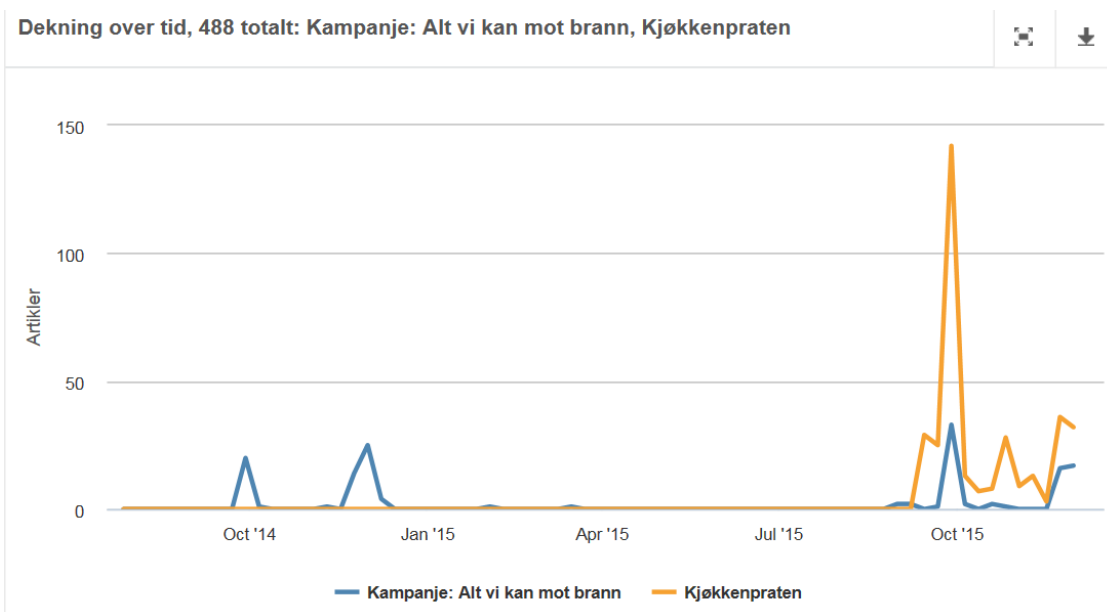
OMTALE FORDELT PÅ RIKSPRESSE, REGIONALE OG LOKALE MEDIER, SAMT FAGPRESSE.

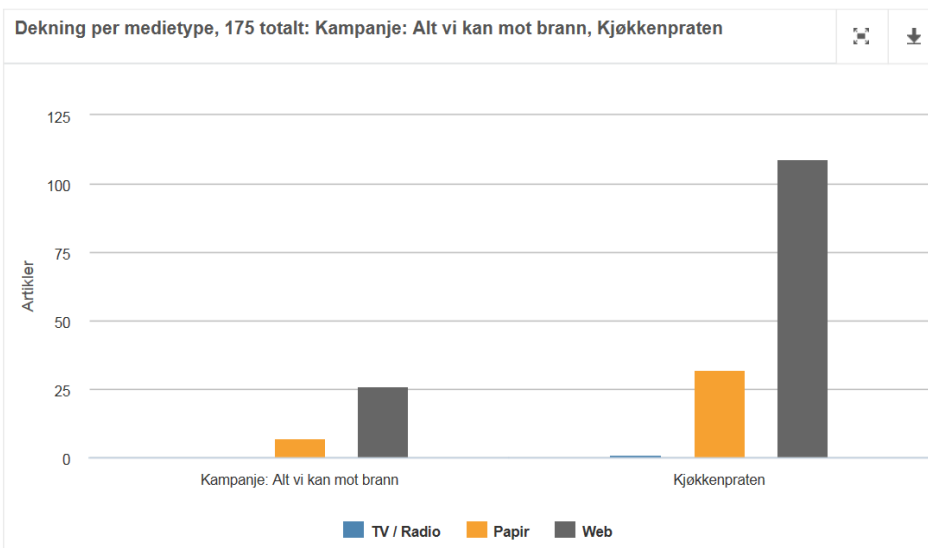


ULIKE MEDIER - DEKNING OVER TID – 2015



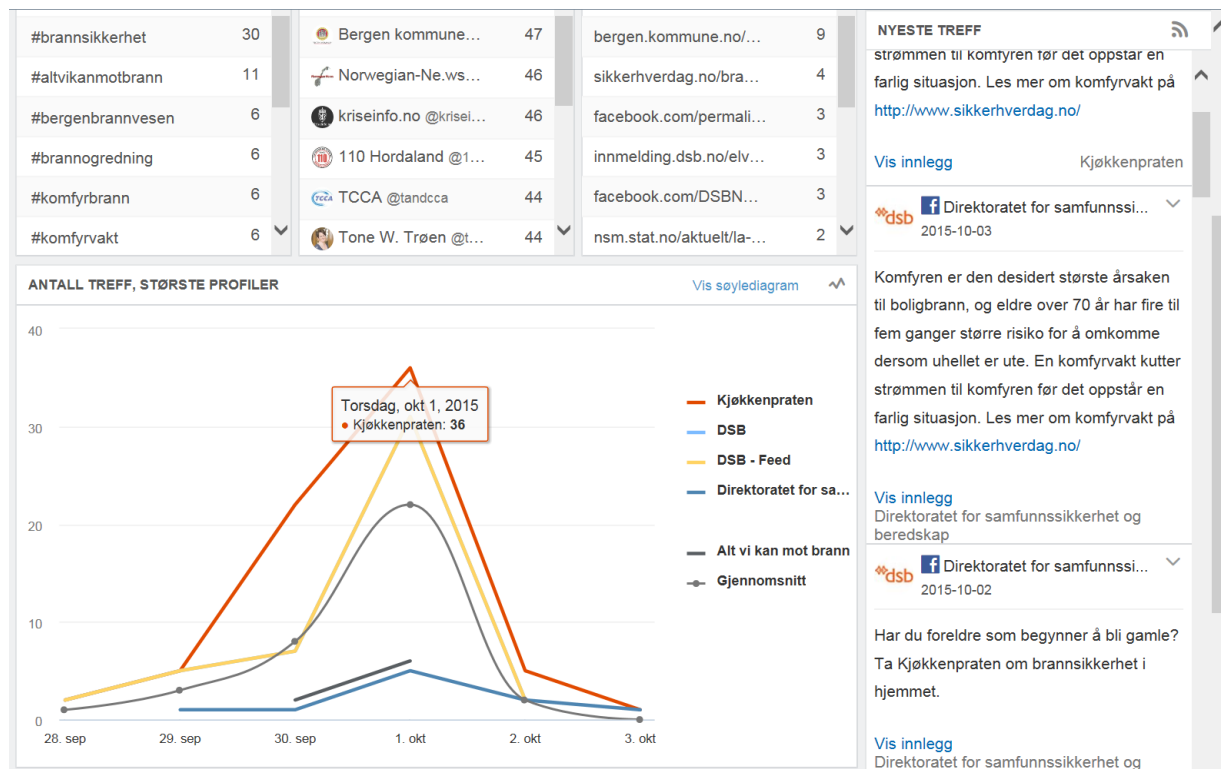
ULIKE MEDIER - DEKNING OVER TID – 2014 OG 2015





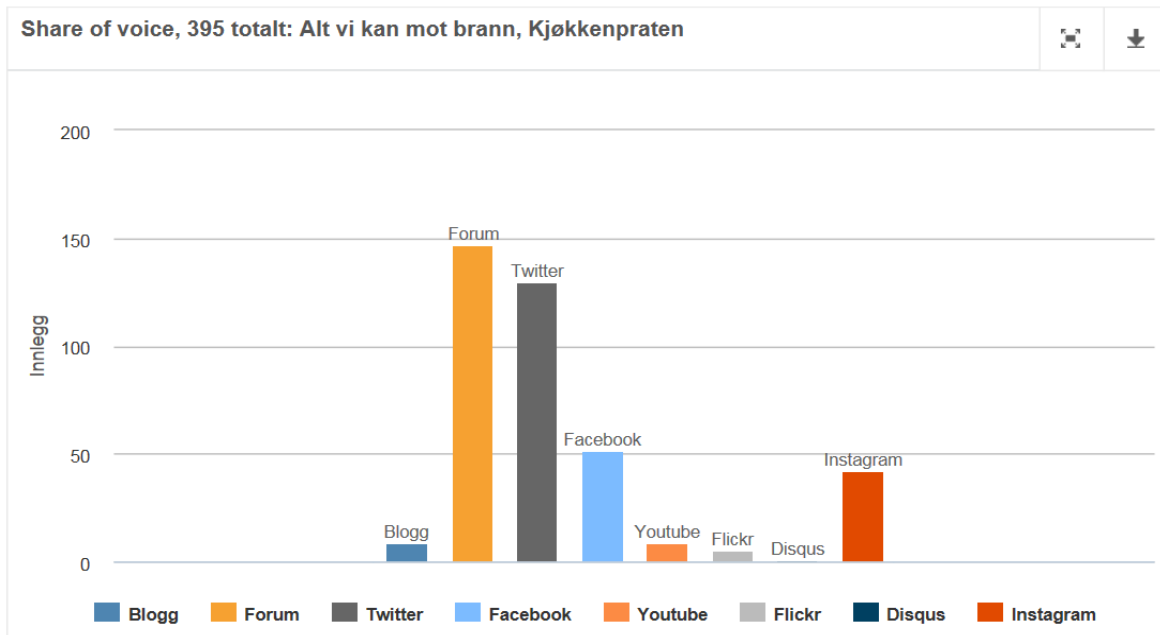
SOSIALE MEDIER 1. OKTOBER 2015

Høyest antall hashtags: #brannsikkerhet. Topptwitrer: Bergen kommune. DSB får økt omtale 1. oktober

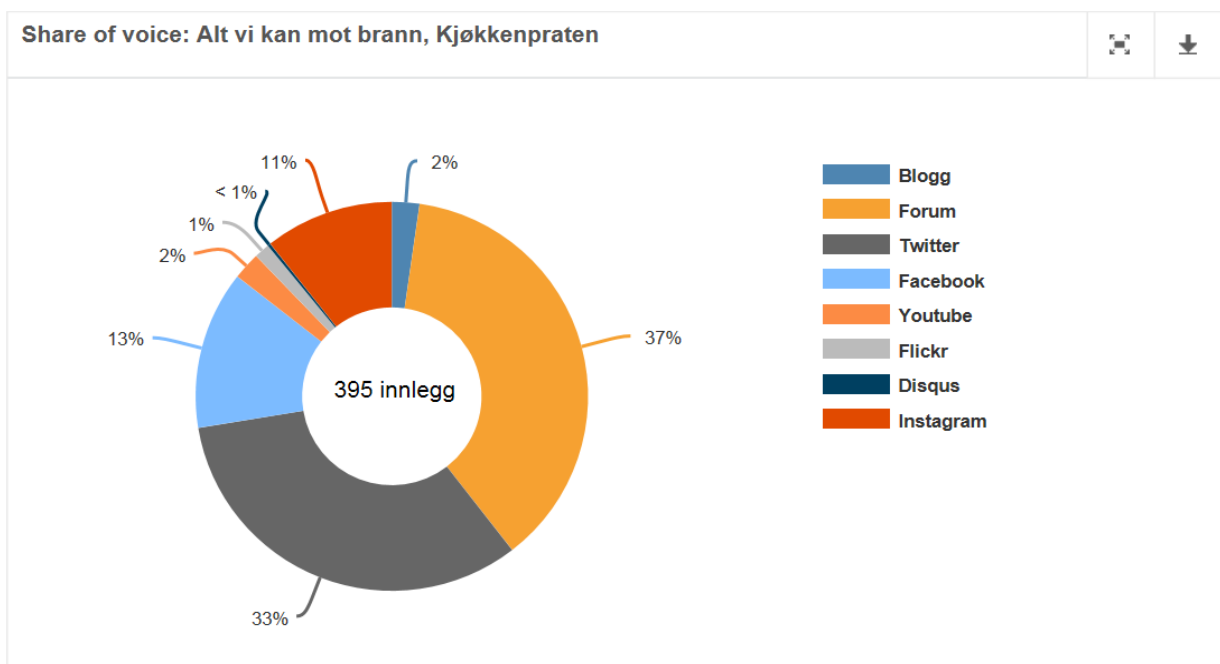


SOSIALE MEDIER UTVIKLING

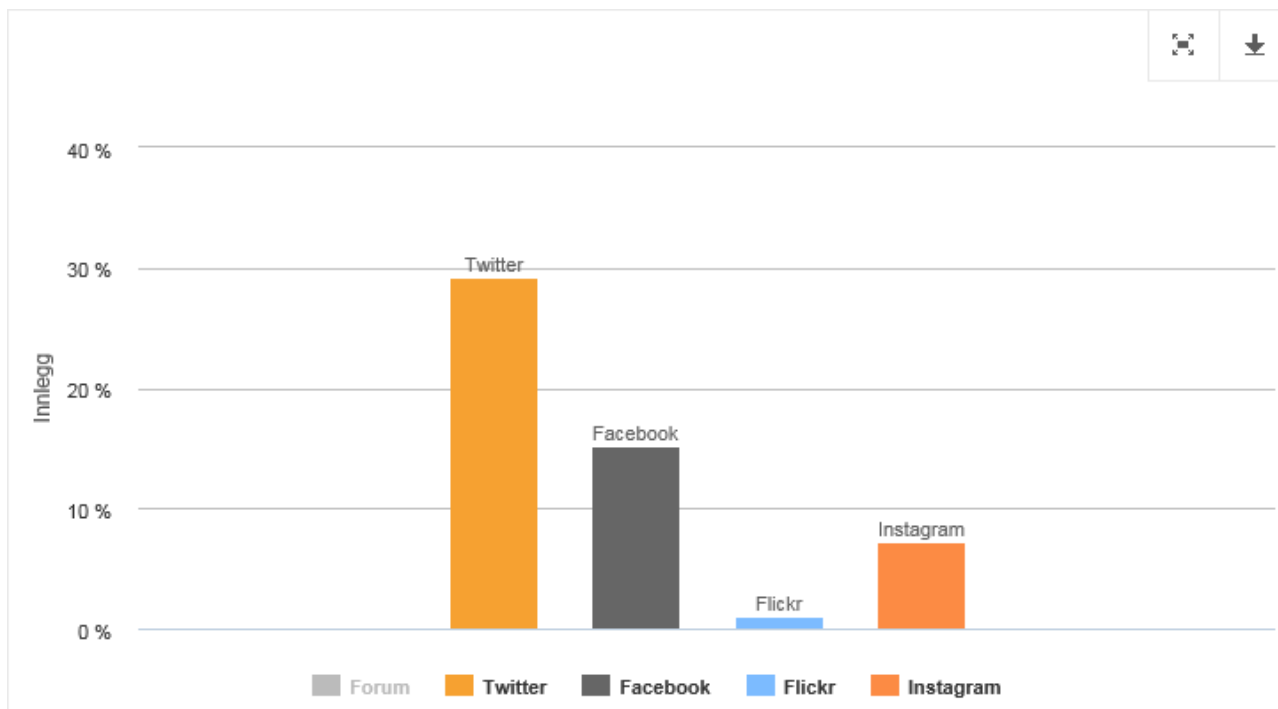
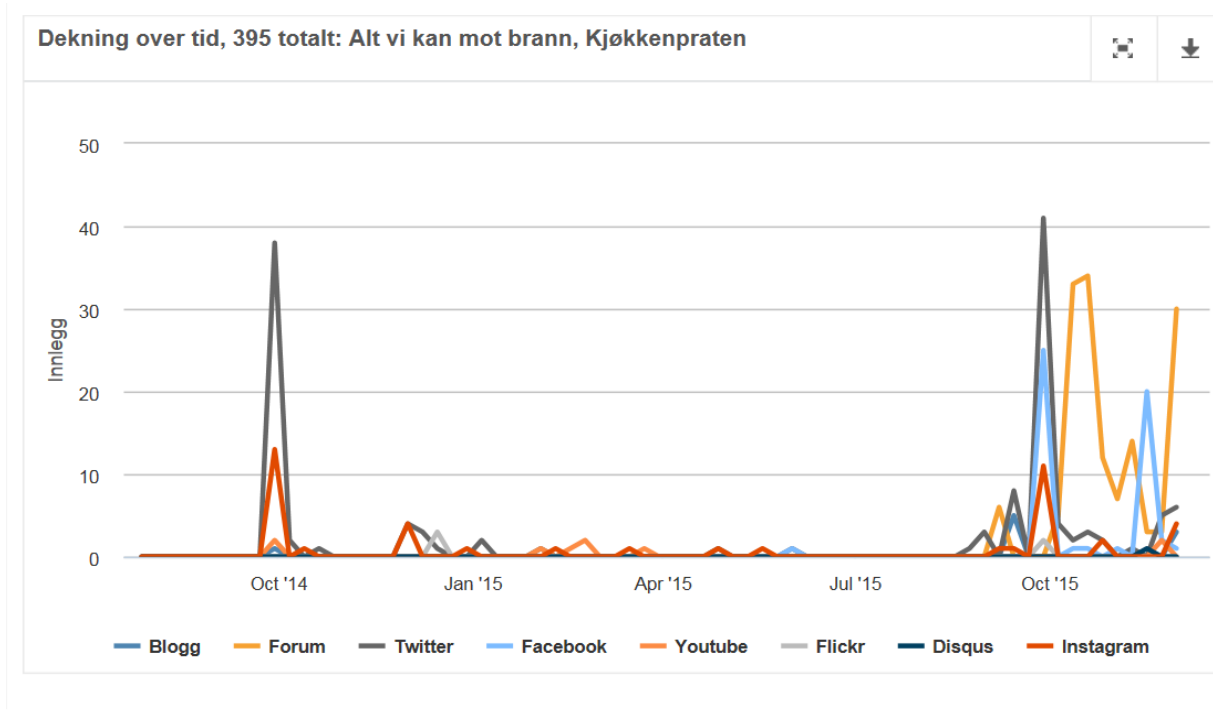
Under: Periode: 1/8-2014 til 6/12-2015. På litt over et år har vi hatt nesten 400 innlegg i sosiale medier, når forum er trukket fra. Omtale i forum er for eksempel når komfyrvakt er nevnt i VG Debatt.



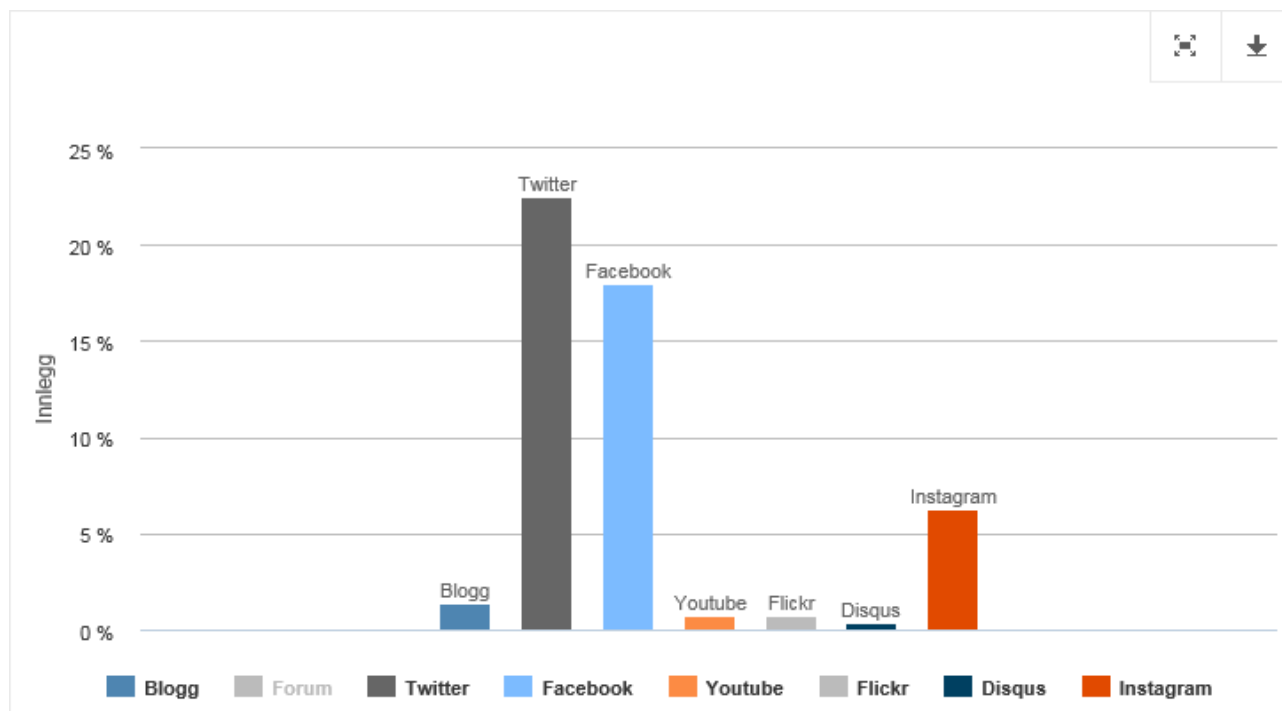
Vist på en annen måte:



like sosiale medier (forum er inkludert) over tid:



Når forum er trukket fra:



**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

