

EGENBEREDSKAPSUKA 2019

Laget for
Direktoratet for
samfunnssikkerhet og
beredskap (DSB)

21. november 2019



INNHOOLD

3

Prosjektinformasjon

11

Vannlagring

4

Sammendrag

15

Kjennskap til kampanjen

5

Kjennskap til egenberedskap

19

Om utvalget

PROSJEKTINFORMASJON

FORMÅL

Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (DSB) ønsker å innhente mer informasjon om befolkningens bevissthet rundt egenberedskap og effekten av DSBs kampanje «*Du er en del av Norges beredskap*». Hensikten med Egenberedskapsuka 2019 er å sette befolkningen i stand til å klare seg selv minst 72 timer i en krisesituasjon.

I denne forbindelse ønsket DSB å innhente mer kunnskap om hva slags kjennskap og bevissthet befolkning har rundt egenberedskap, hvorvidt man har lagret drikkevann i husstanden og om man har snakket med familie eller venner om hvordan man skal klare seg hvis en krise skulle oppstå.

METODE

Undersøkelsen ble gjennomført som en pre- og posttest i webpanel, og undersøker om det er variasjoner i befolkningens kjennskap og forhold til egenberedskap før og etter kampanjeperioden.

Målgruppen for undersøkelsen er et representativt utvalg av den norske befolkning over 18 år. Undersøkelsen ble gjennomført i Ipsos' web-panel.

Pre-testen ble gjennomført i uke 42-43, mens post-testen ble gjennomført i uke 45-46. Datagrunnlaget består av totalt 2000 intervjuer, med 1000 intervju i hver datainnsamlingsrunde. Resultatene er vektet på kjønn, alder, landsdel og utdanningsnivå i henhold til offentlig statistikk for befolkningssammensetningen.

ANALYSE

Utvalgsundersøkelser er alltid beheftet med usikkerhet. Feilmarginen varierer med antall intervju og svarfordelingen på det enkelte spørsmål. Med 1000 spurte ligger feilmarginene for totaltall for pre-test og post-test på rundt +/-1,4 - 3,2 prosentpoeng. Feilmarginen for tall i undergrupper er større.

Resultatene for henholdsvis pre- og post-test tolkes med bakgrunn i kji-kvadrattesting med 5 % signifikansnivå. Signifikante forskjeller mellom undergrupper og gjennomsnittet (totalen) er med 95 % sannsynlighet utenfor feilmarginene og skyldes ikke tilfeldigheter.

Utviklingen mellom pre- og post-test kommenteres gjennomgående der det foreligger en signifikant forskjell, og disse resultatene tolkes med bakgrunn i T-test med et signifikansnivå på 5 %.

I tabellene inngår SSBs *sentralitetsindeks* som en av bakgrunnsvariablene. Denne består av seks verdier. I tabellene er disse seks verdiene sammenstilt til tre verdier. For mer informasjon om sentralitetsindeksen se her: [publikasjon](#).

Bilder i rapporten er tatt av G. Røkeberg og er hentet fra DSB sin Flickr-konto

SAMMENDRAG



KJENNSKAP TIL EGENBEREDSKAP

Andelen som kjenner til myndighetenes anbefaling om at husstander skal være forberedt på å klare seg selv i minst tre døgn hvis strøm, telenett og internett blir borte har økt signifikant fra pre-test (65 %) til post-test (71 %).

Det er ingen signifikant endring i andelen som har snakket med familie eller venner om egenberedskap ved en eventuell krisesituasjon etter kampanjeperioden. Både pre- og post-test viser at 3 av 10 har snakket med venner eller familie om hvordan man skal klare seg hvis en slik eventuell krisesituasjon oppstår. Det er flere blant de unge mellom 18 og 29 år som har snakket med venner eller familie om egenberedskap én eller flere ganger.



VANNLAGRING

Det er ingen signifikant endring i andelen som har lagret drikkevann på flasker/holdere i husstanden etter kampanjeperioden. Både pre- og post-testen viser at cirka 2 av 10 har lagret drikkevann i husstanden i tilfellet vannet i springen blir forurenset.

I både pre- og post-test er det en høyere andel menn og personer over 60 år som svarer at de har lagret drikkevann i husstanden.

Blant personer som har svart at de har lagret drikkevann i husstanden, er det flest som oppgir at de har lagret inntil 10 liter vann.



KJENNSKAP TIL KAMPANJEN

Post-testen viser at halvparten har fått med seg noe om egenberedskap i mediene i det siste, gjennom én eller flere kanaler. Andelen er spesielt høy blant personer over 60 år. De fleste har sett anbefalingene på TV, i landsdekkende avis eller på internett.

Blant de som har lest, sett eller hørt noe om egenberedskap i mediene i det siste er det en gjennomgående høyere andel som svarer at de har kjennskap til myndighetens anbefaling om egenberedskap, har lagret vann og har snakket med noen om egenberedskap sammenlignet med de som ikke har lest, sett eller hørt noe om egenberedskap i mediene i det siste.

KJENNSKAP TIL EGENBEREDSKAP

Post-test

71%

Har kjennskap til myndighetenes anbefaling om at husstander skal være forberedt på å klare seg selv hvis strøm, telenett og internett blir borte

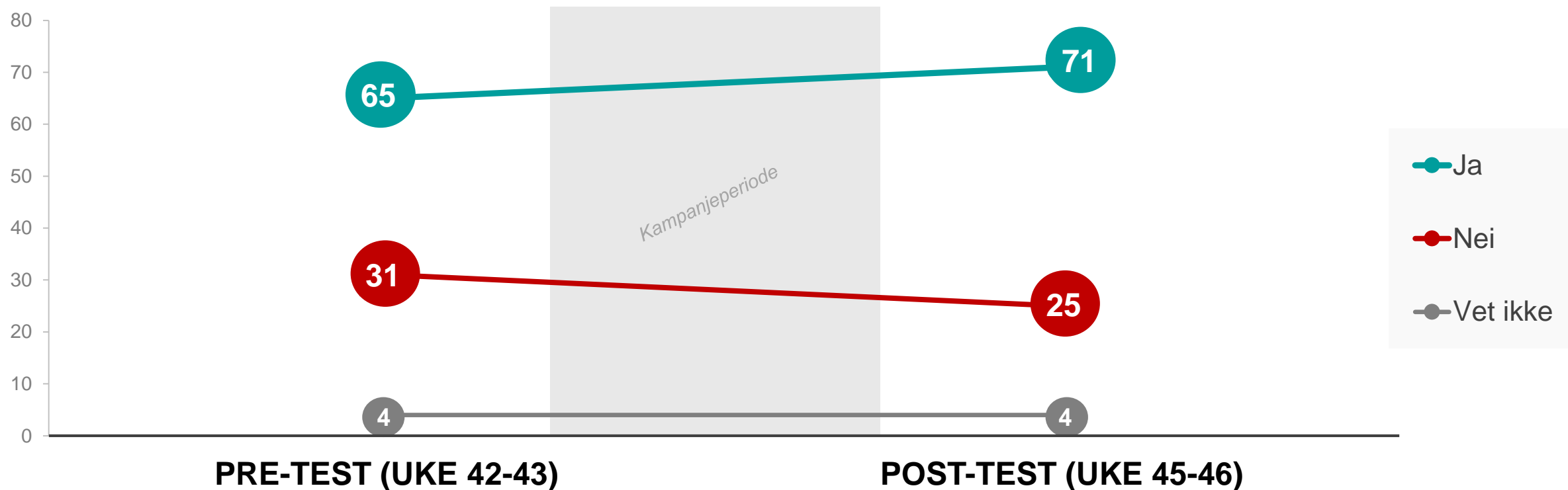
31%

Har snakket med venner og familie om hvordan man skal klare seg i en eventuell krisesituasjon



Økt kjennskap etter kampanjeperioden

Er du klar over at myndighetene anbefaler at alle husstander i Norge skal være forberedt på å kunne klare seg selv i eget hjem i minimum tre døgn, dersom strøm, tele-/mobilnett og internett blir borte i ditt nærområde, uavhengig av årstid?

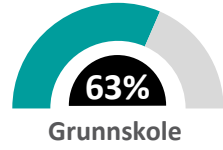


Resultatene viser en signifikant økning i andelen som har svart «Ja» fra pre-testen til post-testen. Videre er økningen mer markant blant enkelte undergrupper:

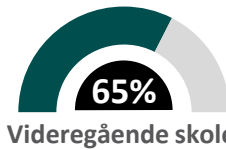
- Økningen er primært blant kvinner, der andelen steg signifikant fra 63 % til 74 %. Hos menn lå den stabilt på 68 %.
- Personer mellom 40 og 59 år har en signifikant fremgang (65 % til 73 %), selv om resultatene viser tegn til økning i samtlige aldersgrupper
- Oslo har en signifikant økning (60 % til 71 %)
- Personer med høyere utdanning (lavere og høyere nivå) har en signifikant høyere økning, fra 67 % til 76 %.
- Sist, men ikke minst, er fremgangen signifikant blant personer som bor alene (64 % til 75 %)

Er du klar over at myndighetene anbefaler at alle husstander i Norge skal være forberedt på å kunne klare seg selv i eget hjem i minimum tre døgn, dersom strøm, tele-/mobilnett og internett blir borte i ditt nærområde, uavhengig av årstid? **Andel svart «Ja»**

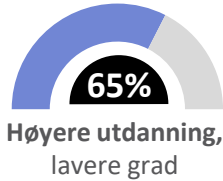
Base: Pre-test (n= 1000)



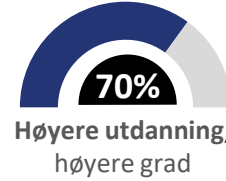
Grunnskole



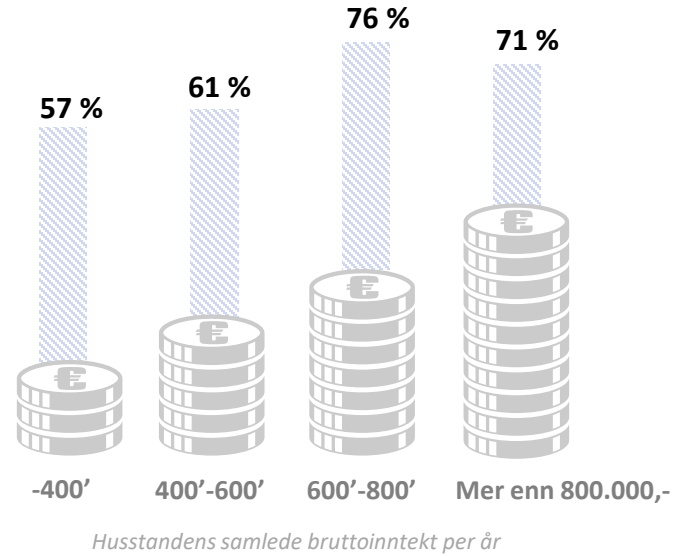
Videregående skole



Høyere utdanning,
lavere grad



Høyere utdanning,
høyere grad



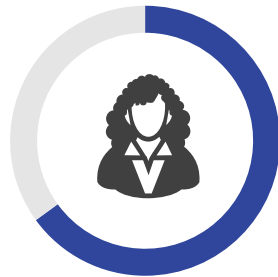
18-29

50%



30-39

58%



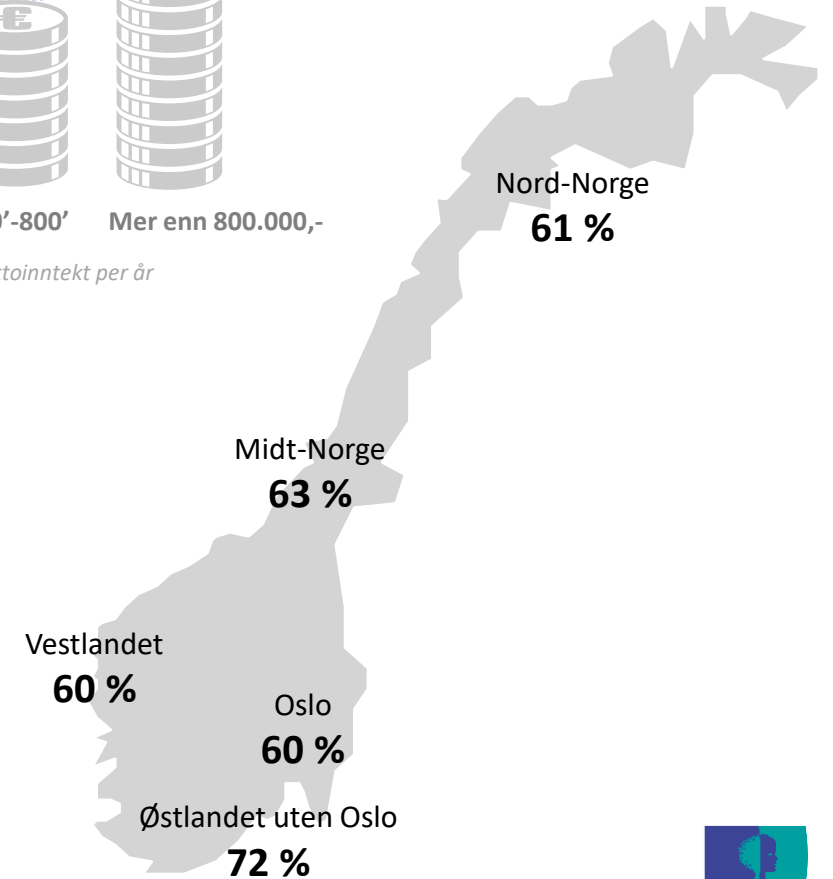
40-59

65%



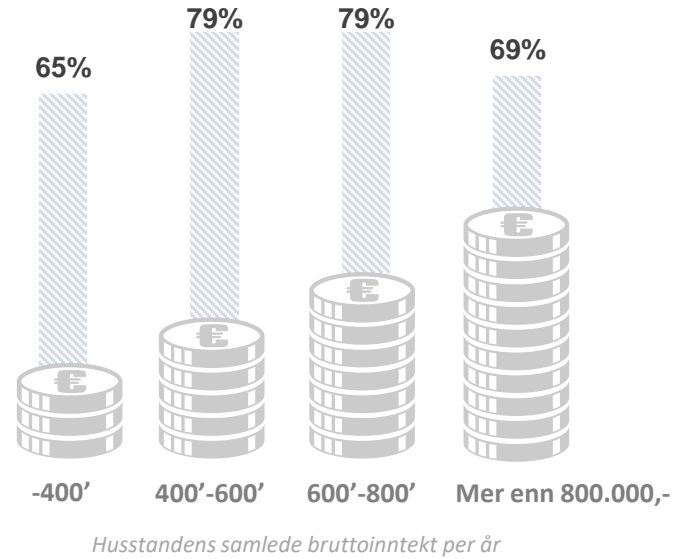
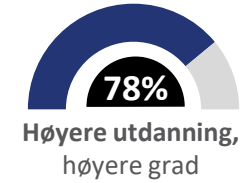
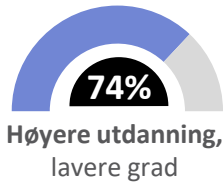
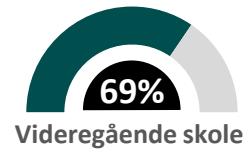
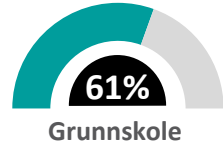
60+

82%



Er du klar over at myndighetene anbefaler at alle husstander i Norge skal være forberedt på å kunne klare seg selv i eget hjem i minimum tre døgn, dersom strøm, tele-/mobilnett og internett blir borte i ditt nærområde, uavhengig av årstid? **Andel svart «Ja»**

Base: Post-test (n= 1000)



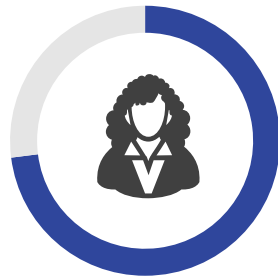
18-29

55%



30-39

60%



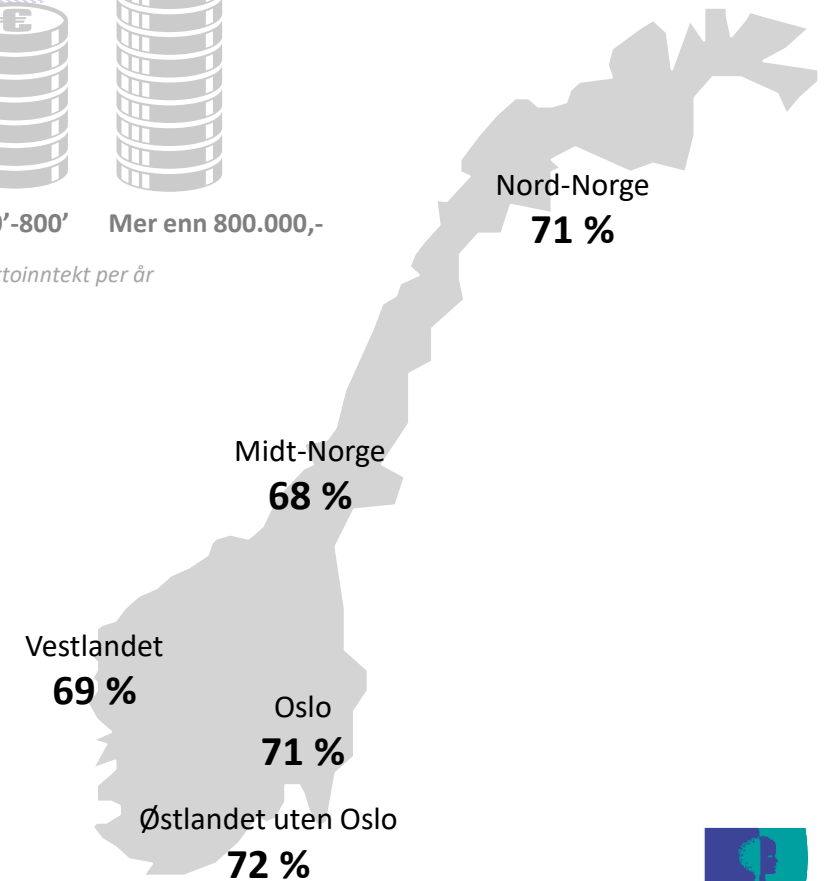
40-59

73%



60+

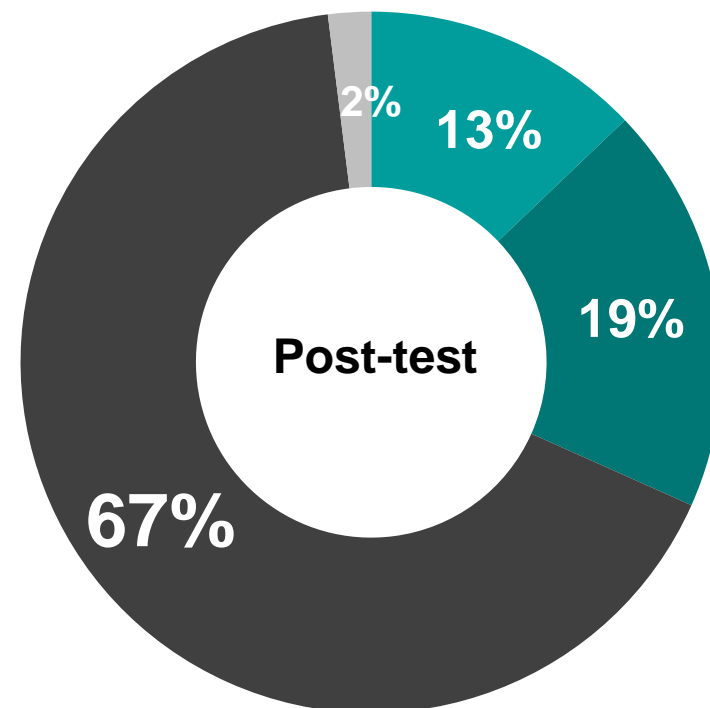
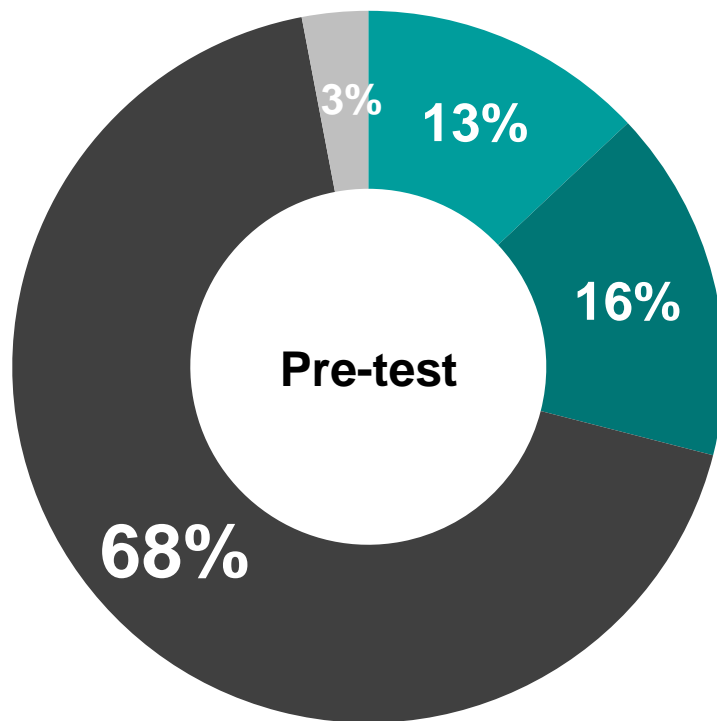
85%



Ingen signifikant endring i andelen som har snakket med familie eller venner om egenberedskap ved en eventuell krisesituasjon etter kampanjeperioden

Har du snakket med familie eller venner om hvordan dere skal klare dere hvis strøm, vann, telenett og internett blir borte i tre døgn eller mer?

- Ja, en gang
- Ja, flere ganger
- Nei
- Husker ikke



Omtrent 3 av 10 har snakket med venner om hvordan de skal klare seg hvis strøm, vann, telenett og internett blir borte i tre døgn eller mer. Andelen er hhv. 29 % i pre-testen og 31 % i post-testen.

På totalnivå er det ingen signifikante økninger mellom pre- og post-testen. Det er likevel interessante variasjoner mellom undergrupper (tall fra post-test):

- Andelen som har snakket en eller flere ganger er høyere blant menn enn kvinner, hhv. 33 % og 30 %.
- Det er de yngste og de eldste som har snakket mest om egenberedskap. Andelen som har snakket en eller flere ganger om temaet er hhv. 39 % og 33 % blant personer mellom 18-29 år og over 60 år.
- Andelen er signifikant høyere blant dem som har lest, hørt eller sett noe om egenberedskap i mediene i post-testen. Andelen er spesielt høy for radio (61 %), landsdekkende avis (53 %) og sosiale medier (53 %).
- Personer med høyere utdanning har oftere snakket med familie eller venner en eller flere ganger (36 %).
- Andelen som har snakket med familie eller venner «flere ganger» er signifikant høyere blant personer bosatt på Østlandet utenom Oslo (25 %). Til sammenligning er andelen i Oslo 9 %.

VANNLAGRING

Post-test

23%

Har lagret drikkevann i husstanden i tilfelle vannet i springen blir forurenset

53%

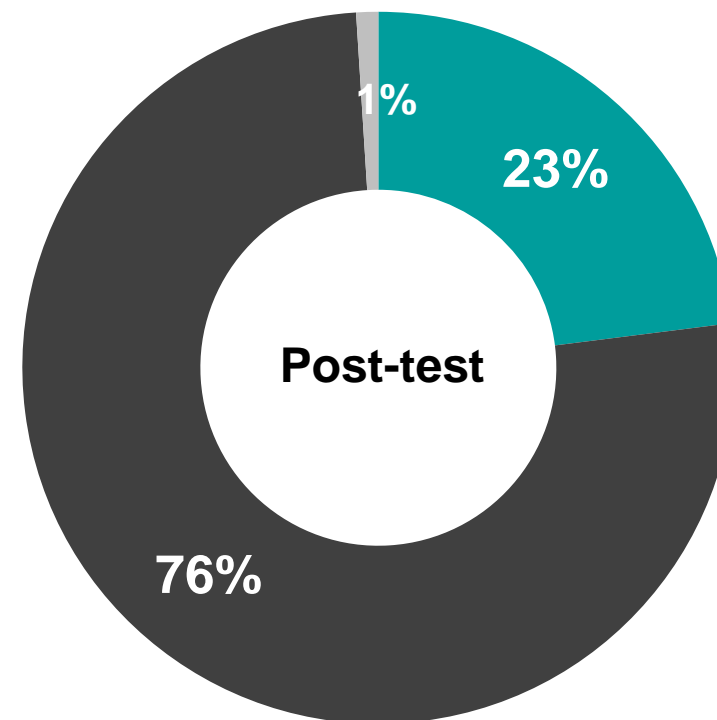
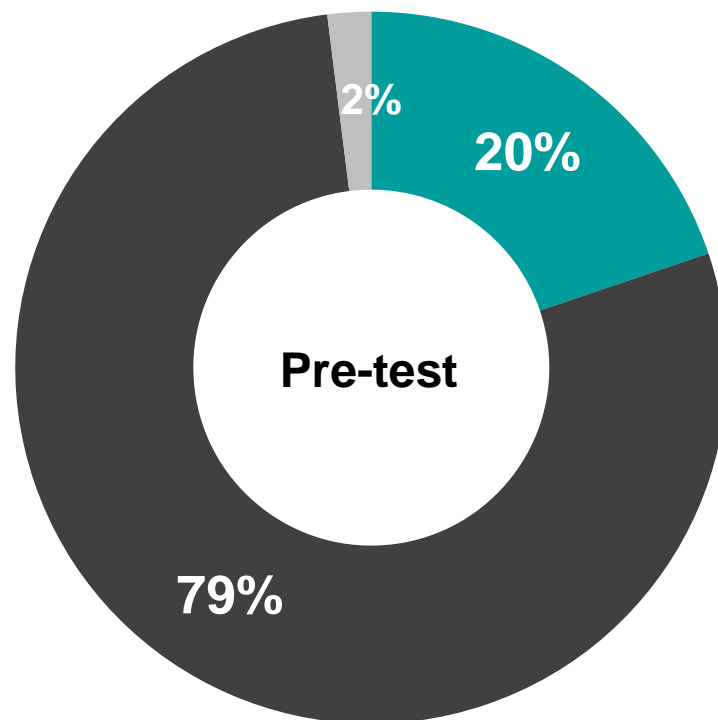
Har lagret inntil 10 liter vann i husstanden



Ingen signifikant endring i andelen som har lagret drikkevann på flasker/beholdere i husstanden etter kampanjeperioden

Har din husstand lagret drikkevann i flasker/beholdere som kan brukes dersom vannet i springen blir avstengt eller forurenset?

- Ja
- Nei
- Vet ikke



Omtrent 2 av 10 har lagret drikkevann i husstanden. Andelen er hhv. 20 % i pre-testen og 23 % i post-testen. Økningen er ikke statistisk signifikant.

Det er videre interessante forskjeller mellom undergrupper (tall fra post-test):

- Andelen som svarer at de har lagret vann i husstanden er høyere blant menn enn kvinner, hhv. 29 % og 17 %.
- Personer er klar over myndighetenes anbefalinger om egenberedskap har oftere lagret drikkevann (29 %).

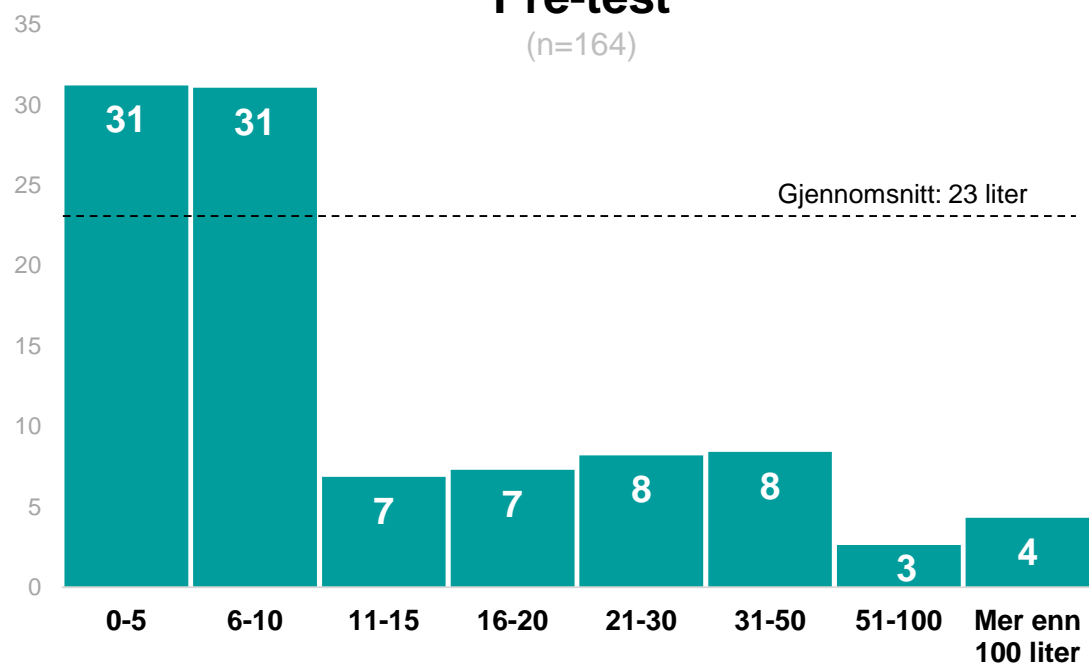
Majoriteten har lagret inntil 10 liter vann i husstanden

Omtrent hvor mange liter vann har din husstand lagret?

Vennligst skriv estimert antall i hele liter

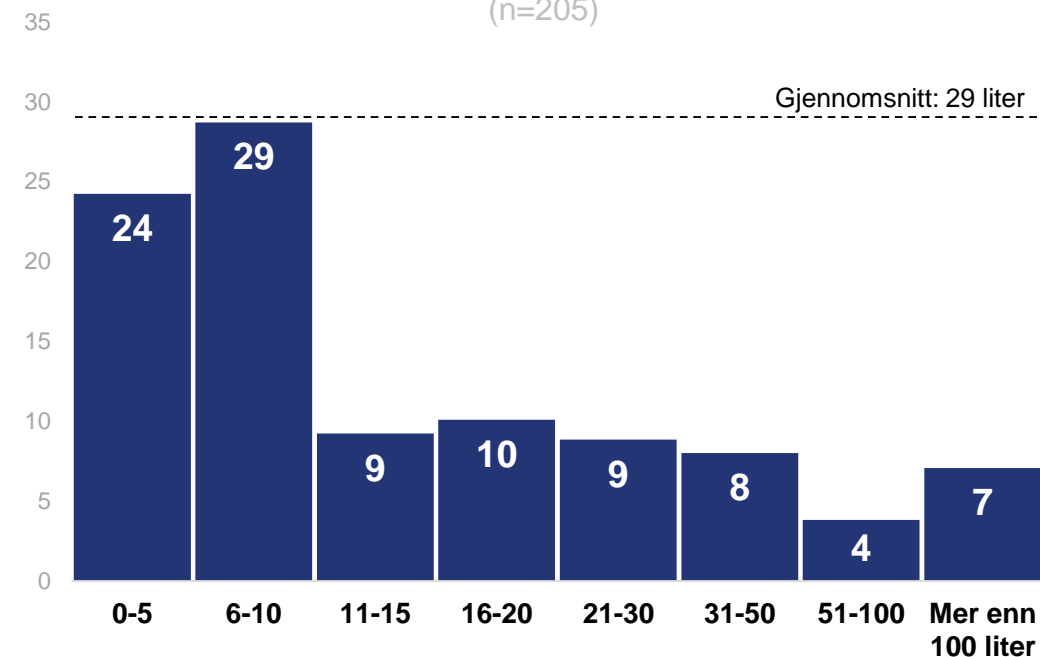
Pre-test

(n=164)



Post-test

(n=205)



Blant de som har svart at de har lagret drikkevann i husstanden, er det flest som oppgir at de har lagret inntil 10 liter vann. Andelen er hhv. 62 % i pre-testen og 53 % i post-testen. Denne utviklingen er imidlertid ikke statistisk signifikant. Samtidig har andelen som svarer at de har lagret mer enn 50 liter økt signifikant fra 4 % til 10 % fra pre-testen til post-testen. Post-testen viser følgende signifikante variasjoner fra snittet:

- Det er en høyere andel blant personer mellom 18 og 29 år (46 %) som har lagret mellom 0 og 5 liter vann.
- Personer bosatt i Oslo (63 %) har oftere lagret mellom 6 og 10 liter vann.
- Husstander med mer enn fem personer har oftere lagret mellom 11-20 liter vann (64 %).

KJENNSKAP TIL KAMPANJEN

Post-test

51%

**Har lest, hørt eller sett anbefalinger
for egenberedskap i det siste**

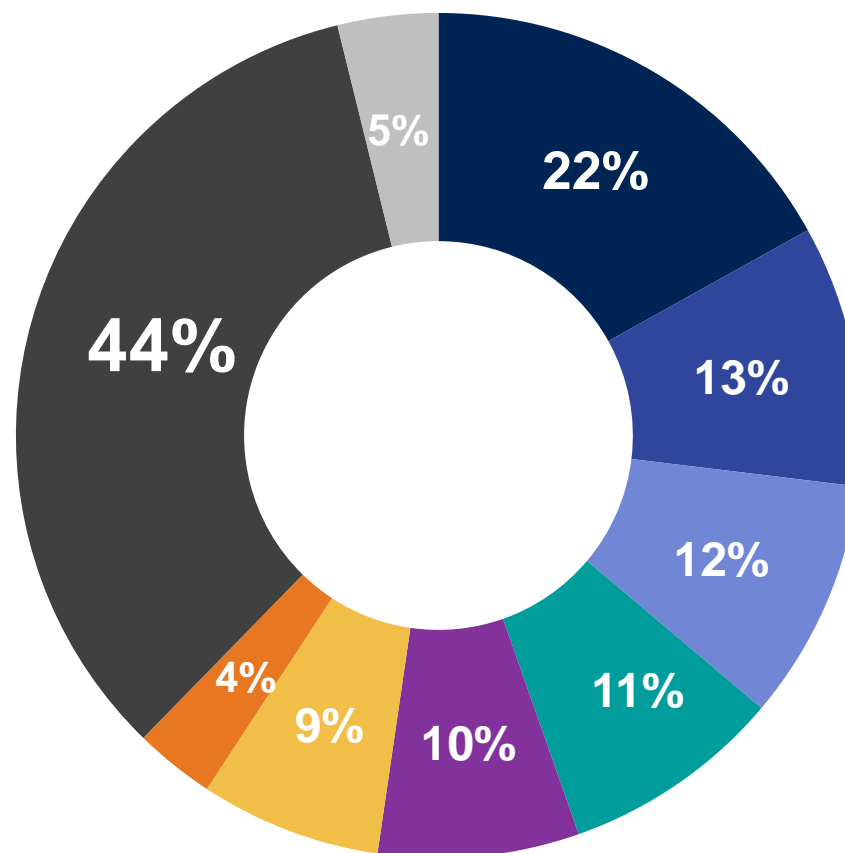
60%

**blant personer over 60 år har lest, sett
eller hørt anbefalinger for egenberedskap**



Post-testen viser at halvparten har lest, hørt eller sett anbefalinger for egenberedskap i mediene

- Totalt 51 % oppgir at de har lest, hørt eller sett anbefalinger for egenberedskap i mediene. Andelen er størst blant personer over 60 år (60 %).
- Totalt har de fleste sett anbefalingene på TV, landsdekkende avis eller på internett.
- Det er en høyere andel blant personer som bor alene i husstanden som ikke har lest, sett eller hørt noe (50 %).
- Menn har oftere enn kvinner sett anbefalingene på internett (15 %), landsdekkende avis (15 %) og på radio (12 %).
- De unge mellom 18 og 29 år har oftere sett anbefalingen på sosiale medier (18 %), mens de litt eldre mellom 30 og 39 år har en høyere andel som har sett anbefalingene på internett (19 %). Personer over 60 år har på sin side oftere sett anbefalingene på TV (36 %) og i lokalavisen (14 %).
- Det er flere som har sett anbefalingene i lokalavisen blant dem som bor på Østlandet uten Oslo (13 %) og som har mer enn fem personer i husstanden (23 %).
- Blant de som har lest, sett eller hørt noe om egenberedskap i mediene i det siste er det en gjennomgående høyere andel som svarer at de har kjennskap til myndighetens anbefaling om egenberedskap, har lagret vann og har snakket med noen om egenberedskap sammenlignet med de som ikke har lest, sett eller hørt noe om egenberedskap i mediene i det siste.



Kan du huske å ha lest, hørt eller sett noe om anbefalinger for egenberedskap i mediene i det siste? I så fall, hvor leste, hørte eller så du noe om dette?

Base: Post-test (n=1000)

- TV
- Landsdekkende avis (papir/nett)
- Internett
- Sosiale medier
- Lokalavis (papir/nett)
- Radio
- Annen kanal
- Nei, har ikke lest, sett eller hørt noe
- Vet ikke

«ANNEN KANAL»

Brosjyre
Kommunen

NRK
Musikk
Husker ikke
Jobb

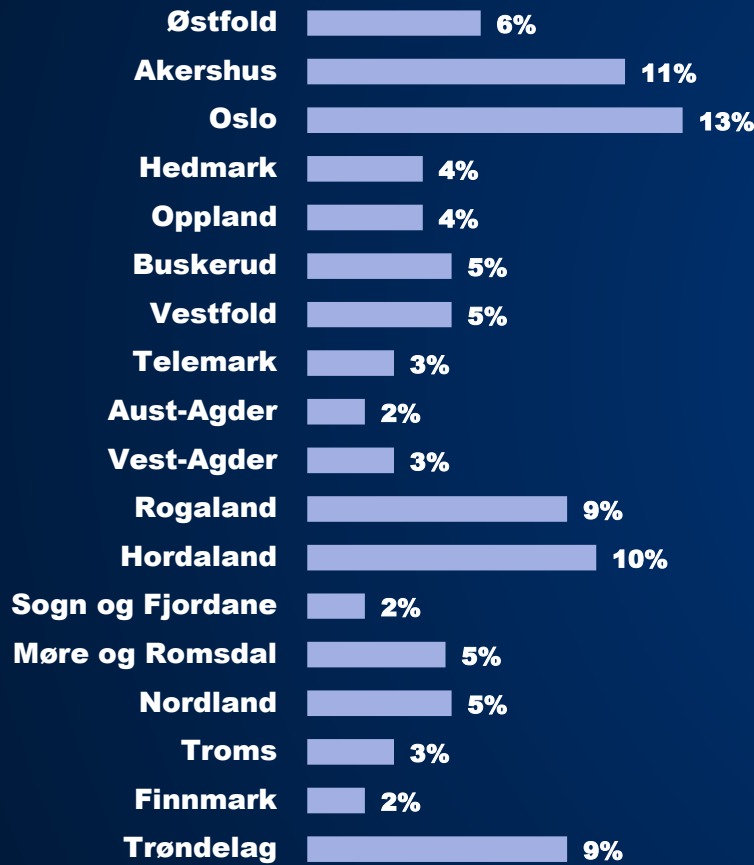
Butikken Epost
Podcast
Plakat
FB-side

Base: Post-test (n=49)

OM UTVALGET

PRE-TEST

FYLKE



KJØNN

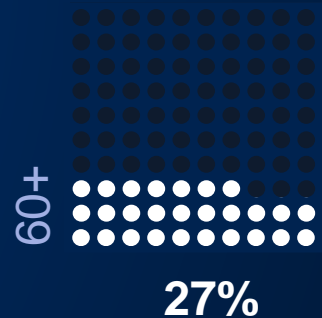
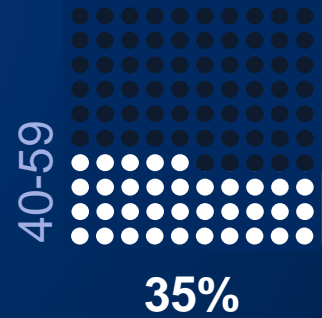
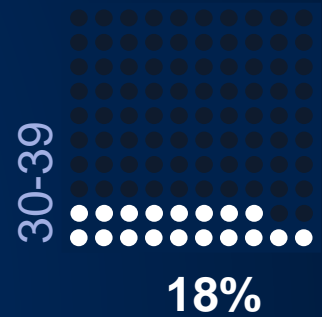
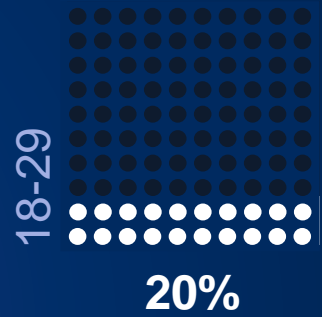


50%



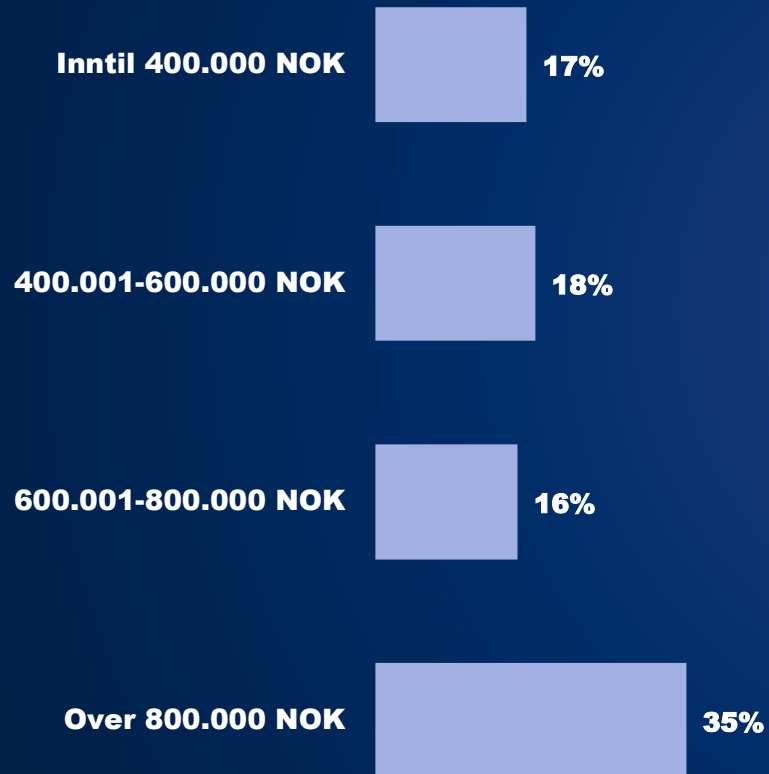
50%

ALDER



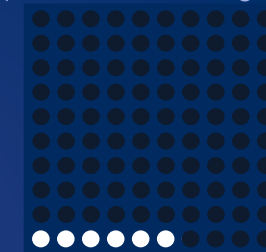
PRE-TEST

SAMLET BRUTTO HUSSTANDSINNTEKT



HØYESTE FULLFØRTE UTDANNINGSNIVÅ

Grunnskole
(Inntil 10 års skolegang)



6 %

VGS
(11-13 års skolegang)



34 %

Høgskole/Universitet
(lavere grad, 1-3 år)



33 %

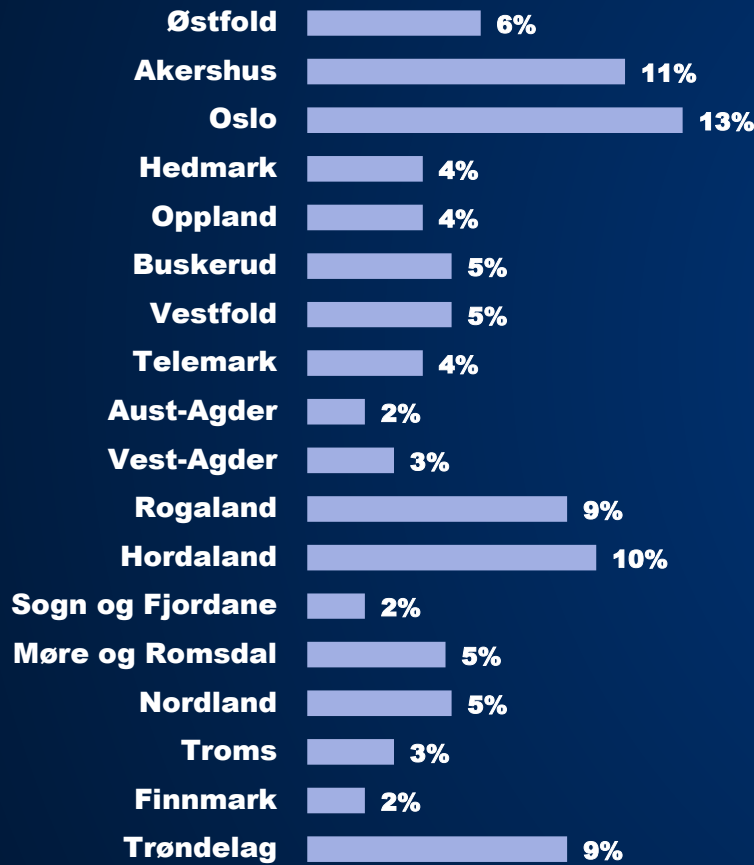
Høgskole/Universitet
(høyere grad, 4 år+)



27 %

POST-TEST

FYLKE



KJØNN

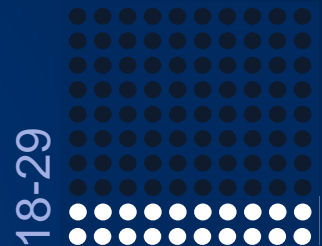


50%



50%

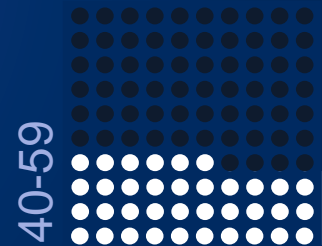
ALDER



20%



17%



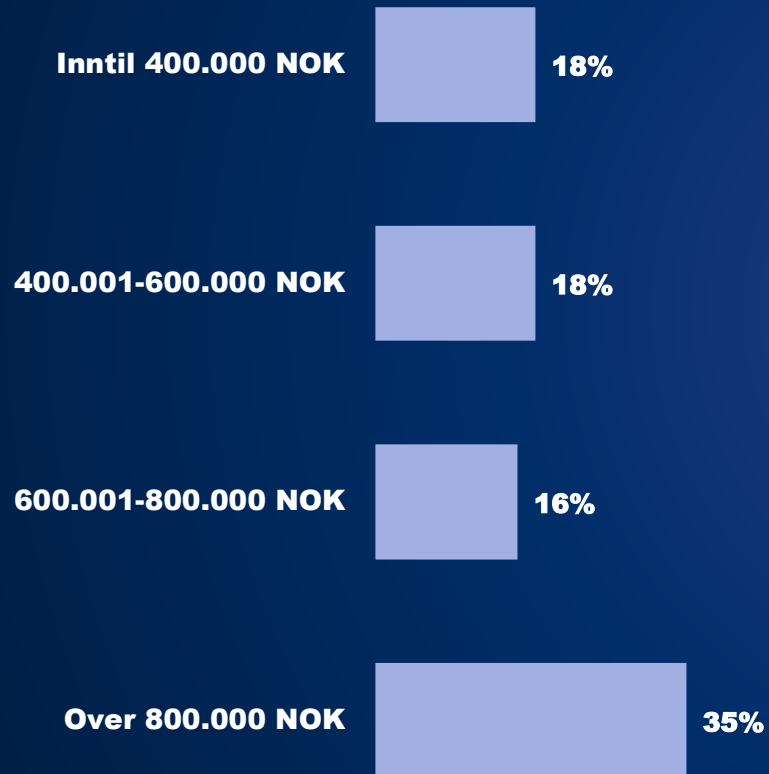
36%



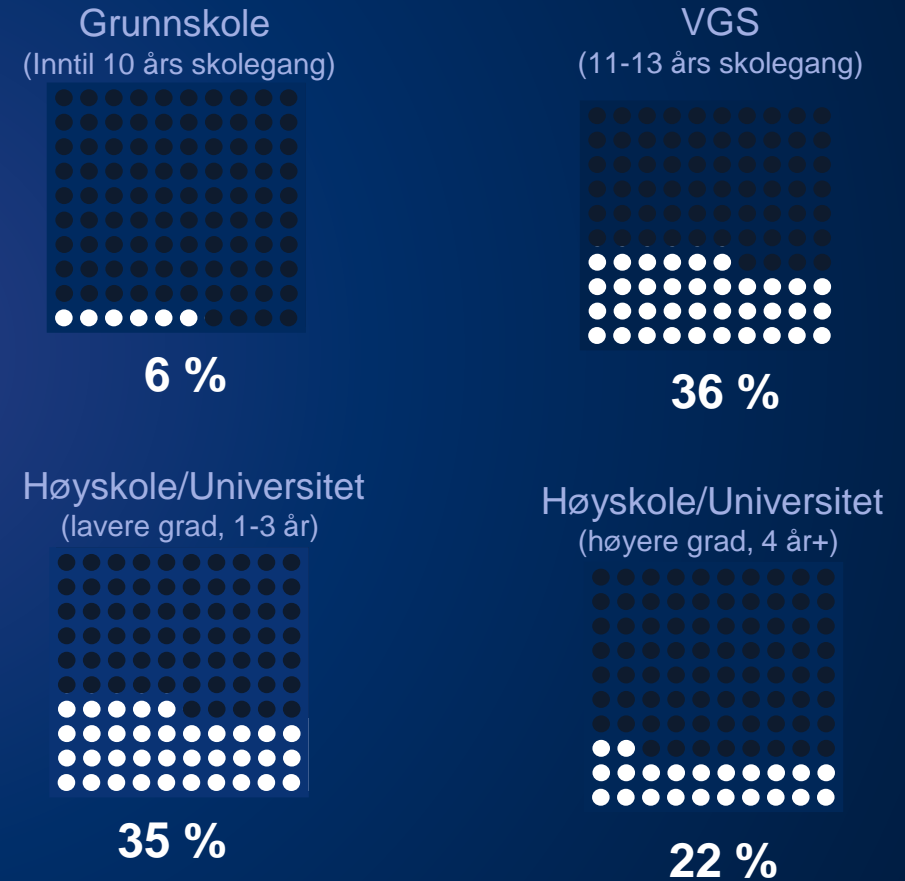
27%

POST-TEST

SAMLET BRUTTO HUSSTANDSINNTEKT



HØYESTE FULLFØRTE UTDANNINGSNIVÅ



KONTAKT

LINN SØRENSEN HOLST

Leder

Ipsos Public Affairs

Linn.holst@ipsos.com



CARINA RIBORG HOLTER

Konsulent

Ipsos Public Affairs

Carina.holter@ipsos.com





**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

