

RAPPORT

EVALUERINGSRAPPORT SEJLSIKKERT 2020



1. BAGGRUND OG FORMÅL .....	2
2. BRUGEN AF VEST 2015-2020 .....	3
2.1. Hovedkonklusioner .....	4
2.2. Hvem var på havet? .....	4
2.3. Hvem havde vest på? .....	9
2.4. Faktorer med betydning for brugen af vest .....	14
3. INTERN EVALUERING – AMBASSADØRER, INSTRUKTØRER OG SAMARBEJDSPARTNERE .	23
3.1 Aktivitetsniveau og motivation .....	24
3.2. Aktørernes brug af materialer .....	26
3.3. Aktørernes vurdering af Sejlsikkert-kampagnen .....	29
3.4. Samarbejde mellem aktører .....	39
3.5. Sikkerhedskultur i klubberne .....	43
3.6. Sikkerhedskultur blandt fritidsfiskere .....	44
4. OVERORDNEDE OVERVEJELSER OM SEJLSIKKERT-INDSATSEN FRA 2015-2020 .....	49
4.1. anbefalinger .....	49

**Bilag 1:** Intern survey for ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere 2020

**Bilag 2:** Besvarelser af intern survey for ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere 2020

## 1. BAGGRUND OG FORMÅL

Projektet SejlSikkert har siden 2015 eksisteret med det formål at nedbringe antallet af fatale drukneulykker og alvorlige hændelser i forbindelse med fritidssejlads blandt primært fiskere og sejlere. Projektets sekundære formål er at skabe en øget sikkerhedskultur på steder, hvor målgruppen færdes, dvs. på havnene og i klubber, hvormed fokus i SejlSikkert primært er på *forebyggelse*. Dette er ud fra en forandringsteori om, at øget sikkerhedskultur blandt målgrupperne både før og under sejladsen bidrager til at reducere antallet af alvorlige hændelser og fatale drukneulykker. Projektet drives i et samarbejde mellem Søsportens Sikkerhedsråd og Trygfonden.

Omdrejningspunktet for den sikkerhedskultur, som ønskes fremmet, er De 5 sejlråd: Lær at sejle, Hold dit grej i orden, Planlæg din tur, Hav en livline til land og Brug vesten, med et særligt fokus på sidstnævnte. Derudover er der i kampagnen fokus på budskabet om at tage skipperansvar for sin besætning. SejlSikkert har omfattet forskellige delelementer bestående af målrettet kampagnearbejde, opbygning af et ambassadør- og instruktørkorps samt udvikling af målgruppespecifikke materialer til fremme af sikkerhed til søs.

Als Research forestår evalueringen af SejlSikkert i perioden 2015-2020. Evalueringen måler både på, hvorvidt kampagnen samlet set har medført en adfærdsændring i form af, at flere anvender redningsvest, og på hvorvidt kampagnen har medført en holdningsændring i forhold til sikkerhedskultur (De 5 sejlråd) hos målgruppen. Endelig indeholder evalueringen erfaringsopsamling fra kampagnens ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere.

Denne rapport samler resultatet af årets to delundersøgelser:

1. Resultater af observationsstudiet fra 2020 om brugen af redningsvest. Resultaterne sammenlignes med resultaterne fra 2015, 2016, 2017, 2018 og 2019.
2. Resultater af survey-undersøgelsen med ambassadører, instruktører og butiksambedører fra 2020 sammenlignet med resultaterne fra 2016, 2017, 2018 og 2019.

Ansvar for resultater og konklusioner påhviler alene Als Research.



Jacob Als Thomsen  
Adm. direktør og chefkonsulent  
Als Research

## 2. BRUGEN AF VEST 2015-2020

Der er siden 2015 blevet gennemført observationsstudier i 15 danske havne med det formål at afdække, hvor stor en andel af sejlere og fiskere, der bærer vest, når de sejler ind og ud ad havnene i Danmark. Nærværende notat fremlægger resultaterne af dette års observationsstudie. Studierne laves i forbindelse med evalueringen af kampagnen Sejlsikkert, som Søsportens Sikkerhedsråd og TrygFonden står bag.

Observationsstudierne er blevet udført af lokale observatører, som der skal rettes en stor tak til. De har på egen hånd eller sammen med deres klassekammerater, klubmedlemmer eller foreningsfæller bidraget med at indsamle over 33.000 observationer i løbet af de seneste 6 år, hvor der er foretaget observationer. Observationsstudierne i de 15 havne udgør det største og mest systematiske studie af brugen af redningsvest i Danmark til dato. Dette har givet og giver fortsat et indblik i de udfordringer og barrierer, der er i forhold til at øge brugen af vest.

De 15 havne blev udvalgt forud for baselinemålingen i september 2015 i samarbejde med Søsportens Sikkerhedsråd og er udvalgt med henblik på at opnå en spredning i geografi, størrelse på havnene, og om der primært er tale om en fisker- eller sejlerhavn. De valgte havne er gennemgående for hele evalueringsperioden og er følgende: Assens, Brøndby, Ebeltoft, Fåborg, Grenå, Helsingør, Horsens, Karrebæksminde, Kerteminde, Køge, Middelfart, Nibe, Rudkøbing og Svanemøllen.

Observationerne i 2020 fandt sted fredag d. 28. august fra kl. 13:00-20:00 og søndag d. 30. august fra kl. 07:00-20:00. Der har været mindre ændringer i tidspunkt og tidsrum for observationerne i løbet af årene, men alt i alt er det samlede datasæt meget solidt og omfangsrigt og muliggør sammenligning på tværs af årene.

Als Research har stået for hvernvingen af observatører, som alle inden observationsdagene har modtaget vejledning i, hvordan de tilsendte observationsskemaer skulle udfyldes. Indsamlingen af vejrmeldinger og den efterfølgende databehandling har Als Research stået for.

Observationerne er baseret på observatørernes visuelle registreringer på observationsdagene og dermed deres umiddelbare vurderinger af de observerede personers alder, køn osv. De observerede personer på havet registreres kun som bærende redningsvest, hvis denne er umiddelbart synlig for observatørerne. Veste kan både være traditionelle redningsveste, svømmeveste eller selvoppustelige veste. Alle fritidsfartøjer, som sejlede ind og ud af de 15 havne på de pågældende observationstidspunkter er blevet registreret. Dette indebærer både danske og udenlandske fartøjer.

## 2.1. Hovedkonklusioner

Observationsstudiet i 2020 viser, at 47 % af de observerede personer bar redningsvest. Andelen var i 2019 på 52 %. Dette er et fald i brugen af vest fra 2019 til 2020.

50 % af de observerede kvinder bar vest i 2020, mens det samme gjorde sig gældende for 46 % af de observerede mænd. Størstedelen af de observerede børn havde redningsvest på (76 % af personerne under 16 år) mens det for personerne på 16-45 år og +45 år var hhv. 44 % og 46 %, der havde vest på.

Fiskere har i tidligere års målinger været den gruppe af personer, hvor den mindste andel har haft redningsvest på, men i 2020 er deres brug af vest væsentligt forbedret. I år havde 45 % af fiskerne vest på, hvilket er på niveau med sejlerne, hvor også 45 % brugte vest. Andelen af fiskere, der brugte vest i 2020, er den højeste der har været observeret i dette studie.

Også andelen af roere, der bruger vest, er væsentligt forbedret. Her havde 94 % vest på i 2020, hvilket er en stor stigning fra 2019, hvor 37 % havde vest på.

Fordelt på bådtype er det personer på vandscooter og jetski (68 %) samt personer på surfboard (83 %), der er bedst til at bruge redningsvest, men de udgør kun 1 % af de samlede observationer. Den største andel, der bruger redningsvest, blandt de øvrige bådtyper er personer i kajak, robåd eller pram (62 %).

Igen i år peger observationsstudiet på, at der er en social påvirkning besætningsmedlemmerne imellem, som har betydning for brugen af redningsvest. I 84 % af bådene med mere end ét besætningsmedlem bar enten alle eller ingen af personerne nemlig vest. Dette er det samme niveau som i 2019 (85 %).

Med udgangspunkt i data fra alle observationsdage i 2015-2020 er der generelt set en signifikant større sandsynlighed for, at der bæres vest, når der er mere nedbør og når vindhastigheden er højere.

## 2.2. Hvem var på havet?

På observationsdagene i 2020 blev der observeret 6016 personer i 2809 forskellige både i de 15 havne. Dette er flere end i 2015, 2016 og 2019, hvor der blev observeret hhv. 4184 personer i 1970 både, 3254 personer i 1593 forskellige både og 4562 personer i 2062 både. Dog blev der observeret flere i 2018, nemlig 6723 personer i 3186 forskellige både.

Den travleste havn i 2020 var ligesom i 2015, 2017 og 2019 Svanemøllehavnen med 1227 observerede personer på 500 forskellige både. Den mindst travle havn i 2020 var Karrebæksminde med 76 observerede personer på 31 forskellige både.

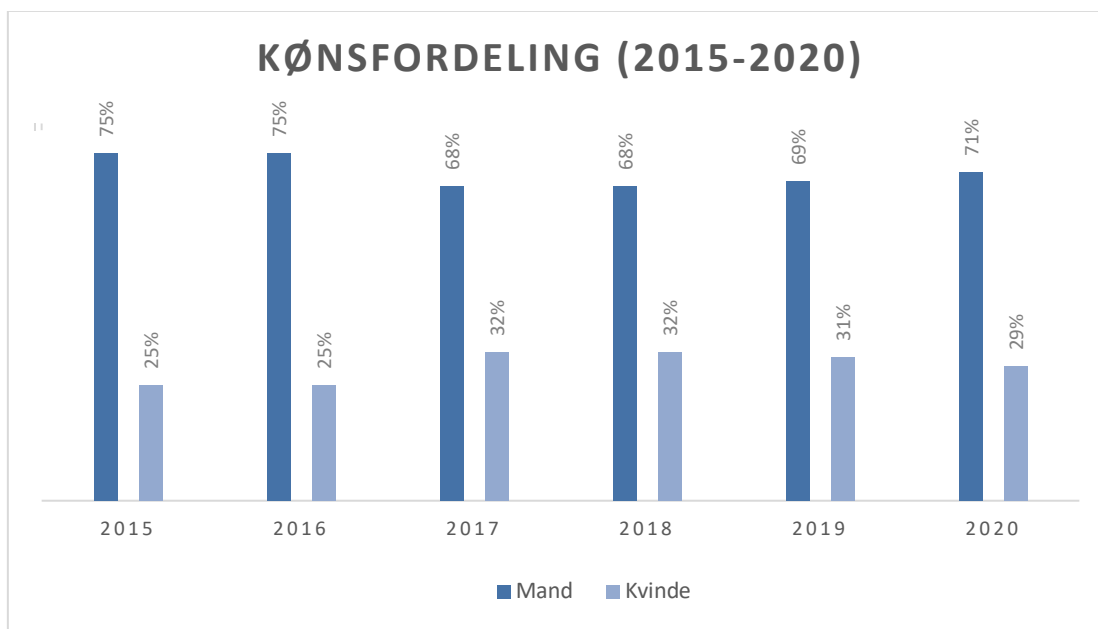
I 2020 var der om søndagen næsten seks gange så mange observationer (5119), som om fredagen (867), hvilket kan hænge sammen med, at tidsrummet for observationerne ligger fra kl. 13.00-20.00 om fredagen, hvormed tidsrummet er noget kortere, end om søndagen. Desuden var vejret betydeligt mildere om søndagen, hvilket sandsynligvis også har haft en indflydelse på, hvor mange der sejlede.

Aktivitetsniveauet i 2020 ligner det fra 2015, 2017, 2018 og 2019, mens aktivitetsniveauet i 2016 skiller sig ud, da aktiviteten her var mere ligeligt fordelt mellem dagene.

I 2020 var det travleste tidspunkt om fredagen fra kl. 17-19, og om søndagen var det fra kl. 15-17. I 2016, 2017, 2018 og 2019 var det travleste tidspunkt om fredagen fra kl. 17-20, mens det i 2015 var fra kl. 15-17. Det travleste tidspunkt om søndagen var fra kl. 15-17 i 2017, kl. 11-13 i 2018 og 2016 og kl. 13-15 i 2019 og 2015.

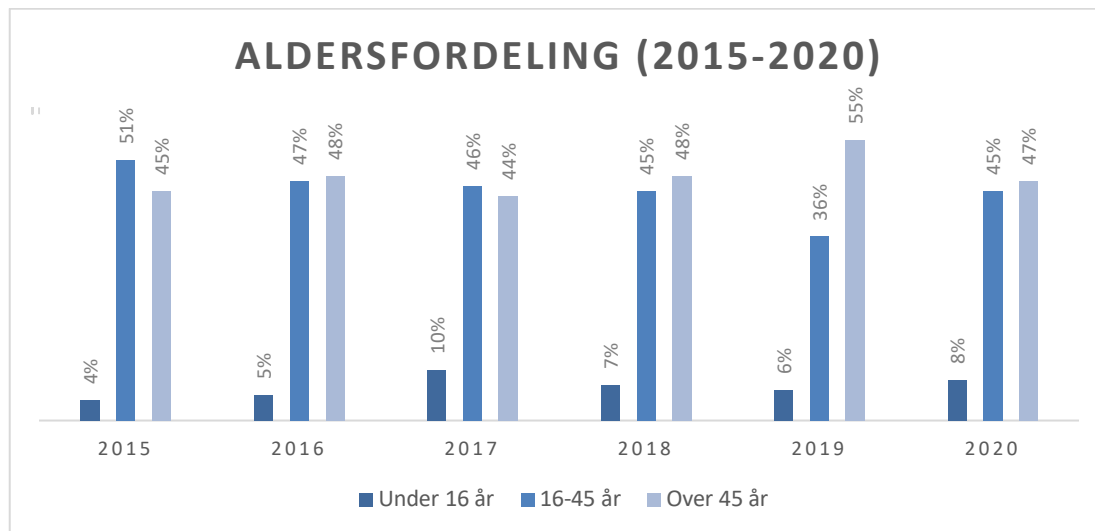
Figur 1 viser kønsfordelingen blandt de observerede personer i perioden 2015-2020. I 2020 var 71 % af de observerede personer mænd og 29 % kvinder. Andelen af mænd og kvinder i 2020 ligger således mellem de tidligere års kønsfordeling.

Figur 1



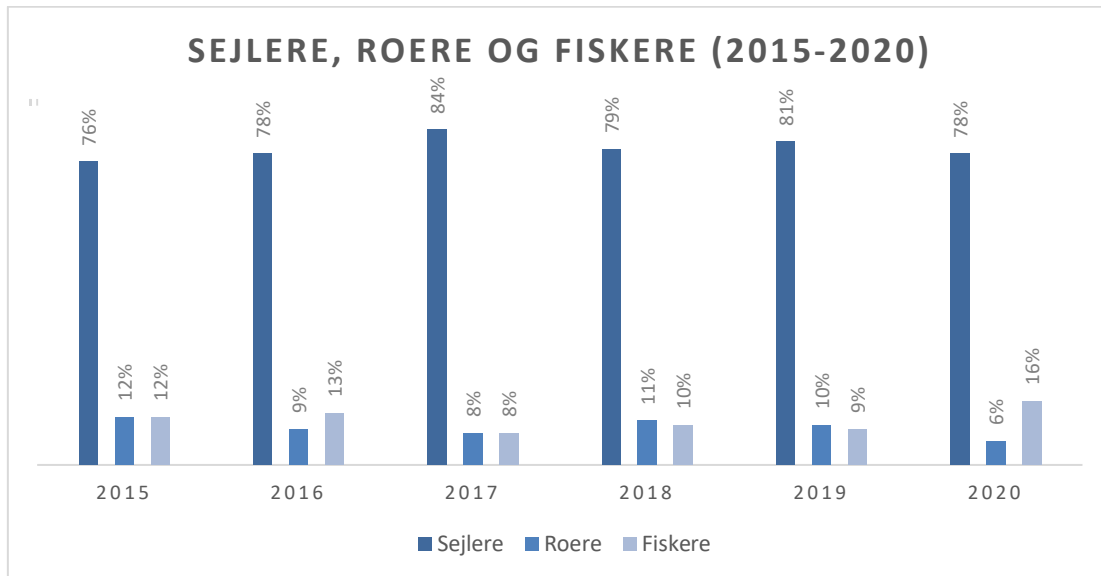
Figur 2 viser aldersfordelingen blandt personer på havet i perioden 2015-2020. I 2020 var 8 % af de observerede personer under 16 år, 45 % var mellem 16 og 45 år, mens 47 % var over 45 år. Igen i år ligner aldersfordelingen i store træk den fra de tidligere år. Dog er andelen af personer over 45 år faldet med 8 procentpoint siden 2019, mens andelen af 16-45-årige er steget med 9 procentpoint.

Figur 2



Udover køns- og aldersopdeling er de observerede personer også blevet inddelt efter hvilken bådtype, de sejlede i, samt hvorvidt de vurderes at være sejlere, fiskere eller roere. Observatørerne er instrueret i at notere en person som "fisker", hvis vedkommende sejler i en båd, hvor der er synligt fiskegrej om bord. Alle øvrige personer er noteret som sejlere, og i den efterfølgende databehandling er sejlere i kajak, pram eller robåd blevet kategoriseret som roere. Som det fremgår af Figur 3 og 4 nedenfor, udgøres langt størstedelen af observationerne af sejlere og sejlbåde. I 2018 blev der tilføjet to yderligere bådtypekategorier: *vandscooter/jetski* og *surfboard*. De to kategorier har tilsammen kun udgjort 1 % af observationerne i 2020, 2019 og 2018. Overordnet set ligner fordelingen af fiskere, sejlere og roere i 2020 fordelingen i alle tidligere år.

Figur 3

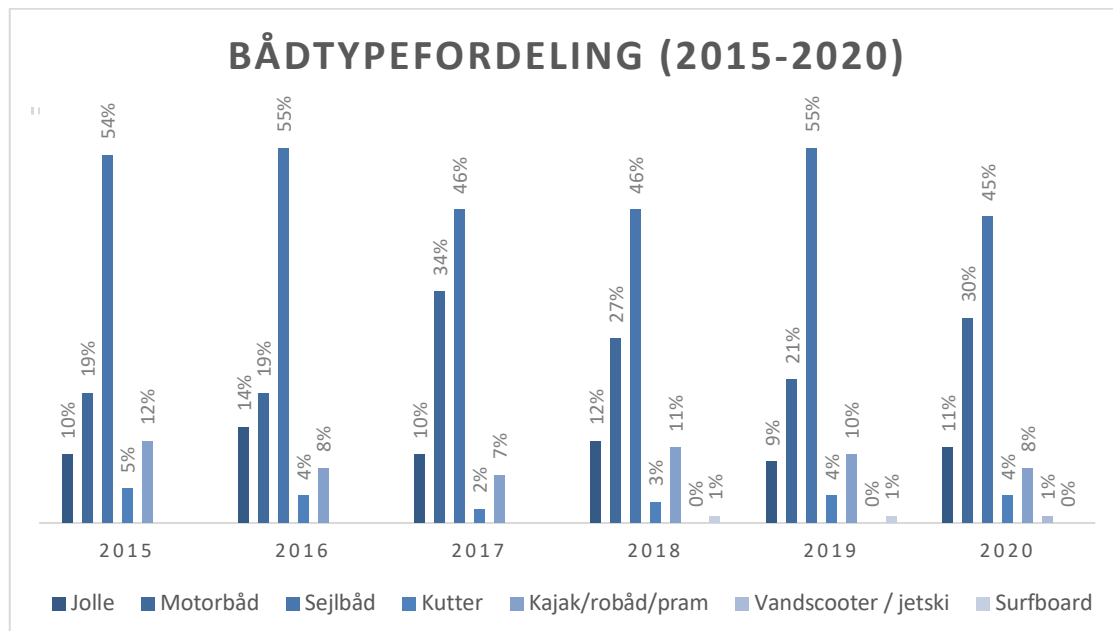


Andelen af sejlbåde i 2020 (45 %) er faldet med 10 procentpoint sammenlignet med 2019 (55 %). Dog er andelen af sejlbåde ikke ændret markant i forhold til i 2017 og 2018, hvor sejlbåde begge år udgjorde 46 % af de observerede både.

Der blev omvendt observeret en større andel af motorbåde i 2020 (30 %) sammenlignet med 2019 (21 %). Andelen af observerede motorbåde ligner dog andelen i 2017 (34 %) og 2018 (27 %). Fordelingen af bådtyper i 2020 ligner således generelt fordelingen af bådtyper i 2017 og 2018.



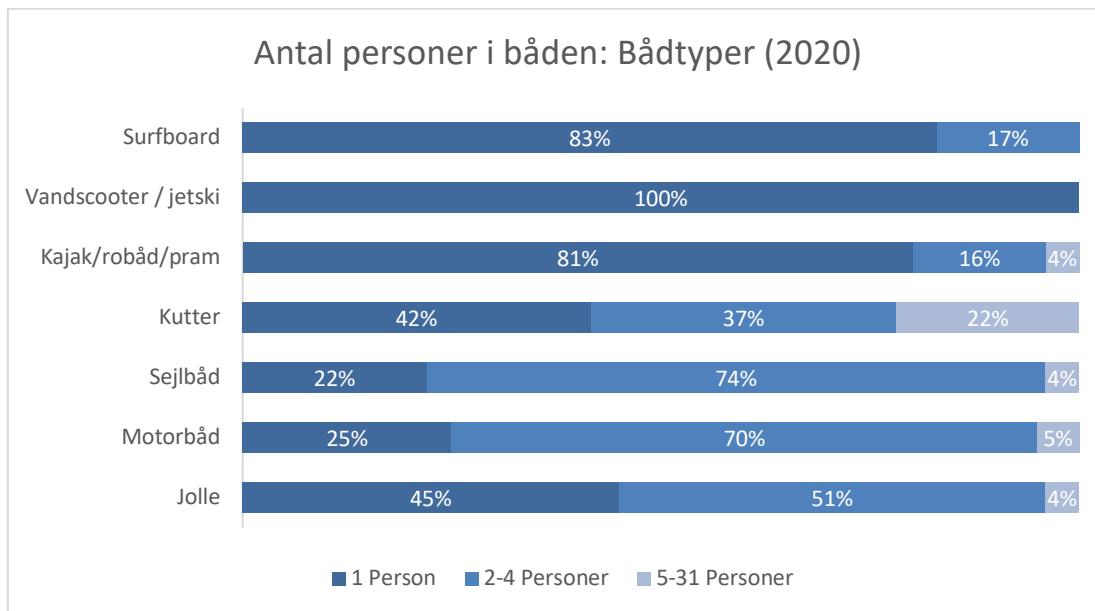
Figur 4



Note: Bemærk, at der i 2020 ikke summeres til 100% men til 99%. Dette skyldes afrunding til hele tal.

Som det fremgår af nedenstående Figur 5, sejler størstedelen af alle observerede personer enten alene eller i en gruppe på 2-4 personer. Vandscootere og jetski er den bådtype, som hyppigst forekommer med én person om bord (100 % - hvilket svarer til 31 observerede personer), mens surfboards er den bådtype, der næst-hyppigst forekommer med én person (83 %). Omvendt er sejlbåde (22 %) og motorbåde (25 %) de typer, som mindst hyppigt forekommer med én person ombord. Tendensen var omtrent den samme i observationsstudierne fra 2015-2019.

Figur 5

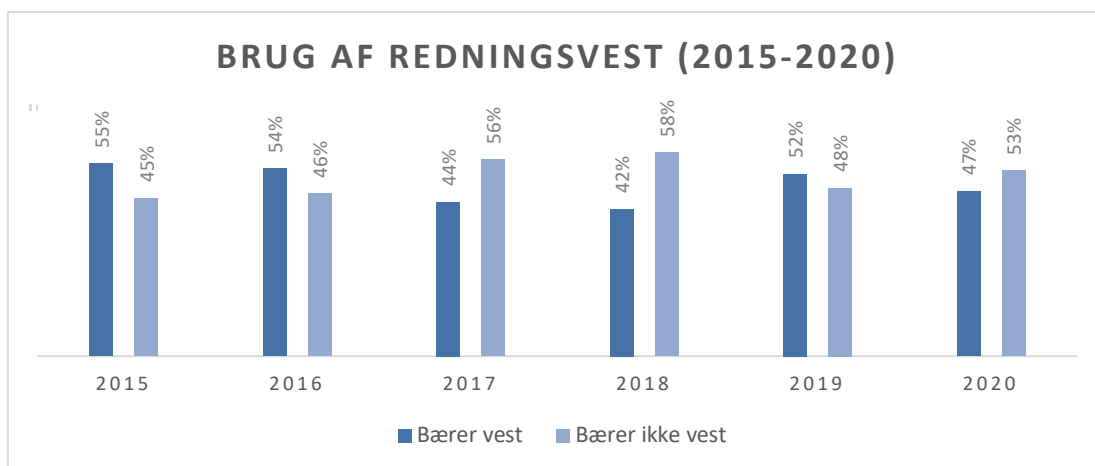


Note: Bemærk at der i 2020 ikke summeres til 100 %, men til 101 %. Dette skyldes afrunding til hele tal.

### 2.3. Hvem havde vest på?

47 % af de observerede personer bar redningsvest ved ind- eller udsejling i én af de 15 observationshavne på observationsdagene i 2020. I 2019 var andelen 52 %, mens den i 2018 var 42 %. Andelen, der bruger vest i 2020, er således større end i 2018, men mindre end i 2019, 2016 og 2015.

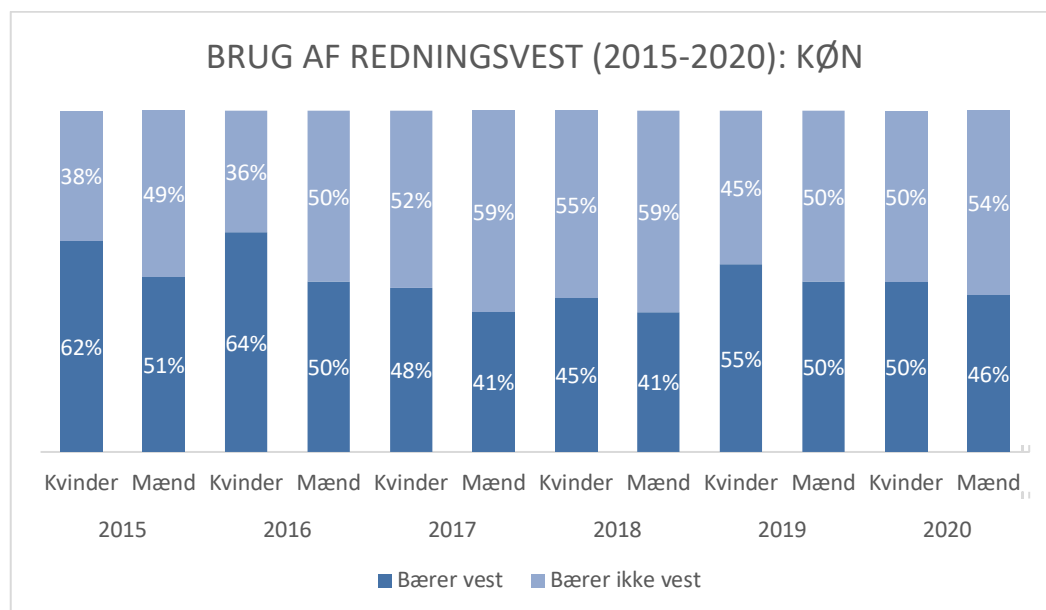
Figur 6



Som vi også så i de tidligere års observationsstudier af brugen af vest i perioden 2015-2019, findes der forskellige mønstre i, hvem der bruger redningsvest. Disse mønstre går igen i årets observationsstudie.

I relation til brugen af vest fordelt på køn i 2020 er der ikke en signifikant større andel af de observerede kvinder, som bruger redningsvest sammenlignet med mændene. 50 % af kvinderne bærer redningsvest, og 46 % af mændene gør det samme i 2020. Som det fremgår af nedenstående Figur 7, er der sket et lille fald i andelen af både mænd og kvinder, der bærer vest i 2020 sammenlignet med 2019, hvor hhv. 55 % af kvinderne og 50 % af mændene bar vest.

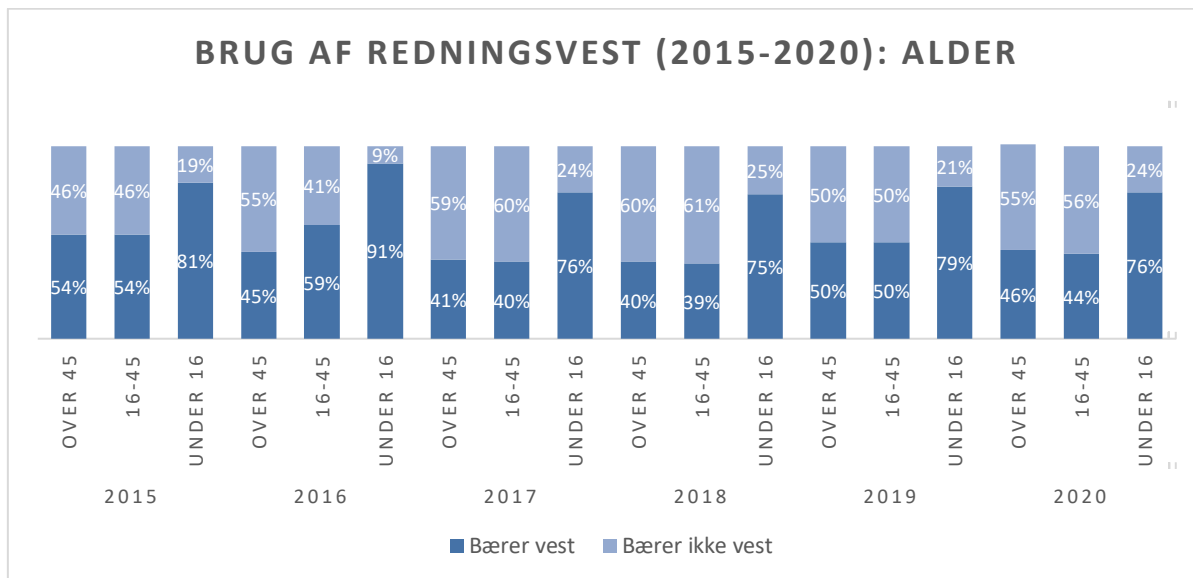
Figur 7



Observationerne fra alle seks år viser ligeledes en forskel mellem aldersgruppernes brug af vest. Størstedelen af de observerede personer under 16 år har redningsvest på, mens det er omkring 40-50 % af personerne over 16 år, der har vest på. Som Figur 8 nedenfor viser, bruger 76 % af de observerede personer under 16 år vest i 2020 sammenlignet med hhv. 79 % i 2019, 75 % i 2018, 76 % i 2017, 91 % i 2016 og 81 % i 2015.

I 2020 brugte 44 % af de 16-45-årige og 46 % af de observerede personer over 45 år vest. Der er således et generelt fald i brugen af vest i 2020 på tværs af aldersgrupper sammenlignet med 2019. For de 16-45-årige er der en signifikant forskel ved brug af vest i årene 2020 (44 %) og 2019 (50 %).

Figur 8



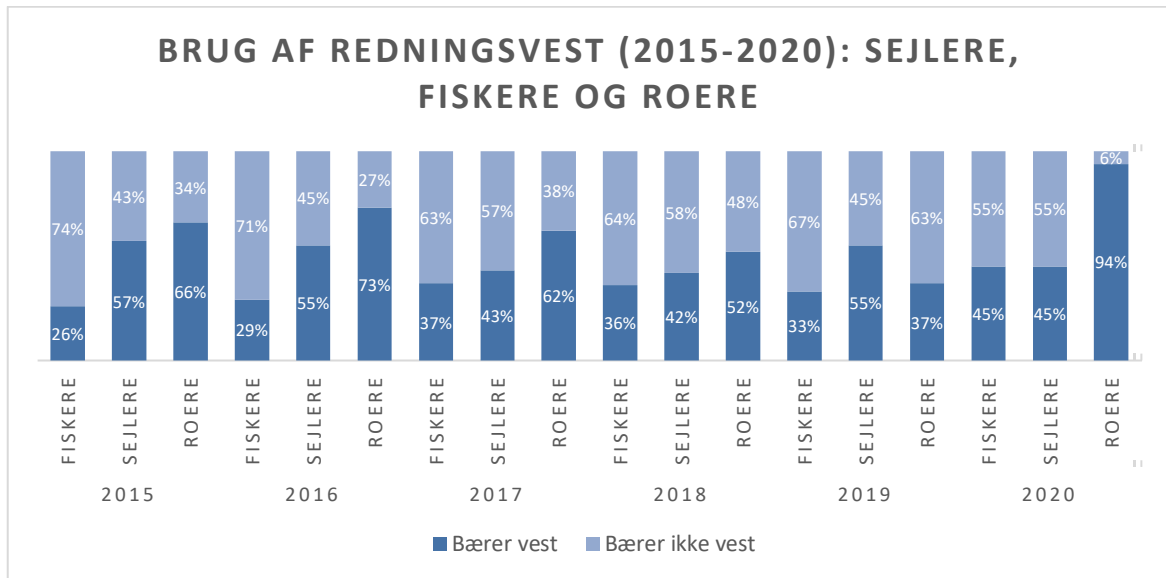
Note: Bemærk at der i 2020 ikke summeres til 100% men til 101%. Dette skyldes afrunding til hele tal.

Der ses forskelle i brugen af vest blandt fiskere, sejlere og roere i hele perioden 2015-2020. Figur 9 herunder viser, at 45 % af de observerede fiskere, 45 % af de observerede sejlere samt 94 % af de observerede roere bar vest i 2020. Dette er markant anderledes end i 2019, hvor 33 % af de observerede fiskere, 55 % sejlere og 37 % roere bar vest. For fiskerne i årene 2020 og 2019 er der således en signifikant stigning i brug af vest på 12 procentpoint. For sejlere i samme periode er der et signifikant fald i brug af vest på 10 procentpoint, og for roere er der en stigning med signifikans på hele 57 procentpoint.

I hele perioden 2015-2020 er det generelt gruppen af roere, hvor den største andel bærer vest. Dette med undtagelse af 2019, hvor den største andel af dem, som bar vest, var i gruppen af sejlere (55 %). Roernes brug af redningsvest i 2020 (94 %) er væsentligt forbedret i forhold til årene 2019 (37 %) og 2018 (52 %).

I 2020 er andelen af fiskere, der bar vest ens med andelen af sejlere (45 % for både fiskere og sejlere). Dette adskiller sig fra samtlige tidligere observationer i perioden 2015-2019, hvor fiskerne er den gruppe, hvor den mindste andel bærer vest (hhv. 33% i 2019, 36% i 2018, 37% i 2017, 29% i 2016 og 26% i 2015).

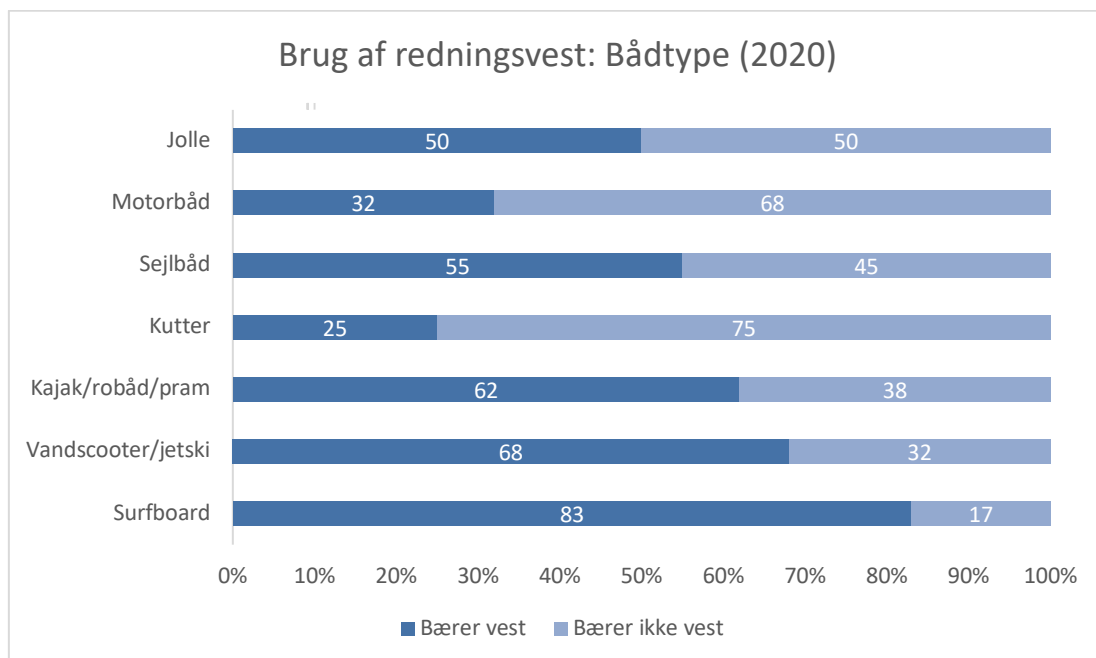
Figur 9



Personerne i de forskellige bådtyper har ligeledes forskellig adfærd i relation til brugen af vest, og mønsteret stemmer overens med brugen af vest blandt sejlere, fiskere og roere. Som Figur 10 nedenfor viser, er motorbåde og kuttere fortsat de bådtyper, hvor den mindste andel af personerne bar vest i 2020. Her er det mindre end en tredjedel af personerne på motorbåde og en fjerdedel af personerne på kuttere, der havde vest på. I 2019 og 2018 var det også på motorbåde og kuttere, at den mindste andel bar redningsvest (hhv. 28 % og 17 % i 2019 og 22 % og 17 % i 2018). Surfboards og vandscootere/jetski er de bådtyper med den højeste andel af vestbærende personer i 2020. Det skal her tilføjes, at andelen af de observerede personer på surfboards og vandscootere/jetski udgør hhv. 19 og 21 personer i alt. Som Figur 10 viser, er andelen af personer på surfboards, der bruger vest, højere end samtlige andre bådtyper. For denne kategori er andelen af personer, der brugte vest, 83 % i 2020.

Disse bådtyper har ikke været registreret i årene 2015-2017, hvor de indgik i samme kategori som kajakker, robåde og pramme.

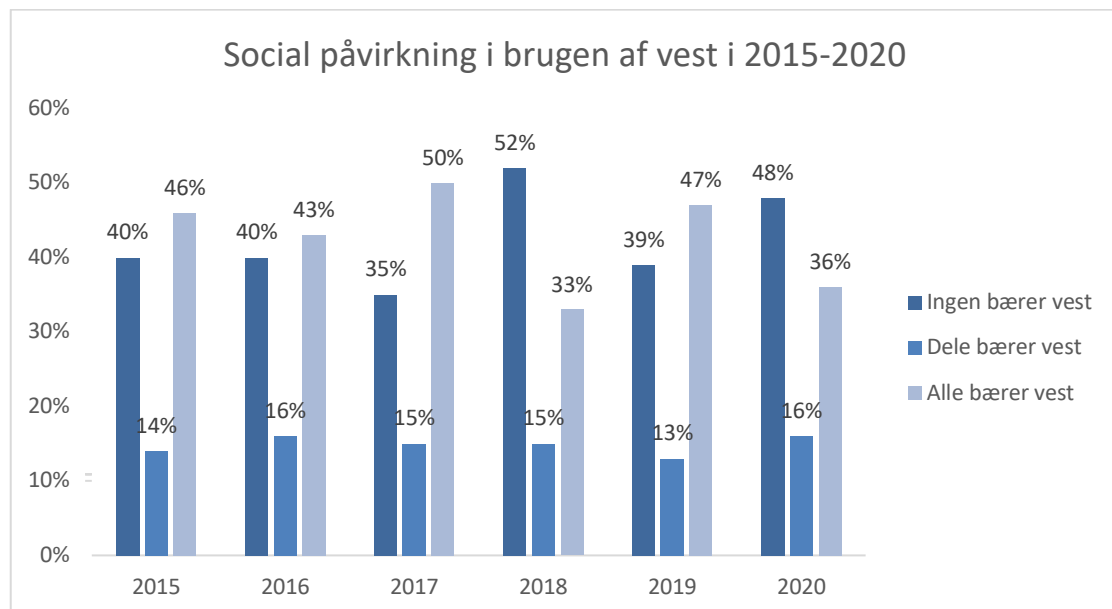
Figur 10



## 2.4. Faktorer med betydning for brugen af vest

Observationsstudiet har i perioden 2015-2020 peget på, at social påvirkning besætningsmedlemmerne imellem har betydning for brugen af vest. I 84 % af bådene i 2020 med mere end ét besætningsmedlem, bar enten *alle* eller *ingen* af personerne vest, og det er således kun i 16 % af bådene med mere end ét besætningsmedlem i 2020, hvor *dele* af besætningen havde vest på.

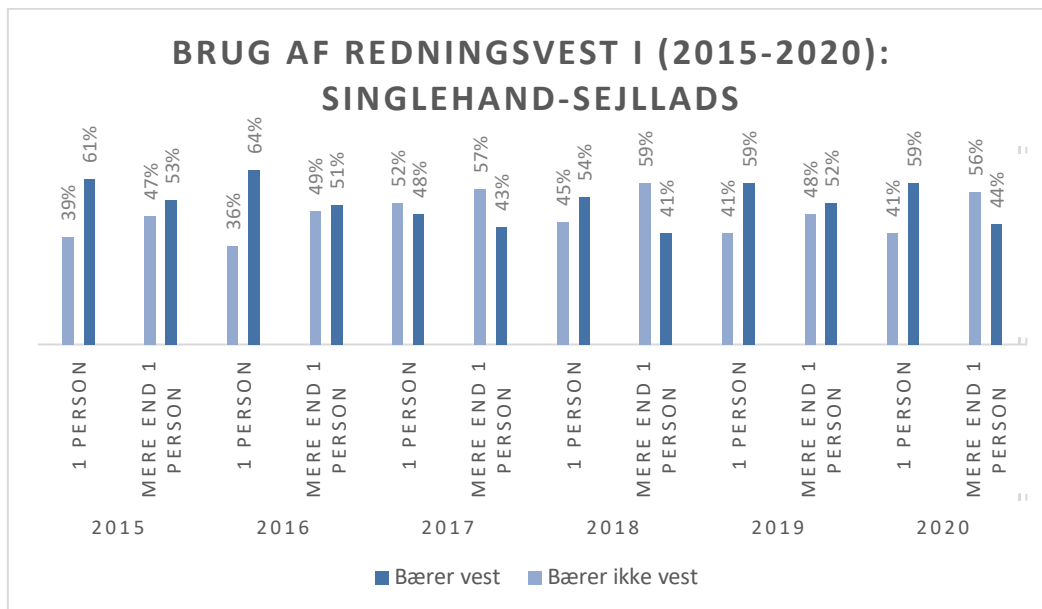
Figur 11



### Singlehand-sejlads

Som Figur 12 viser, var der i 2020 en større andel af de observerede personer, der havde vest på, når de var alene på båden (59 %), sammenlignet med, hvis der var flere besætningsmedlemmer ombord (44 %). Denne tendens har også gjort sig gældende ved tidligere års observationer fra 2015-2019.

Figur 12

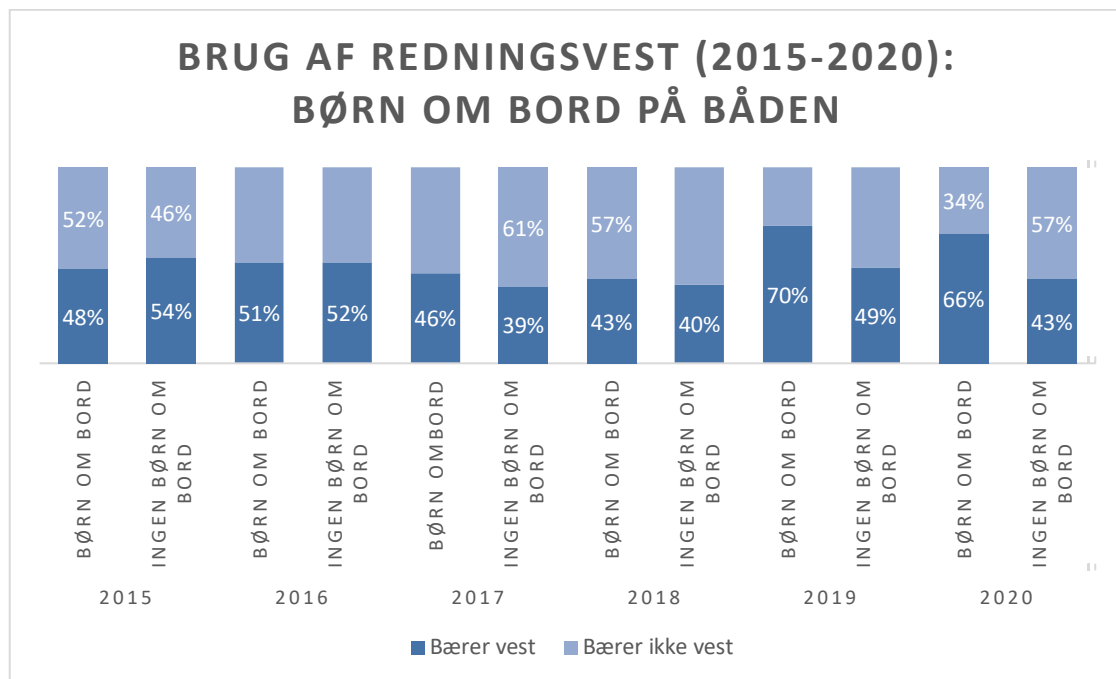




### Børn i båden

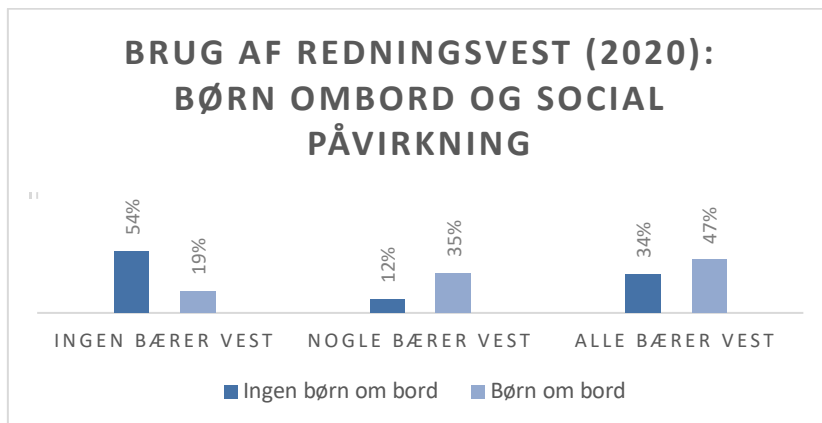
Igen i år stemmer observationerne overens med den udbredte antagelse om, at voksne er mere tilbøjelige til at tage redningsvest på, hvis der er børn ombord på båden. Som vist i Figur 13 ses en markant forskel i andelen af personer, der har vest på, når der er børn ombord på båden, sammenlignet med, hvis der ikke er børn ombord. Samme tendens gjorde sig gældende i 2017, 2018 og 2019, og har været særligt tydelig de seneste to år i 2019 og 2020. Tendensen kan dog ikke ses i observationerne fra 2015 og 2016, og resultaterne er således her ikke helt entydige.

Figur 13



Som det fremgår af Figur 14 nedenfor, er der ligeledes en tendens til, at der er større sandsynlighed for, at alle ombord bærer vest, hvis der er børn om bord på båden, sammenlignet med, hvis der ikke er børn om bord.

Figur 14

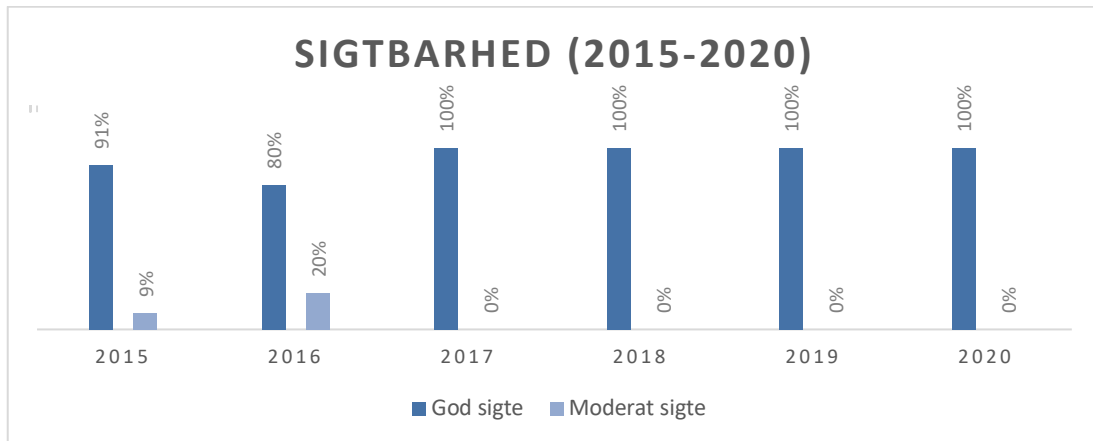


### Vejrmæssige forhold

De lokale vejmæssige forhold i hver observationsby er blevet indsamlet af Als Research på observationsdagene. Vejrmeldingerne er blevet registreret kl. 11:30 og 16:00 om fredagen og kl. 7:00, kl. 12:00 og kl. 17:00 om søndagen. Der er indhentet vejrmeldinger på parametrene nedbør, vindstyrke og sigtbarhed. Vindhastigheden og nedbøren i de forskellige observationsbyer er blevet indsamlet via dmi.dk's byvejr i den pågældende havneby. Sigbarhed er blevet indsamlet via dmi.dk's farvandsudsigter.

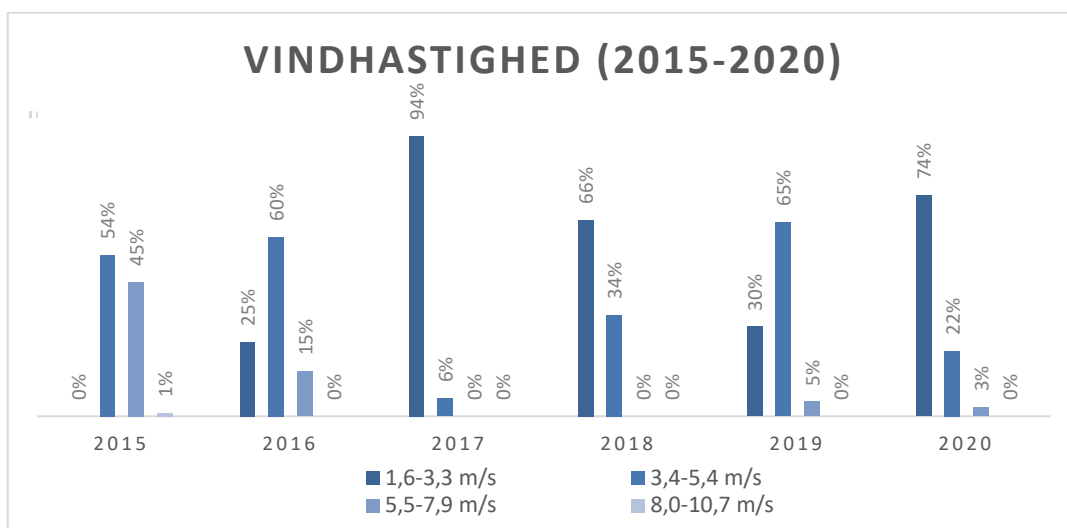
Vejret i 2020 var overordnet set lidt mildere, end det var i 2015, 2016, 2018 og 2019, og lidt mindre mildt end i 2017. Figur 15, 16 og 17 herunder illustrerer vejrforholdene på tværs af årene 2015-2020. I 2020 var sigtbarheden god begge dage i hele tidsrummet, vindstyrken var svag i 74 % af tiden, let 22 % af tiden, jævn 3 % af tiden. I 93 % af tiden faldt der ikke nedbør, og der kom 0,1-0,3 mm nedbør per time 5 % af tiden samt 1-3 mm nedbør per time 2 % af tiden. Nedbørstallene i 2020 minder dermed meget om det niveau, de lå på i 2019. Vindstyrken i 2020 minder om vindstyrken i 2018.

Figur 15



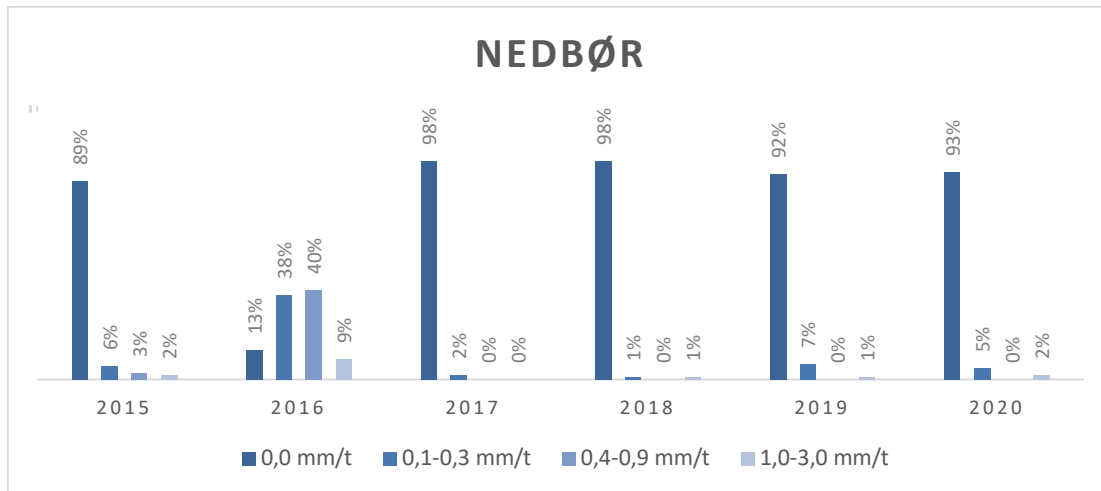
Note: Sigbarhed opdeles ifølge DMI normalt i fire intervaller: "Meget ringe sigt" = sigt under ½ km, "Ringt sigt" = sigt mellem ½ og 2 km, "Moderat sigt" = sigt mellem 2 og 10 km, "God sigt" = sigt over 10 km.

Figur 16



Note: DMI Vindstyrketabel (relevante tal): 1,6-3,3 m/s = Svag vind, 3,4-5,4 m/s = Let vind, 5,5-7,9 = Jævn vind.

Figur 17



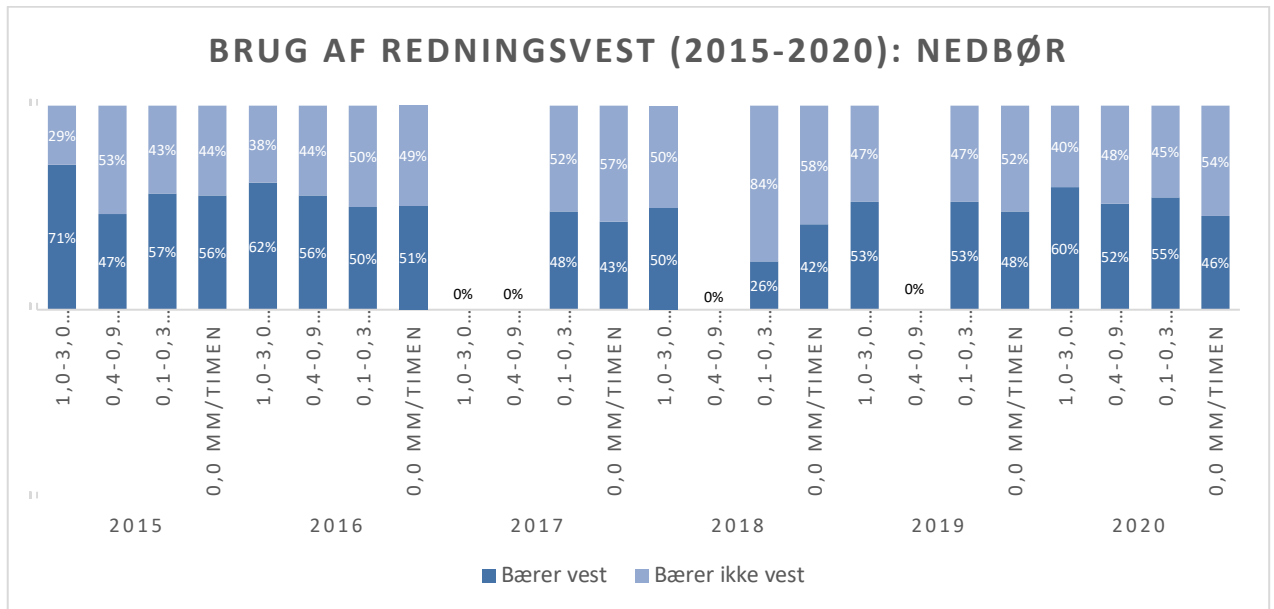
### Vejrforhold og brugen af vest

I det følgende er sammenhængen mellem vejrforhold på observationsdagene og brugen af redningsvest undersøgt i form af tre bivariate analyser mellem hhv. nedbør og vind samt brugen af vest i løbet af hele observationsperioden 2015-2020. Der er desuden indsamlet data om sigtbarheden på observationsdagene i 2015-2020, men der har her ikke været tilstrækkelig variation i sigtbarheden de pågældende dage til at kunne fastslå betydningen af denne for brugen af vest.

Figur 18 nedenfor illustrerer, hvor stor en andel af de observerede personer, som har redningsvest på, fordelt på nedbørsmængden i løbet af evalueringsperioden 2015-2020. Sammenhængen er ikke helt entydig på tværs af alle nedbørsmængderne.

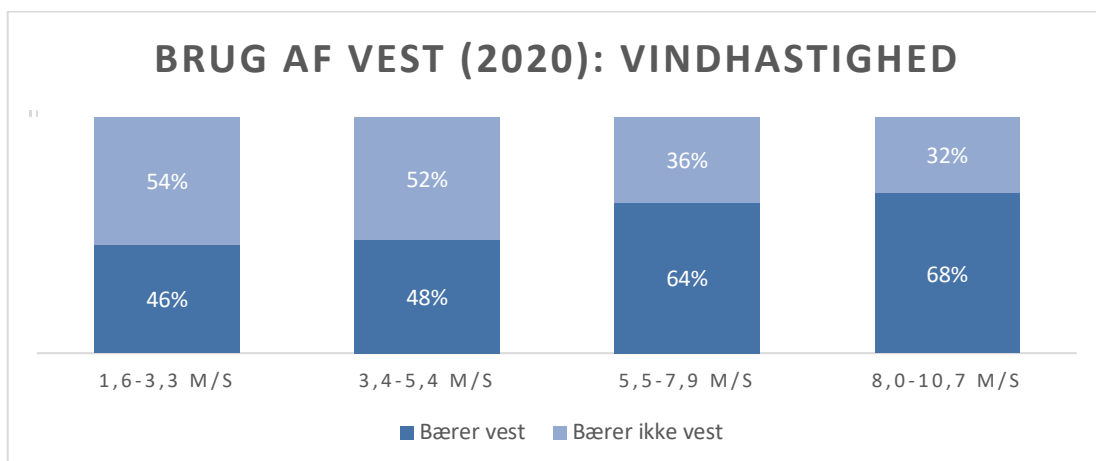
Ser man overordnet på alle observationsårene, er der imidlertid generelt en signifikant større sandsynlighed for, at den observerede person bruger vest, når der er mere nedbør. Hvis der kun tages udgangspunkt i brug af veste i år 2020, er der en signifikant større sandsynlighed for, at den observerede person bruger vest, når der er nedbør.

Figur 18



Figur 19 viser, at der i 2020 er en tendens til, at en større andel af de observerede personer har redningsvest på, når vindstyrken er kraftigere.

Figur 19



Ser man overordnet på alle observationerne fra hele perioden 2015-2020, er der generelt en signifikant større sandsynlighed for, at en person har redningsvest på, når vindhastigheden er højere.

---

Lægges observationer fra 2015-2020 sammen, ses der således en signifikant større sandsynlighed for, at de observerede personer bærer vest jo mere nedbør og jo kraftigere vindstyrke, der er. Sammenhængen kan dog ikke påvises inden for de enkelte år, hvilket kan skyldes få variationer i vejrforholdene ved hvert år.

Ser vi på vejret på de pågældende observationsdage, er vejret i 2020 (hvor 47 % bar vest) generelt lidt mildere end vejret i 2015 (hvor 55 % bar vest) og 2016 (hvor 54 % bar vest) i relation til nedbør, sigtbarhed og vindhastighed. I 2019 (hvor 52 % bar vest) var vindhastigheden generelt lidt højere på observationsdagene end i 2020, mens der i 2020 faldt lidt mere nedbør.

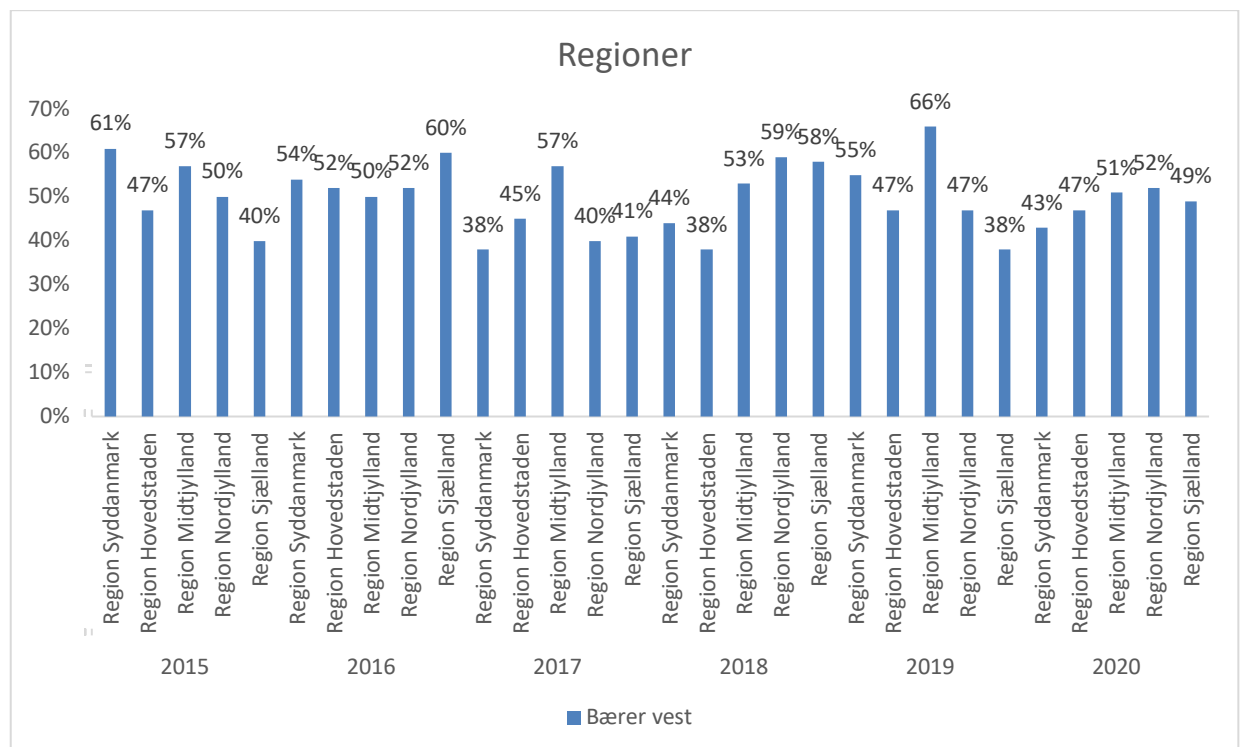
Vejret på observationsdagene i 2017 (hvor 44 % bar vest) var lidt mildere, end vejret i 2020 i relation til både nedbør, sigtbarhed og vindhastighed.

Der er således en tendens til, at vestetallene er lavere de år, hvor vejret har været mildt på observationsdagene, hvilket peger på, at vejret har indflydelse på, hvorvidt man bærer vest, når man sejler ud. Det er dog vigtigt at understrege, at dette ikke kan påvises statistisk i data på nuværende tidspunkt, da sammenhængene ikke er signifikante for de enkelte år, men kun, når data fra alle fem observationsår lægges sammen.

### Geografiske faktorer

På tværs af årene 2015-2020 synes geografi ikke umiddelbart at have betydning for brugen af vest. I 2020 var den største andel af de observerede personer, der brugte vest, i Region Nordjylland, mens den mindste andel var i Region Syddanmark. I 2019 var det Region Midtjylland, som var bedst, i 2018 var det Region Nordjylland, i 2017 var det Region Midtjylland, i 2016 var det Region Sjælland, og i 2015 var det Region Syddanmark.

Figur 20



### 3. INTERN EVALUERING – AMBASSADØRER, INSTRUKTØRER OG SAMARBEJDSPARTNERE

Det andet element i evalueringen af SejlSikkert er en årlig spørgeskemaundersøgelse blandt kampagnens aktører dvs. en intern evaluering af kampagnen. I 2020 er der derudover foretaget kvalitative interviews.

Denne del af evalueringen foretages med henblik på at opnå viden om, hvordan det går med de forskellige aktørers arbejde med at fremme sikkerheden til søs, hvorledes de vurderer kampagnens elementer og budskaber i praksis, og hvordan de ser, at SejlSikkert-indsatsen skal udvikle sig fremover.

De aktører, som indgår i evalueringen, er SejlSikkert-ambassadørerne, som bl.a. har til opgave at fremme kampagnens budskaber i de danske havne, og SejlSikkert-instruktørerne, som via kampagnen afholder sikkerhedsdemonstrationer, oplæg mv. i havnene. Derudover indgår øvrige samarbejdspartnere herunder butiksambedører, der eksponerer SejlSikkert-kampagnemateriale i deres forretning, samt medlemmer af Søsportens Sikkerhedsråd. Den interne evaluering tager i 2020 udgangspunkt i både kvalitativ og kvantitativ data. Den kvantitative data er indsamlet gennem en elektronisk spørgeskemaundersøgelse blandt ambassadørerne, instruktører og samarbejdspartnere i oktober 2020. Spørgeskemaundersøgelsen er i vid udstrækning en gentagelse af tidligere gennemførte elektroniske spørgeskemaundersøgelser, som blev gennemført i 2016, 2017, 2018 og 2019 med henblik på sammenligning på tværs af årene.

Spørgeskemaet er igen i år udsendt til deltagerne via mail samt i det interne Facebook-forum for ambassadører og instruktører. Af de mere end 445 ambassadører, 26 instruktører og 66 butiksambedører i SejlSikkert på nuværende tidspunkt, har 144 gennemført hele spørgeskemaet. Respondenterne fordeler sig på 113 ambassadører, 17 instruktører, 8 butiksambedører og 6 med en anden, men ikke specificeret, rolle. Spørgeskemaet fremgår af Bilag 1. For en samlet tabeloversigt over resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen (inkl. fritekstbesvarelser) henvises til Bilag 2.

Det kvalitative datagrundlag består af interviews med:

- 9 ambassadører (fordelt på 2 gruppeinterviews og enkelte individuelle interview)
- 7 instruktører
- 5 butiksambedører
- 4 samarbejdspartnere fra Søsportens Sikkerhedsråds forretningsudvalg
- Samarbejdspartner i TrygFonden
- SejlSikkert-sekretariatet



Grundet situationen med covid-19 har det ikke været muligt at afholde fysiske interviews, og interviewene er derfor foretaget over telefonen eller online. De planlagte gruppeinterviews med ambassadører blev erstattet af 2 gruppemøder online samt enkelte telefoninterviews.

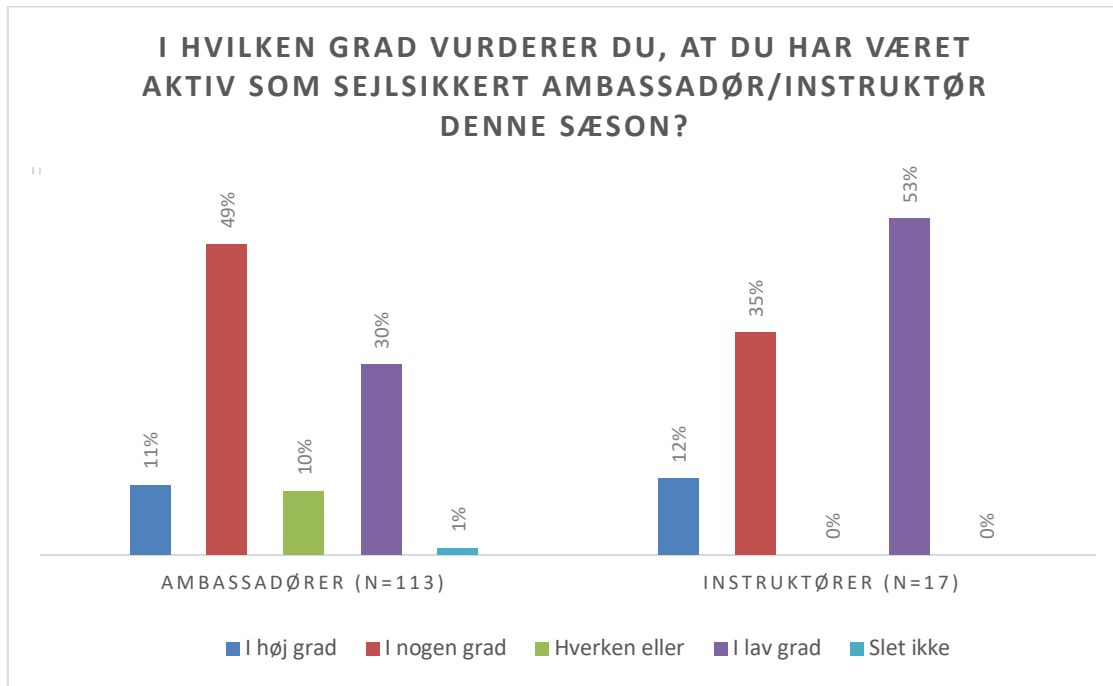
### 3.1 Aktivitetsniveau og motivation

Som vist i Figur 21 nedenfor, har omkring halvdelen (49 %) af ambassadørerne svaret, at de vurderer, at de i denne sæson *i nogen grad* har været aktive som ambassadører. 11 % har svaret, at de *i høj grad* har været aktive, 30 % har svaret, at de *i lav grad* har været aktive, og 1 % svarer, at de *slet ikke* har været aktive. Dette er generelt et lavere aktivitetsniveauet blandt ambassadørerne end i 2019, hvor 4 ud af 5 svarede, at de *i nogen grad* eller *i høj grad* var aktive som ambassadører, mens 20 % svarede, at de *i lav grad* var aktive.

Blandt instruktørerne har over halvdelen (53 %) svaret, at de vurderer, at de *i lav grad* har været aktive som instruktører, mens 35 % har svaret *i nogen grad*, og 12 % har svaret *i høj grad*. Ingen af instruktørerne har svaret *slet ikke* eller *hverken eller* (Se Figur 21). I 2019 svarede alle instruktørerne, at de enten *i høj grad* eller *i nogen grad* vurderede, at de havde været aktive som instruktører, og der har altså også blandt instruktørerne været et lavere aktivitetsniveau i 2020.

At aktivitetsniveauet blandt ambassadører og instruktører er faldet fra år 2019 til 2020 skyldes med al sandsynlighed, at deres indsats har været ramt af situationen med covid-19, og mange arrangementer på havne og i klubber er blevet aflyst, hvilket særligt instruktørkorpset har været ramt af. Både ambassadører og instruktører forklarer også i interviewene, at de har oplevet, at de ikke har kunne være aktive i 2020, som de plejer, på grund af covid-19.

Figur 21



For enkelte instruktører har situationen med covid-19 gjort, at de er blevet inspireret til at nå ud med Sejlsikkert-budskabet på nye måder. En instruktør fortæller eksempelvis, at han har holdt oplæg online for sejlklubber og medlemmer af forskellige Facebook-grupper. Flere nævner dette som en god mulighed fremover, fordi man online kan nå mange mennesker med et enkelt oplæg. Nogle mener også, at det kan være relevant at arbejde på at have forskellige oplæg tilgængelige online, så det er muligt til enhver tid at se et oplæg hjemmefra. Alle adspurgte mener dog, at online-oplæg kun bør eksistere som et supplement til de fysiske oplæg.

### Ambassadørernes motivation

I de kvalitative interviews er ambassadørerne blevet spurgt, hvad der kan bidrage til, at de fortsat er engagerede som ambassadører. Til det svarer flere, at det er motiverende at mødes med andre ambassadører til det årlige træf, og de ærgrer sig over, at det var aflyst i 2020 grundet covid-19. Ambassadørerne fremhæver, at møderne er vigtige, fordi de giver dem mulighed for at sparre med de andre ambassadører samt for at få et indblik i sekretariatets arbejde med Sejlsikkert-projektet. Om det sidste siger en informant:

*”Anerkendelse er jo godt. Og så vedblive med at kommunikere – hvor er vi? Hvad sker der? Hvor er kampagnen for næste år? Hvilke tanker gør I jer? Er der brug for input? Altså*

*involvering. Den kobling er så vigtig, så man ikke kun oplever: Nå, det er forår, nu skal vi noget. Går kampagnen i hi henover vinteren, eller hvor er de henne? Må vi være med på sidelinjen, eller hvor kan vi læse om det henne?” (Ambassadør)*

Og en anden siger:

*“Jeg savner det med, at vi engang imellem kan være sammen og få noget information om, hvad der rør sig, hvad de [sekretariatet] arbejder med osv.” (Ambassadør)*

Derudover nævner enkelte ambassadører, at de også er interesserede i at få opkvalificerende oplæg eller kurser om sikkerhed.

Generelt oplever de adspurgte ambassadører, at det er let for dem at opretholde motivationen – også i en sæson, hvor det ikke har været muligt at opretholde det samme aktivitetsniveau, som i de tidligere sæsoner. Dette skyldes, at de fortsat ser et behov for ambassadørarbejdet, og de ønsker af den grund at engagere sig i arbejdet med sikkerhed til søs.

Det bør nævnes, at de interviewede ambassadører er udvalgt til interviews i denne undersøgelse netop fordi de er aktive og engagerede som ambassadører og derfor formodedes at have gjort sig tanker om indsatsen og mulighederne fremover, ligesom der med al sandsynlighed er flere aktive ambassadører, der har besvaret spørgeskemaet. Flere af de interviewede aktører nævner, at der er en del ambassadører, som de oplever er mindre motiverede og aktive i deres ambassadørarbejde i havnene.

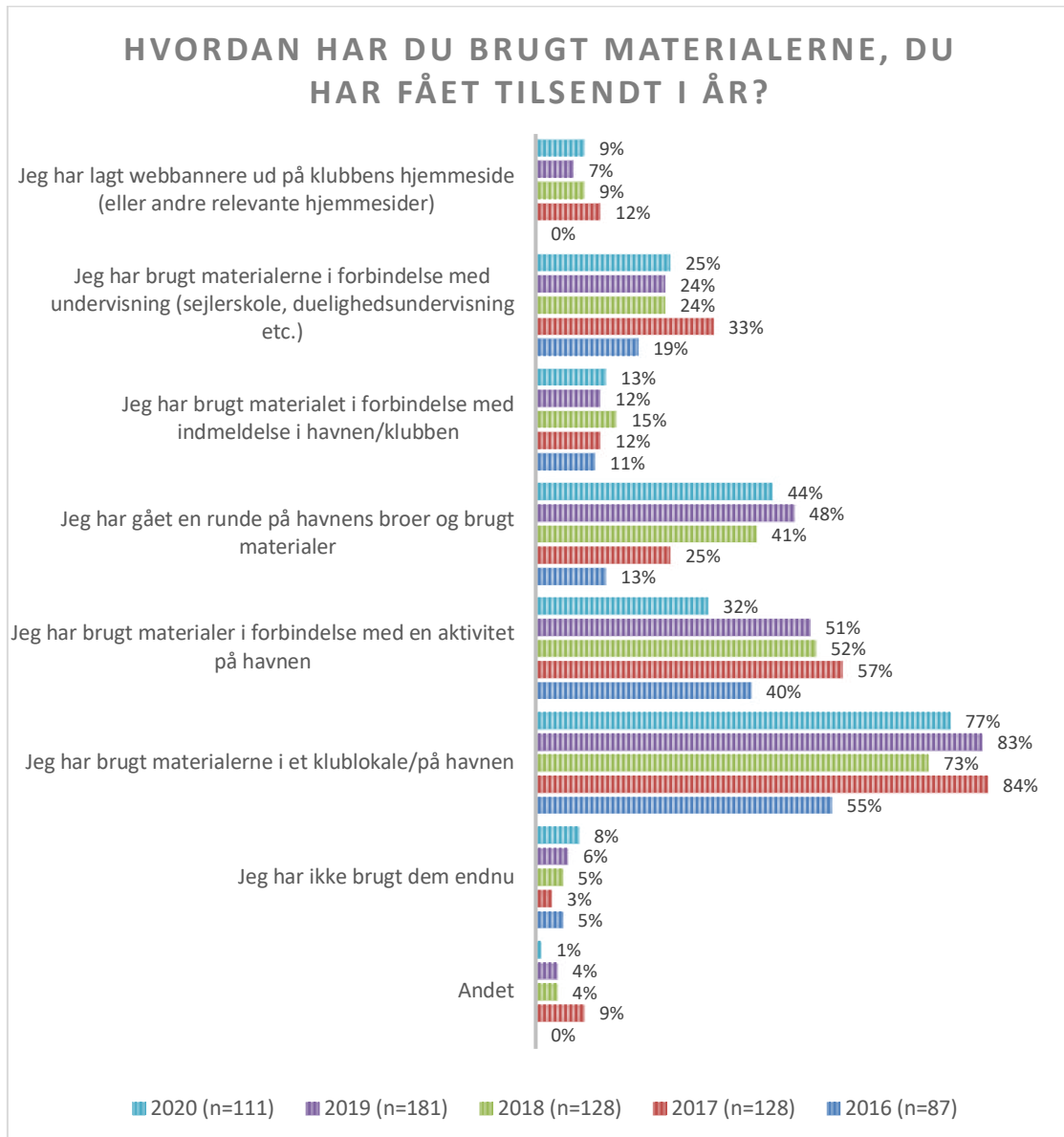
### **3.2. Aktørernes brug af materialer**

#### **Ambassadørernes brug af kampagnematerialer**

Ambassadørerne er i spørgeskemaundersøgelsen blevet spurgt, hvordan de har brugt de SejlSikkert-materialer, som de har fået tilsendt denne sæson. Nedenstående Figur 22 viser ambassadørernes brug af materialer. Her fremgår det, at 8 % af ambassadørerne endnu ikke har brugt materialerne, hvilket stort set er på niveau med 2019, hvor andelen var 6 %.

Ligesom i de foregående år, har flest ambassadører (77 %) svaret, at de har brugt materialerne i et klublokale/på havnen. Den næsthøypigste måde at bruge materialerne på er at gå en runde på havnens broer med materialerne, hvilket 44 % har svaret, at de har gjort. Som illustreret i nedenstående Figur 22, er der sket et lille fald i andelen af ambassadører, der har svaret, at de har brugt materialerne på disse to måder. Derudover er der sket et fald i andelen af ambassadører, der har brugt materialerne i forbindelse med en aktivitet på havnen. Dette er ikke overraskende, da mange aktiviteter på havnene har været aflyst i år pga. covid-19.

Figur 22



Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %.

Både ambassadører og instruktører er i spørgeskemaet blevet bedt om at vurdere mængden af materialer opsat fysisk i deres lokale havn. Her svarer 70 %, at mængden af materialer i deres havn er passende. 11 % har svaret, at der er for meget, mens 19 % har svaret, at der godt kunne være mere (Se Bilag 2 Tabel B2.8).

I interviewene har ambassadørerne generelt givet udtryk for, at de føler sig velmodtaget som Sejlsikkert-ambassadører i deres lokale havne, og for de fleste er det let at få lov at anbringe

kampagnematerialerne på havnen og i klubberne. Enkelte ambassadører giver dog udtryk for, at de oplever udfordringer ift. at få lov til at anbringe materialer i deres havne og klubber, og de mener derfor, at der er plads til mere materiale i deres havne.

Enkelte ambassadører fortæller, at de har oplevet, at folk synes, der er for mange Sejlsikkert-materialer, og her er det generelt klistermærkerne, de har fået negative reaktioner på – dels fordi de er placeret mange steder, og dels fordi de kan være svære at fjerne igen.

Adspurgt, om respondenterne har forslag til nye materialer, kommer flere med bud i det åbne tekstfelt i spørgeskemaet samt i interviewene. Herunder er et mindre redigeret udpluk af forslagene (se Bilag 2 Tabel B2.11 for en samlet liste over forslag):

- “Digitale skilte på havnen. Naturligvis opsat i samarbejde med den lokale havn og kommune.”
- “Hvad er skipperansvar i overskriftform”
- “Forebyggelse af brand”
- “Flere standere til klubberne til uddeling eller lægges på både!”
- “Gerne kuglepenne eller caps til udlevering i butikken med budskabet”

Følgende forslag til nye Sejlsikkert-materialer og fokusområder er kommet op under interviewene:

- Digitalt materiale til de sociale medier, som man opfordrer instruktører, ambassadører og samarbejdspartnere til at dele.
- Digitalt materiale, der er let for butiksambassadørerne at dele på deres Facebookside eller hjemmeside. Fx med teksten “Det er tid til at få tjekket din redningsvest - gå ned i din lokale grejbutik”.
- Materialer henvendt til de mange nysejlere, der er kommet til i år 2020. Dette kunne være en enkel tjekliste til nysejlere over, hvad man skal gøre, før man skal ud og sejle, og som kan forstås, uden at man nødvendigvis kender sejler-terminologien.
- Materialer med fokus på, hvordan man sejler sikkert alene (“Sejlsikkert alene”).

### **Instruktørernes brug af materialer**

Hovedparten af de interviewede instruktører er tilfredse med de udleverede materialer. Flere af instruktørerne anvender materialet som grundlæggende vidensbase til deres oplæg, men supplerer og skræddersyer med yderligere materiale og viden, de selv udvikler og finder relevant for pågældende målgruppe. Eksempelvis nævner en instruktør, at han altid tager sin udleverede taske med, når han skal holde foredrag, men tilføjer udstyr til den alt efter, hvad foredraget handler om.

En del instruktører giver udtryk for, at PowerPoint-præsentationer ikke formidlingsmæssigt er tilstrækkeligt, og derfor er taskerne med udstyr vigtig, ligesom det kan være godt at have materiale med, der kan uddeles ved oplæggene, fx brochurer eller andet, folk kan have liggende fysisk i deres både.

En instruktør gør opmærksom på, at de forskellige PowerPoints kunne trænge til at blive opdateret, idet der for eksempel ligger flere udgaver af den samme præsentation tilgængelig. En anden instruktør foreslår, at man kunne lave mapper eller CD'er til forskellige typer af oplæg. Her kunne man samle relevant materiale under forskellige emner som eksempelvis "Mand-over-bord-øvelse".

Flere af instruktørerne nævner, at online formidling og digitalt materiale kan have potentiale, fordi det dels kan nå bredt ud og dels fremstår moderne og professionelt. En instruktør har eksempelvis erfaret, at folk reagerer positivt, når de bliver introduceret til app'en. Flere instruktører foreslår, at man lægger tid og ressourcer i at producere videoer om relevante emner. Det understreges, at disse videoer kan være meget simple, men vil være gode som cases til at vise situationer – eksempelvis hvor svært det kan være at komme ombord på en båd, hvis man er faldet overbord. Andre nævner, at det kan være meget brugbart i undervisningen at inddrage cases, og at der med fordel kan udarbejdes film, hvor folk fortæller om virkelige hændelser.

Derudover har de interviewede instruktører nævnt følgende forslag til nye oplæg:

- Forebyggelse af brand
- Skipperansvar ift. at sikre, at andre i besætningen kan sejle båden og agere i en nødsituation
- Førstehjælp til søs - hvad er godt at have i sin førstehjælpskasse?
- Oplæg/workshops specifikt målrettet nye sejlere, hvor man eventuelt får en t-shirt eller andet, der viser, at man har været på kursus i SejlSikkert (Fx med teksten "Jeg har været på kursus i SejlSikkert. Tak for det!"). Det foreslås, at man samarbejder med bådforhandlere og udlejere af både om at nå de nye sejlere.

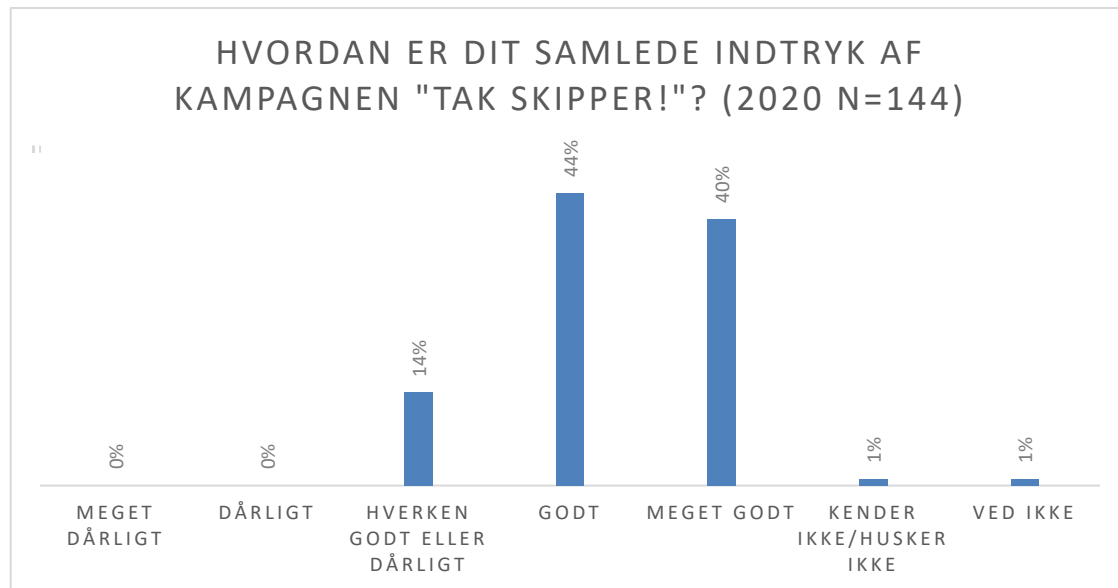
### 3.3. Aktørernes vurdering af SejlSikkert-kampagnen

*"Budskaberne går rent ind hos sejlerne, sådan som jeg oplever det."  
(Instruktør)*

Respondenterne har overordnet set et positivt indtryk af årets synlighedskampagne "Tak Skipper!". Som vist i Figur 23 nedenfor, har 84 % enten et *godt* eller et *meget godt* indtryk af kampagnen. 14 % har svaret, at deres indtryk er *hverken godt eller dårligt*, mens ingen har svaret, at de har et *dårligt* eller *meget dårligt* indtryk af kampagnen. Dette er på niveau med 2018-kampagnen "SejlSikkert – så ses vi igen", mens kampagnen fra 2019 "Hey Skipper – Ta'

skipperansvar” blev vurderet lidt mere positivt (88 % havde et *godt* eller *meget godt* indtryk af kampagnen).

Figur 23



Også i interviewene giver informanterne generelt udtryk for, at de synes godt om årets kampagne "Tak Skipper!". Flere informanter lægger vægt på, at kampagnen er i øjenhøjde, appellerer til folks ansvarlighed og fungerer som en god "reminder" i det fysiske miljø i havnene. En informant siger:

*"Den henvender sig til vores moral og den ansvarlighed, som man gerne skulle løfte, når man er skipper på en båd. At have den hængende på strategisk vigtige steder, så den er i øjenhøjde, er måden at gøre det på. Og så kan folk tænke over det. Forrige år var den mere pågående, hvor det handlede om, om skipper havde taget ansvar for sin besætning med forskellige tekster. Den her er meget mere simpel i sin udformning."* (Ambassadør)

Og en anden siger:

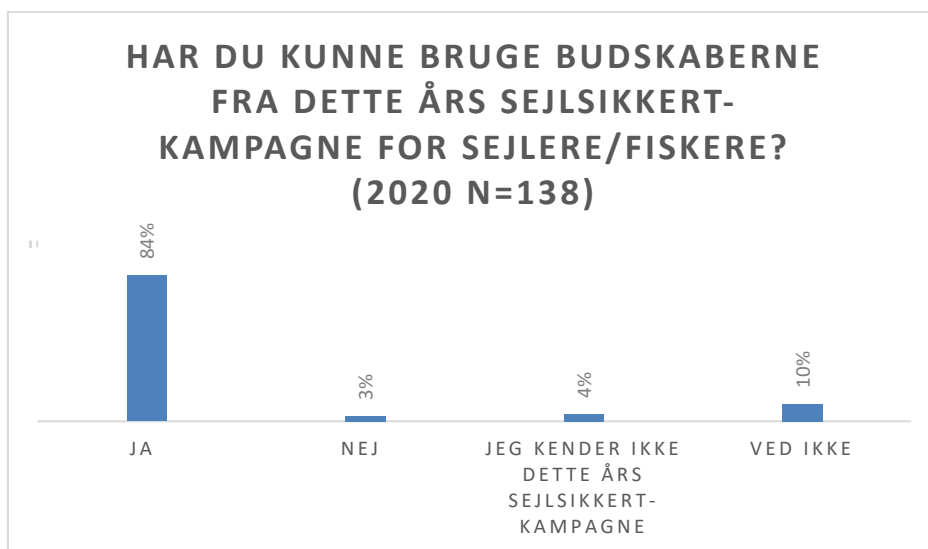
*"Den er god. Den har samme effekt, som hvis du kommer ind på et område, hvor der er legende børn. Ikke en løftet pegefinger, men et opmærksomhedssignal."* (Ambassadør)

Det fremhæves desuden som noget positivt, at kampagnen i år ligner kampagnerne fra 2018 og 2019, så materialet er genkendeligt, men med nye elementer tilføjet. En informant siger:

*"De farver, der er blevet brugt, er rigtig gode. Så man ser det. Det er blevet lidt en logo-agtig ting, tænker jeg, når man tænker på Sejlsikkert. Det er noget, man kan genkende"* (Instruktør)

Som i vist i Figur 24 nedenfor, har 84 % svaret, at de kunne bruge budskaberne fra dette års kampagne "Tak Skipper!" overfor fiskere og sejlere. Kun 3 % har svaret, at de ikke har kunne bruge budskaberne. Dette er på niveau med kampagnen fra 2019 "Hey Skipper! Ta´skipperansvar", hvor 85 % svarede, at de kunne bruge budskaberne, og kampagnen fra 2018 "Sejlsikkert – så ses vi igen", hvor 83 % svarede, at de kunne bruge budskaberne.

Figur 24



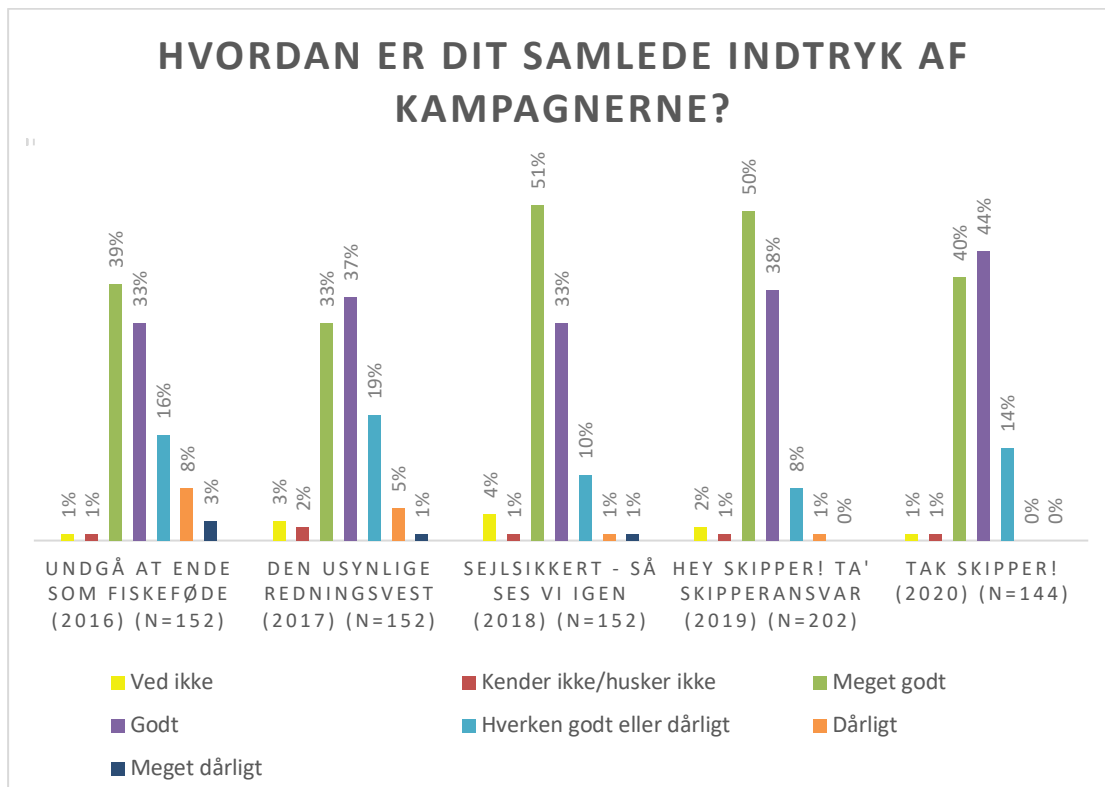


Udover de fysiske kampagnematerialer, har kampagnen i 2020 indeholdt en kampagnofilm, som 70 % af respondenterne har svaret, at de har set.



Ser man på aktørernes vurdering af, hvorvidt budskaberne fra kampagnerne over årene har været brugbare for dem, er de seneste tre kampagner blevet vurderet væsentligt mere positivt end de tidligere kampagner. Dette illustreres i nedenstående Figur 25.

*Figur 25*



### Modtagelsen af årets kampagneelementer

Respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen er blevet bedt om at vurdere, hvorvidt de har oplevet en positiv modtagelse af forskellige kampagnematerialer blandt hhv. fritidssejlere og fiskere.

Nedenstående Figur 26 viser, at de materialer, som respondenterne oplever i højest grad har fået en positiv modtagelse blandt fritidssejlerne, er Hey Skipper!-skiltene, som 76 % svarer enten *i høj grad* eller *i nogen grad* er blevet modtaget positivt samt plakater, hvor 67 % svarer *i høj grad* eller *i nogen grad*. Udsejlingsskiltene har 64 % enten *i høj grad* eller *i nogen grad* oplevet en positiv modtagelse på, og det er desuden det materiale, som flest respondenter har svaret *i høj grad* har fået en positiv modtagelse.

Særligt udsejlingsskiltene og Hey Skipper!-skiltene er også i interviewene blevet fremhævet som de bedste materialer. Det skyldes ifølge informanterne bl.a., at materialerne er meget synlige for alle og fungerer som en påmindelse. En informant siger:

*"Det starter med synligheden, og det er jo, når du går ud på molen, at du skal mindes om, at du ikke har redningsvest med."* (Instruktør)

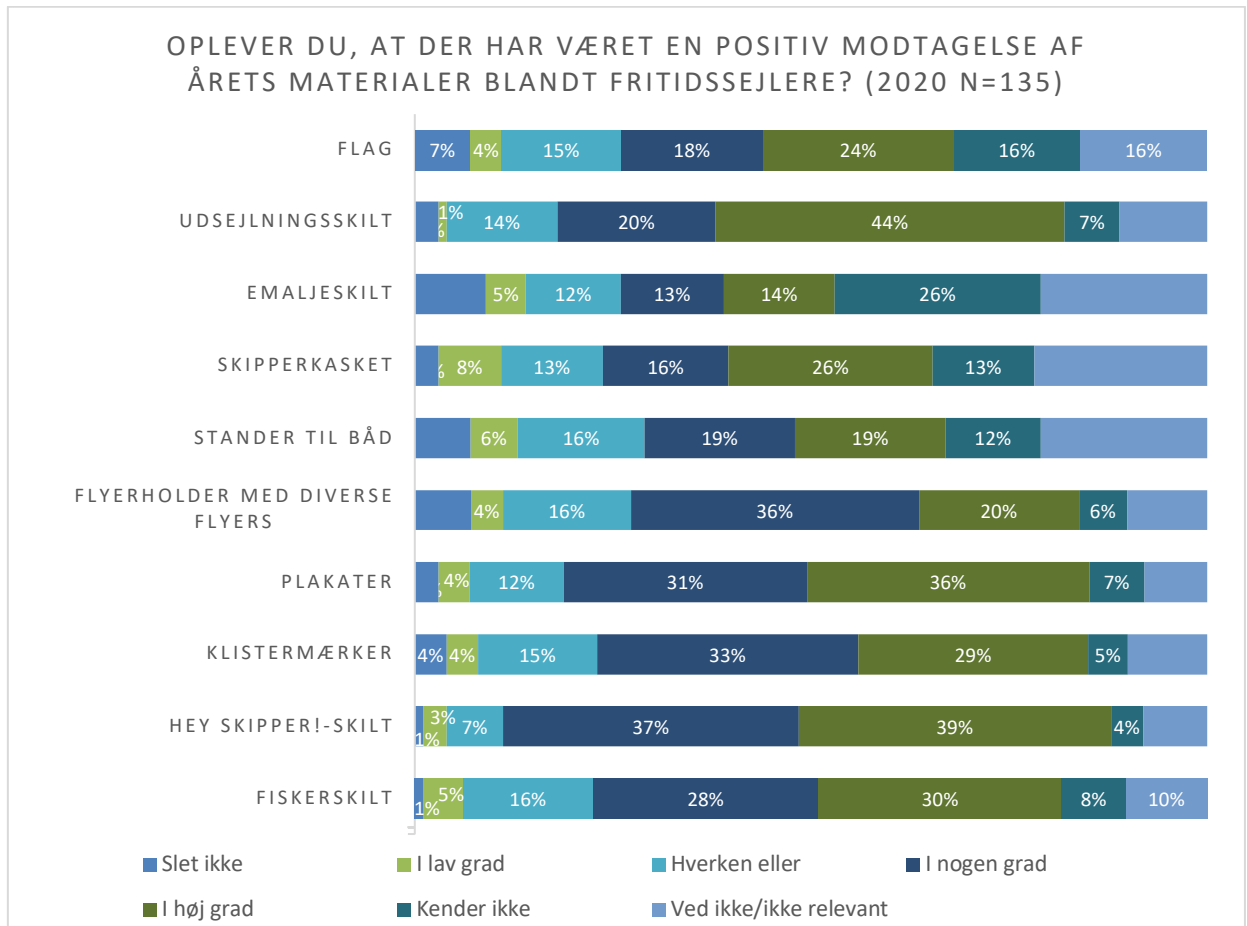
Desuden fremhæver flere informanter, at de foretrækker materialer af god kvalitet, som holder længe og bliver ved med at se pæne ud. Flere nævner i den forbindelse, at

klistermærker giver negative reaktioner og bliver et irritationsmoment, fordi de sættes mange steder, hvor det kan være svært at få dem af igen, og hvor de med tiden bliver grimme. Der er dog delte meninger om klistermærkerne, og besvarelserne i spørgeskemaet indikerer, at klistermærkerne generelt bliver taget godt imod.

De kampagnematerialer, hvor flest har svaret, at de enten *slet ikke* eller *i lav grad* er blevet modtaget positivt blandt fritidssejlere er emaljeskilte (14 %) og standere til både (13 %). Herefter kommer flag (11 %), skipperkasketter (11 %) og flyerholdere med diverse flyers (11 %). For skipperkasketten er der dog 26 % der har svaret, at den *i høj grad* er blevet taget positivt imod blandt fritidssejlere, og den fremhæves også i nogle interviews som værende en god samtalestarter.

Emaljeskiltet er desuden det materiale, som flest svarer, at de ikke kender (26 %).

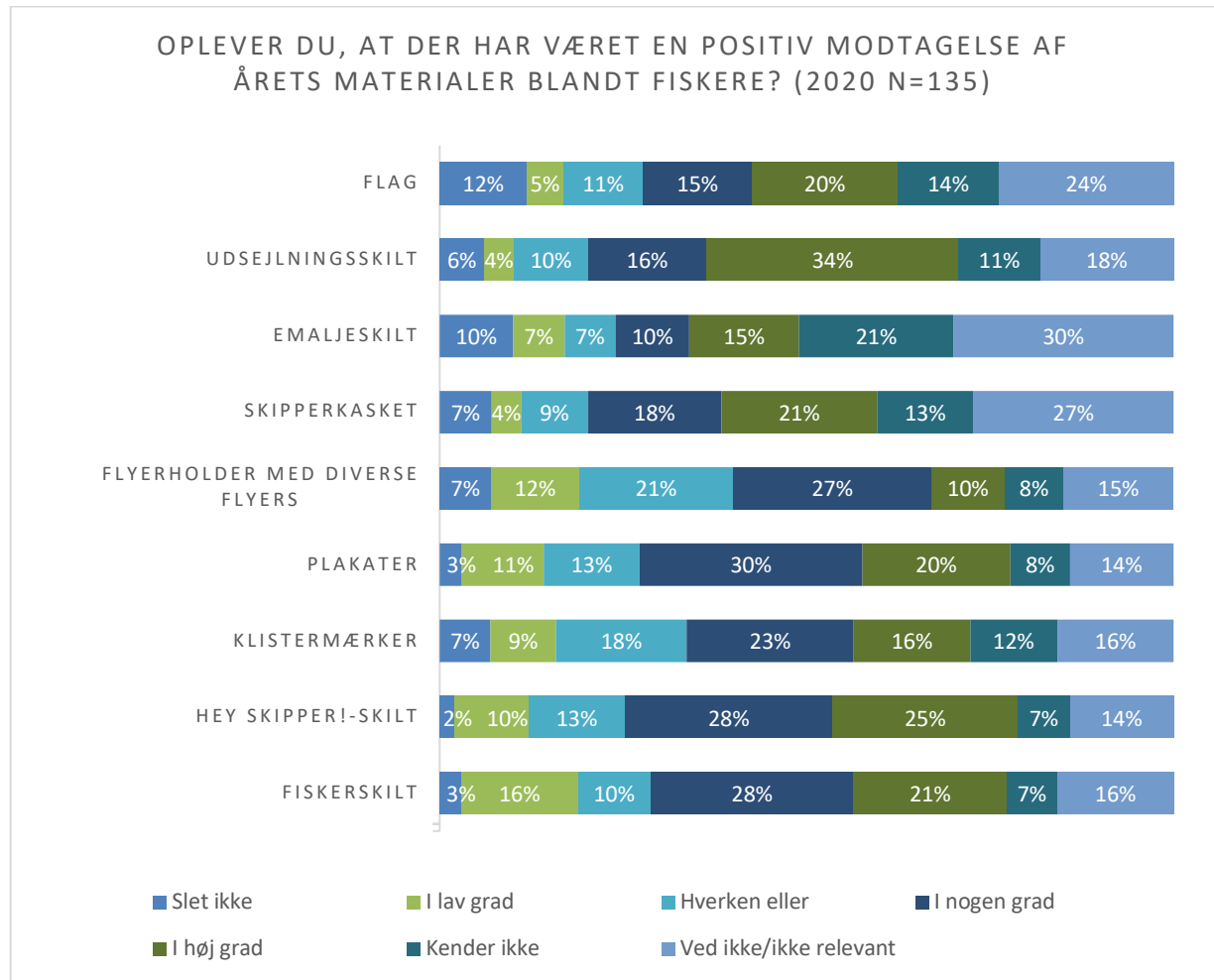
*Figur 26*



Figur 27 nedenfor illustrerer respondenternes vurdering af modtagelsen af årets kampagne-materialer blandt fiskerne. Også blandt denne gruppe er det Hey Skipper!-skilte, der modtages mest positivt. Her har 53 % svaret, at der enten *i høj grad* eller *i nogen grad* har været en positiv modtagelse blandt fiskerne. 50 % har svaret, at de enten *i høj grad* eller *i nogen grad* har oplevet en positiv modtagelse af plakater og udsejlingskilte. Også her er udsejlingskilte det materiale, som flest respondenter svarer, at der *i høj grad* har været en positiv modtagelse af (34 %).

De materialer, som ifølge de fleste respondenter, enten *slet ikke* eller *i lav grad* har fået en positiv modtagelse af fiskerne, er flyerholdere med diverse flyers (19 %) og fiskerskiltet (19 %). Dog er der også 49 %, der svarer, at fiskerskiltet enten *i høj grad* eller *i nogen grad* har fået en positiv modtagelse blandt fiskerne.

Figur 27



Respondenterne oplever generelt i lavere grad, at fiskerne tager positivt imod kampagnematerialerne, hvilket også har været tilfældet i de tidligere spørgeskemaundersøgelser. Dette kan skyldes, at der, som i de tidligere års interne evalueringer, er en ulige fordeling af fritidssejlere og fiskere i respondentgruppen, hvilket kan være med til at forklare, at respondenterne i lavere grad oplever at nå fiskerne med deres aktiviteter. I undersøgelsen i 2020 er 60 % af aktørerne fritidssejlere, mens 19 % er fiskere.

Det er også værd at bemærke, at flere respondenter har gjort brug af svarmuligheden *Ved ikke/ikke relevant* ved spørgsmålene om fiskernes modtagelse af kampagnematerialerne, hvilket muligvis kan vidne om, at materialerne findes mindre relevant for fiskere, at respondenterne i mindre grad er i kontakt med fiskere, eller at fiskere i mindre grad befinder sig på havnen sammenlignet med sejlere.

### **Butiksambassadørernes vurdering af kampagnematerialerne**

Butiksambassadørerne er blevet spurgt i interviews, hvad de synes om årets kampagnematerialer. Generelt er butikkerne glade for materialet, som de synes er godt. Nogle nævner, at de får mange materialer tilsendt, og at det kan være svært for dem at finde tid til at sætte sig ind i og bruge dem alle sammen. En enkelt foreslår, at man i stedet samler mere information i én folder.

Nogle butikker nævner, at særligt folderen om VHF-kommunikation bliver taget godt imod af kunderne, og at det primært er dem, der bliver taget.

### **Aktørernes vurdering af virkningen af Sejlsikkert-elementerne og kommunikative greb**

Informanterne i interviewene er blevet spurgt, hvilke kommunikative greb de mener er mest virkningsfulde at anvende i kampagnematerialer, når man forsøger at forbedre sikkerhedskulturen til søs.

Her nævner flere vigtigheden af, at kampagnen ikke bliver "en løftet pegefinger", men i stedet er i øjenhøjde med modtageren og appellerer til vedkommendes egen moral og ansvarlighed frem for at pådutte noget. Dette vurderer mange, at årets kampagne er lykkedes med.

Informanterne mener generelt, at dette års kampagne kommunikerer på en god måde til modtageren:

*"Den mere humoristiske tilgang, der er lagt ned over kampagnen de seneste år er at foretrække frem for løftede pegefingre. Der er et glimt i øjet og en direkte kommunikation, som man oplever et henvendt til én, og det synes jeg er rigtig positivt."* (Rådsmedlem)

De fleste informanter mener, at en humoristisk tilgang virker positivt i kampagnerne, men at det ikke må overtage så meget, at det kan være svært for modtageren at forstå budskabet. Kampagnen "Den usynlige redningsvest" bliver af nogen fremhævet som et eksempel på, at modtageren kunne have svært ved at afkode budskabet. Dog fortæller andre, at den stadig bruges som frase ude i havnene, når nogen ikke har fået redningsvesten på.

Flere informanter fremhæver de Sejlsikkert-materialer, der gennem tiden har givet anledning til dialog, herunder særligt kompasrosen, som mange har haft gode oplevelser med, fordi folk har vist interesse for den i forbindelse med, at den blev sat op. Også flasken med fiskeføde fremhæves som et materiale, der satte gang i snakken – både i en positiv og en negativ forstand, da enkelte oplevede, at den ikke faldt i god jord, fordi den blev opfattet som en "skræmmekampagne". Flere giver udtryk for, at materialer, der holder en dialog om sikkerhed

i gang, har en positiv virkning. Nogle nævner i den forbindelse, at skipperkasketten også har været medvirkende til dette, og at man kunne udvide med t-shirts.

Som tidligere nævnt foreslår flere informanter, at man gør brug af realistiske cases i film, som viser, hvordan en situation kan gå galt. Der lægges samtidig vægt på, at en kampagne ikke bør have karakter af en "skræmmekampagne", og at det kan være en svær balance.

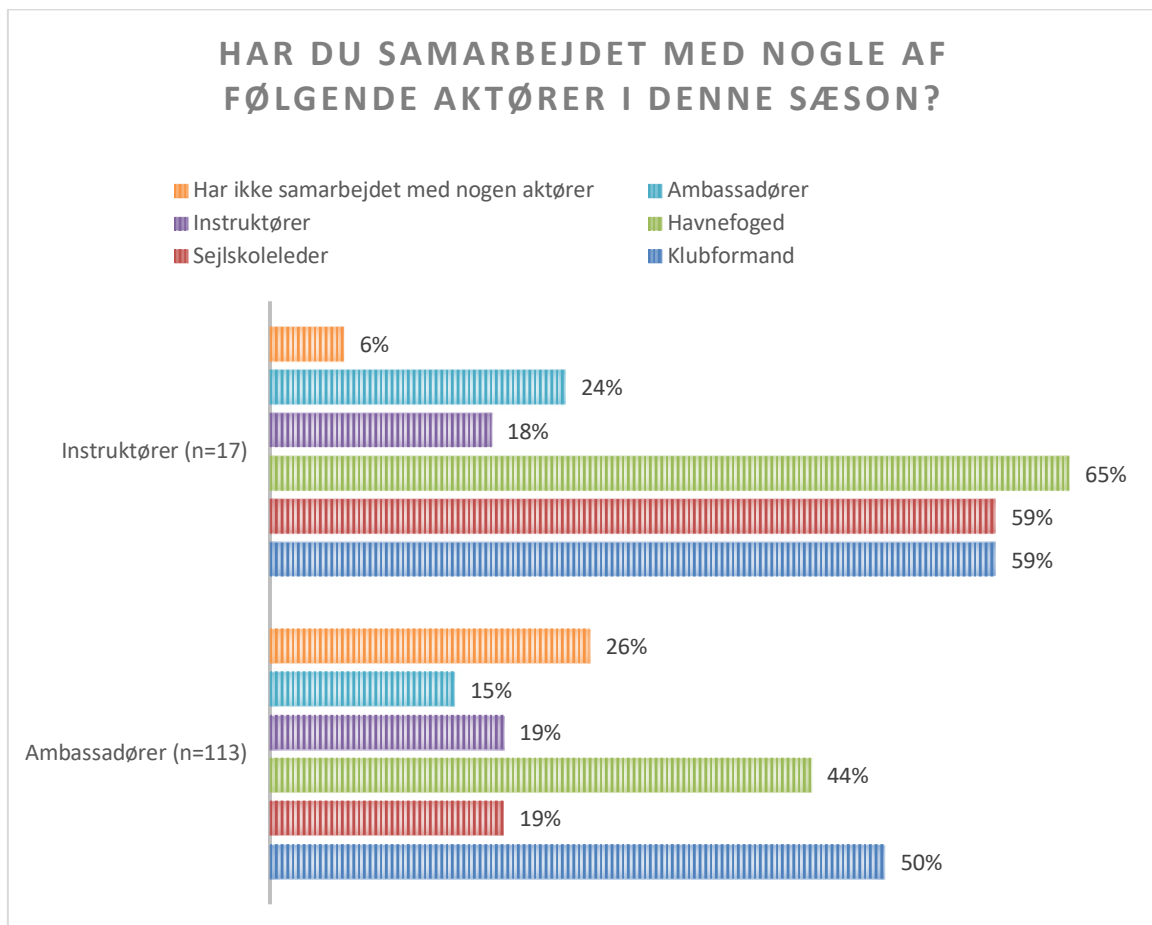
Endelig er informanterne blevet spurgt, hvilke elementer i Sejlsikkert, som de tror, er de mest virksomme ift. at fremme sikkerhedskulturen til søs. Her svarer en stor del af informanterne, at det er kombinationen mellem dialogen lokalt i havnene, instruktørernes arbejde med oplæg samt synlighedskampagnen, der til sammen virker godt. Det fremhæves mange gange, at det betyder meget, at der er folk til stede i havnene, som er gode forbilleder, og som taler med folk om sikkerhed til søs.

*"Den buket af indsatser, Sejlsikkert har – fra det digitale til det fysiske materiale, det én-til-én personlige, den viden, der er genereret, vesteoptællingen, der dokumenterer, hvordan tingene rykker sig – jeg synes ikke, det kan gøres meget bedre." (TrygFonden)*

### 3.4. Samarbejde mellem aktører

Figur 28 nedenfor viser i hvilket omfang, ambassadørerne og instruktørerne har svaret, at de har samarbejdet med andre aktører i denne sæson.

Figur 28



Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)

De aktører, som ambassadørerne i flest tilfælde har samarbejdet med i denne sæson, er de lokale klubformænd (50 %) og havnefogederne (44 %). Der er sket et fald i andelen af ambassadører, der har samarbejdet med disse aktører, siden 2019 hvor andelen var hhv. 53 % og 57 %.

19 % af ambassadørerne svarer, at de har samarbejdet med instruktører. Dette er et lille fald fra 2019, hvor omkring 24 % svarede det samme. 15 % af ambassadørerne svarer, at de har



samarbejdet med andre ambassadører i denne sæson, hvilket også er lidt færre end i 2019, hvor 18 % svarede det samme.

Størstedelen af de ambassadører, der har samarbejdet med andre ambassadører, svarer, at det enten *i høj grad* (47 %) eller *i nogen grad* (29 %) var en succes. 18 % har svaret *hverken eller*, mens 6 % har svaret *i lav grad*. Ingen har svaret *slet ikke*. Der er således flere i 2020, der har svaret, at det *i høj grad* har været en succes, end i 2019, hvor 28 % svarede det samme, mens færre i 2020 har svaret, at det *i nogen grad* var en succes, hvilket 56 % svarede i 2019. Det bør her bemærkes, at der er tale om få besvarelser, og derfor er disse andele behæftet med usikkerhed.

26 % af ambassadørerne har svaret, at de ikke har samarbejdet med andre aktører i denne sæson, hvilket er en stigning fra 15 % i år 2019.

Instruktørerne har, ligesom i de tidligere undersøgelser, i højere grad samarbejdet med andre aktører, end det er tilfældet for ambassadørerne. I 2020 er der 1 instruktør, der ikke har samarbejdet med andre aktører. I 2019 havde alle instruktører samarbejdet med andre aktører. 10 ud af de 17 instruktører har samarbejdet med klubformænd, og 10 har samarbejdet med sejlskoleledere (svarende til 59 %). Her er der sket et lille fald siden 2019, hvor hhv. 78 % og 71 % havde samarbejdet med klubformænd og sejlskoleledere. 11 har samarbejdet med havnefogeder (svarende til 65 %), hvilket er en lille forbedring siden 2019, hvor 57 % havde samarbejdet med havnefogeder.

Kun 3 ud af de 17 instruktører har denne sæson samarbejdet med andre instruktører (svarende til 18 %), hvilket er færre end 2019, hvor 57 % havde samarbejdet med andre instruktører. Det er ligeledes kun 4 af instruktørerne, der har svaret, at de denne sæson har samarbejdet med ambassadører (svarende til 24 %). I år 2019 var det 57 %, der svarede det samme, og der er således også her sket et lille fald. Baseret på de forholdsvis få besvarelser fra instruktører, er det dog ikke muligt at slå fast, om samarbejdet mellem instruktører og ambassadører er forandret.

Det fald, der generelt ses i andelen af både ambassadører og instruktører, der har samarbejdet med andre aktører i denne sæson, skyldes sandsynligvis, at mange af instruktørernes aktiviteter har været aflyst på grund af covid-19.

Adspurgt i interviewene, hvorvidt instruktørerne har samarbejdet med andre instruktører, svarer flere, at de ikke finder det relevant, da det oftest fungerer fint at være alene ude og holde oplæg eller demonstrationer. Enkelte fortæller, at de har kontakt med andre instruktører, hvis de skal koordinere, hvem der tager et bestemt oplæg, og nogle nævner også, at det kan være relevant at samarbejde med andre instruktører ved mand-over-bord-øvelser.

Adspurgt, hvordan ambassadørerne oplever at være en del af en lokalgruppe, svarer de generelt, at de ikke kender til eksistensen af disse lokalgrupper. Dog giver flere udtryk for, at der mangler en form for "brobygning" mellem instruktører og ambassadører lokalt. En

instruktør foreslår, at sekretariatet opfordrer og hjælper de enkelte instruktører med at arrangere et møde, hvor ambassadører fra lokalområdet deltager, og der kan blive etableret kontakt. Ved disse møder kan instruktøren således fortælle om, hvad han/hun kan tilbyde, og ambassadørerne kan sparre om indsatsen i deres lokalområde.

### **Samarbejde med grejbutikkerne**

3 ud af de 8 butiksambedassadører, der har deltaget i undersøgelsen, svarer, at de ikke har samarbejdet med nogen af de nævnte aktører denne sæson. 2 butiksambedassadører har samarbejdet med Sejlsikkert-ambassadører, 1 har samarbejdet med en Sejlsikkert-instruktør, 3 har samarbejdet med havnefogeder, 1 med sejlskoleledere og 3 med klubformænd. Det er omtrent samme niveau som i 2019 med undtagelse af, at færre i år har samarbejdet med instruktører.

Enkelte butikker har den seneste sæson haft besøg af en instruktør, men de fleste har aflyst denne slags aktiviteter pga. covid-19. Butiksambedassadørerne giver dog generelt udtryk for, at de gerne vil bestille et oplæg fra en Sejlsikkert-ambassadør, når situationen ændrer sig, og at det er et godt tilbud.

En af butiksambedassadørerne, der har haft besøg af en instruktør, fortæller, at han oplevede mersalg på baggrund af oplægget, mens andre ikke har kunne se det i deres salg.

De interviewede grejbutikker er i høj grad positivt indstillet overfor Sejlsikkert-indsatsen og vil gerne formidle den i deres butikker, men generelt har de svært ved at finde tid til at sætte materialerne op. Derfor har nogle butiksambedassadører foreslået, at en instruktør eller ambassadør fra Sejlsikkert tager ud til butikkerne og hjælper med at få sat materialerne op. En instruktør foreslår det samme og tilføjer, at man eventuelt besøger butikkerne flere gange over en sæson og sørger for, at materialet er fremme og eventuelt minder butikkerne om at bruge det.

Enkelte af de interviewede butiksambedassadører er blevet undervist i Butiksambedassadør 2.0., hvor en instruktør har besøgt dem og undervist dem i, hvordan de kan bruge Sejlsikkert som et argument for mersalg af sikkerhedsudstyr. En af de butikker, der har haft besøg af instruktøren, beskriver undervisningen som relevant. De synes ikke, at undervisningen bidrog med helt ny viden for dem, men at det var godt at få viden genopfrisket og få et skærpet fokus på sikkerhed. En anden butik beskriver undervisningen som mindre relevant, da de ikke oplevede at få ny viden.

### **Kommunikation med og fra Sejlsikkert-sekretariatet**

Ambassadørerne og instruktørerne giver i de kvalitative interviews generelt udtryk for, at de finder informationsstrømmen fra SejlSikkert-sekretariatet tilpas. Dette stemmer overens med sidste års spørgeskemabesvarelser, hvor 92 % af ambassadørerne svarede, at de fandt informationsstrømmen fra sekretariatet tilpas.

Nogle nævner dog, at de synes, kommunikationsniveauet fra sekretariatets side er faldet en smule i tiden med covid-19, men dette udvises der forståelse for. Her nævnes det bl.a. at man har ønsket en status på projektet, og hvordan covid-19 har påvirket det.

Nogle giver desuden udtryk for, at de meget gerne modtager mere information fra sekretariatet om, hvad de aktuelt arbejder med, og det foreslås også, at sekretariatet sender nyheder ud, når der sker ulykker til søs.

Informanterne svarer generelt, at de er tilfredse med samarbejdet med sekretariatet, da det er nemt at komme i kontakt med dem, og de føler sig mødt og hørt, når de har kontakttet sekretariatet med udfordringer, idéer eller forespørgsler.

### **Samarbejde med medlemmer af Søsportens Sikkerhedsråd**

Alle de interviewede medlemmer af Søsportens Sikkerhedsråd er positive omkring SejlSikkert-indsatsen og det, man har opnået med den.

*“SejlSikkert-indsatsen er jo særdeles vigtig. Så længe der er mere end én, der drukner eller kommer alvorligt til skade til søs, så skal der opretholdes en høj indsats. Og den koordinerede indsats, der eksisterer via SejlSikkert, er i min optik det bedste bud, vi kan komme op med, hvor vi går frivillighedens vej.”* (Rådsmedlem)

Der er blevet spurgt til, hvordan der i endnu højere grad kan skabes syngergi mellem medlemsorganisationerne og SejlSikkert-indsatsen. Til dette foreslår rådsmedlem for Dansk Amatørfiskerforening, at man i højere grad kan invitere SejlSikkert-instruktører til at holde oplæg i deres lokalforeninger og på den måde nå ud til medlemmerne.

Alle medlemsorganisationerne bruger deres egne kanaler på sociale og trykte medier (herunder magasinet Tursejleren), hjemmesider og nyhedsbreve til at sætte fokus på sikkerheden, og der gives udtryk for, at man i højere grad kan bruge disse kanaler til at dele SejlSikkert-materiale og andet, der kan støtte op om missionen om en bedre sikkerhedskultur til søs.

Dansk Sejlunion sender både duelighedsbeviser og speedbådsbevis med posten, og her sender de gerne (fortsat) SejlSikkert-materialer med, således at alle nye sejlere, der har taget duelighedsbevis eller speedbådsbevis, bliver informeret om sikkerhed til søs. Desuden giver rådsmedlemmet udtryk for, at Dansk Sejlunion gerne i samarbejde vil se på, hvordan man kan højne opmærksomheden omkring sikkerhed til søs i deres sejlereksamenundervisning. De arbejder

også på en sikkerhedsmanual for kapsejlsadsafvikling med et bredt fokus på sikkerhed, hvor der kunne inddrages Sejlsikkert-materiale.

Endelig er rådsmedlemmerne positivt indstillede omkring at være en del af udviklingen af Sejlsikkert-indsatsen sammen med sekretariatet.

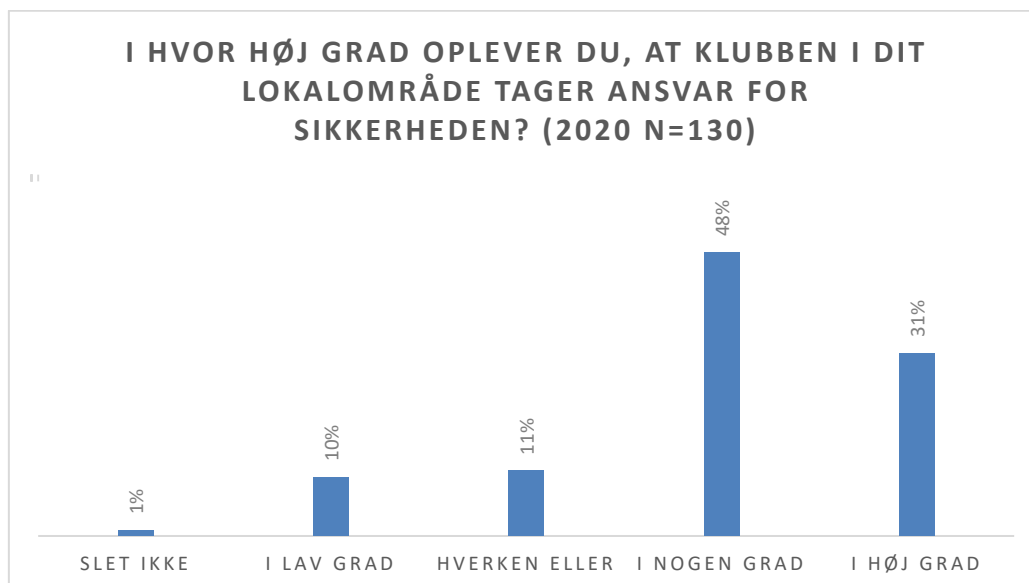
### 3.5. Sikkerhedskultur i klubberne

Dette års interne evaluering har særligt fokus på to områder, som Sejlsikkert vil arbejde målrettet med fremover. Det ene er et øget fokus på sikkerhedskulturen i klubberne. Informanterne mener generelt, at dette er et relevant fokusområde, fordi det i høj grad er klubberne, der skaber kulturen lokalt.

*"Det er den vej, man skal. Man skal have fat i sejlklubberne." (Instruktør)*

Instruktører og ambassadører er blevet spurgt i spørgeskemaet, i hvor høj grad de oplever, at klubben i deres lokalområde tager ansvar for sikkerheden. Nedenstående Figur 29 viser, at størstedelen enten i høj grad (31 %) eller i nogen grad (48 %) oplever, at klubben tager ansvar for sikkerheden.

Figur 29



Både i interviews og i spørgeskemaundersøgelsen er respondenterne blevet spurgt til, hvilke konkrete initiativer, deres lokale klub har taget for at højne sikkerheden. I interviewene nævner mange, at klubberne kræver, at man har redningsvest på til kapsejlsads, og nogle

fortæller, at klubberne arrangerer et årligt tjek af redningsveste og oplæg fra Sejlsikkert-instruktører. Flere fremhæver desuden, at sejlere har fokus på sikkerhed. Der er ingen, der kan berette om fælles retningslinjer angående sikkerhed for klubbens medlemmer, og der er enkelte, der slet ikke mener, deres klub tager ansvar for sikkerheden.

I spørgeskemaet er der bl.a. kommet følgende svar på spørgsmålet om, hvilke konkrete initiativer, de lokale klubber tager, for at højne sikkerheden (se Bilag 2 Tabel B2.20 for den fulde liste over besvarelser):

- "Dialog på baggrund af foredrag fra sejsikkert instruktører"
- "Dels gennem flere sejsikkert arrangementer med fokus på enkelte temaaftener og brush up aftener, plakater i klubhus og på havnen"
- "Standerhejsning og kurser"
- "Opsat modtaget materiale i klubhus"

Flere instruktører pointerer, at det ikke er alle sejlklubberne, der kender til Sejlsikkert-indsatsen og muligheden for at få besøg af en instruktør, og at man derfor bør arbejde med at gøre dem opmærksom på den mulighed. Mange nævner i den forbindelse, at det er vigtigt, at kontakten til klubberne er personlig med direkte kontakt til formanden, fordi særligt de store klubber skal påvirkes på bestyrelsesniveau, så de kan tænke Sejlsikkert ind i deres løbende program for året. Det foreslås bl.a., at man tager personlig kontakt til alle klubber, der endnu ikke har haft besøg af en Sejlsikkert-instruktør og tilbyder dem et oplæg.

Et andet forslag er, at opfordrer klubberne til at invitere alle nye sejlere, der ikke nødvendigvis er medlemmer af klubben, til et Sejlsikkert-oplæg. Dette vil også være en mulighed for klubberne til at få nye medlemmer.

Både interviewede rådsmedlemmer, instruktører og ambassadører fremhæver sejlere som et sted, hvor der i forvejen er en god sikkerhedskultur, og hvor man med fordel kunne sætte endnu mere ind med Sejlsikkert, så man sikrer sig, at alle nye sejlere bliver præsenteret for det. Flere foreslår, at man tænker Sejlsikkert ind i pensum i sejlere, og rådsmedlemmet fra Dansk Sejlunion giver udtryk for, at de gerne tænker sikkerhed ind i deres undervisningsmaterialer.

### 3.6. Sikkerhedskultur blandt fritidsfiskere

Det andet område, der vil få et større fokus i Sejlsikkert-indsatsen fremover, er sikkerhedskulturen blandt fritidsfiskere. Observationsstudierne i årene 2015-2019 viste, at fiskere generelt var den gruppe, der i lavest grad gjorde brug af redningsvest, ligesom de i holdningsundersøgelsen i 2019 havde det laveste selvrapporterede brug af redningsvest.

For at få viden om sikkerhedskulturen blandt fritidsfiskere, og hvordan det er muligt at ændre den, er der foretaget interviews med ambassadører og instruktører, der enten selv er fritidsfiskere eller ofte omgås fritidsfiskere, men udtalelser fra alle typer af aktører inddrages i det følgende.

Både i interviewene og spørgeskemaundersøgelsen er respondenterne blevet spurgt, hvorfor de tror, fritidsfiskere i mindre grad benytter redningsvest sammenlignet med fritidssejlere, og hvad de tror, der skal til for at ændre på sikkerhedskulturen blandt fritidsfiskere.

Følgende er en række udvalgte besvarelser fra spørgeskemaundersøgelsen (Se Bilag 2 Tabel B2.25 for den fulde liste over besvarelser):

- "Manglende erkendelse af alvoren af at sejle til søs. Det er ikke "IN" at snakke sikkerhed som fisker."
- "Aldersbetinget, fritidsfiskere er generelt oppe i alderen"
- "Gammel vane, lidt forstokket indstilling, bekvemmelighed"
- "Det er min opfattelse at de ikke er organiserede og derfor ikke har meget erfaringsudveksling og sikkerhed"
- "De er "autonome" og gør det de "plejer" at gøre. Dermed mindskes opmærksomheden på sikkerheden"
- "Gammel vane."
- ""Jeg har sejlet i mange år.", "Jeg kender havet", "Jeg kender min båd" Osv. Osv."
- "En del bærer ikke vest - men det er blevet bedre i Dansk Fritidsfiskerforbund hvor de kollektivt er forsikret for 200.000, - kr. til de pårørende. Men kun hvis de i tilfælde af drukning har haft den på"
- "De føler sig mere "professionelle"."

Ovenstående forklaringer går igen, når interviewpersonerne er blevet bedt om at forholde sig til, hvorfor de tror, at fritidsfiskerne generelt har været dårligere til at bruge redningsvest sammenlignet med andre grupper.

Fritidsfiskerne bliver beskrevet som værende svære at påvirke, bl.a. fordi en stor del af dem har fisket professionelt tidligere i deres liv og derfor har nogle faste vaner og rutiner ift. deres fiskeri. En informant siger:

*"De fleste fiskere, der er her, hvor jeg kommer fra, er gamle erhvervsfiskere, som er gået ud af fiskeriet, og som har købt sig en jolle. Der skal man virkelig være sig med at gå ned og sige: Jeg synes, det kunne være en god idé, hvis du tog redningsvest på. Dem skal man ikke komme og lære noget, det skal man være varsom med."* (Ambassadør)

Flere af de interviewede aktører gør opmærksom på, at en væsentlig forskel på fritidsfiskerne og fritidssejlerne er, at mange fritidsfiskere ikke engagerer sig i en klub eller en forening, og at de ofte fisker alene. Nogle har et fællesskab med andre fritidsfiskere i deres lokalområde, men

er ikke organiseret i en klub eller forening. Af den grund er der en del af fritidsfiskerne, som det ikke vil være muligt at nå via oplæg, demonstrationer eller andre arrangementer i klub- eller foreningsregi. En informant siger:

*"Fiskere engagerer sig ikke i en klub. Det er bare noget, de går og nulrer med nede på havnen og hygger sig, og så tager de ud og fisker engang imellem."* (Ambassadør)

Derfor vurderer flere informanter, at det i højere grad vil have en effekt, hvis man blandt fritidsfiskerne finder ambassadører, der interesserer sig for sikkerhed og bruger redningsvest, og som vil agere "det gode eksempel" overfor andre fritidsfiskere i området. Det bør være nogen, der enten allerede er lokalt kendte og ikke kommer "udefra", eller som har tid og lyst til at besøge dem flere gange.

*"Med fritidsfiskere er det eneste, der dur, og 90 % af arbejdet, at der er nogle, der vil sikkerhed og også vil være med til at synliggøre det."* (Ambassadør)

Der er dog også en del af fritidsfiskerne, der er organiseret i fritidsfiskerforeninger, og her oplever informanterne i højere grad en kultur blandt fritidsfiskerne, hvor det over de seneste år er blevet mere almindeligt at have fokus på sikkerheden og bruge redningsvest. Det skyldes bl.a. at bestyrelsen i foreningen har italesat sikkerhed, og at der er nogle derfra, som går forrest og agerer gode eksempler. Efter deres udsagn er denne kultur begyndt med, at nogle enkelte begyndte at italesætte det og drage fokus på det.

*"I vores lille jollehavn, har det sat rigtig mange ting i gang. De seneste tre år er antallet af fritidsfiskere, der bruger redningsvest, steget meget, meget markant. De er også blevet rigtig gode til at få deres veste kontrolleret og vedligeholdt."* (Ambassadør)

Dette stemmer overens med tallene fra årets observationsstudie, hvor fiskerne for første gang nogensinde er på niveau med de øvrige sejlere i deres brug af redningsvest. Det lader altså til, at der er findes områder, hvor der er sket en stor forbedring i fiskernes brug af redningsvest, mens der i andre stadig er meget plads til forbedring.

Informanterne, der har med disse fritidsfiskerforeninger at gøre, giver udtryk for, at de gerne ser flere oplæg fra SejlSikkert i foreningerne. Rådsmedlemmet fra Danske Fritidsfiskere og Dansk Amatørfiskerforening ser ligeledes, at deres lokalforeninger i højere grad inviterer SejlSikkert-instruktører til at holde oplæg. Det foreslås desuden, at man uddanner instruktører, der selv er fiskere, således at målgruppen oplever, at instruktøren kender til deres verden.

### Forslag til materialer og kommunikative greb

Det nævnes mange gange i interviewene, at det kan være en fordel at forsøge at appellere til målgruppens følelser i kampagnematerialer målrettet fritidsfiskere. Det foreslås flere gange, at man skal appellere til, at de tager redningsvesten på for deres families skyld, eller for at de kan agere et godt eksempel overfor børn eller børnebørn. Ligeledes gør flere opmærksom på, at man i nogle tilfælde kun kan få udbetalt en livsforsikring ved drukning, hvis man har haft redningsvest på, og at dette også er et argument, der kan virke overfor denne målgruppe.

Flere informanter mener desuden, at man bedst når gruppen ved at vise cases, som de kan se sig selv i. Det foreslås, at man laver videoer, der viser en realistisk situation, hvor en fisker sætter sit garn og falder overbord. Et andet forslag er videoer med fiskere, som har haft en ubehagelig oplevelse til søs og derfor er blevet mere opmærksomme på sikkerhed. Det understreges, at det er vigtigt, at videoerne er realistiske, og at de medvirkende ligner målgruppen, og det foreslås, at videoer som disse kan distribueres via Facebook.

En informant fremhæver Sejlsikkert's årlige observation af brugen af redningsvest, som et element, der er med til at skabe en god sikkerhedskultur blandt fritidsfiskerne i hans lokalområde. Han har oplevet, at observationerne har været med til at give dem ejerskab overfor Sejlsikkert-indsatsen, og at det har givet et positivt engagement, at foreningen har skulle stille med et hold af observatører. Desuden har det givet et fælles fokus på brugen af redningsvest.

Respondenterne i spørgeskemaet er blevet spurgt, hvordan de tror, man bedst kan højne sikkerhedskulturen blandt fritidsfiskerne. Følgende er et udvalg af besvarelserne (se Bilag 2 Tabel B2.24 og B2.27 for de fulde lister over besvarelser):

- "Fiskerne er meget rutineprægede og ønsker en let tilgang til sikkerhedsudstyr. Kunne der fabrikeres overalls med sikkerhed? Kunne der fabrikeres busseronne eller jakke med sikkerhed?"
- "En holdningsændring. Lad unge nye fiskere gå forrest. Tag kontakt til dem på deres uddannelsessteder"
- "Ved at hverve ambassadører i de lokale miljøer, der selv er fiskere. Ligesindede - lytter til ligesindede."
- "Her i butikken kører vi på deres følelser over for familien. At de gerne vil have dem hjem igen og deres børn ikke skal miste en far osv. Det giver dem noget at tænke over."

Derudover er der følgende forslag til konkrete materialer kommet op under interviewene:

- En selvstændig app eller en udvidelse af Sejlsikkert-app'en, som henvender sig til fiskere. Fx et kort, hvor de kan tegne ind, hvor de lagt deres redskaber, eller hvor de vil sejle hen næste gang (dette ville også skabe sikkerhed, fordi de kan komme mere direkte ud og hente deres materialer).



- Virtuelle klubhuse – lokale facebookgrupper, der er relateret til fiskeri i et givent område, hvor man over tid kan samle målgruppen. Her kan både fiskerne selv og SejlSikkert dele indhold.
- Visitkort til ambassadørerne, som de kan skrive deres navn og telefonnummer på samt evt. information om app, hjemmeside eller facebookgruppe. Der er for meget information på en flyer, og det skal være muligt at kunne få fat i den ambassadør, man har talt med.
- Materialer som kan bruges i fiskeri som fx en fiskekrog eller en balje.
- Sikkerhedsudstyr som ikke er til gene under fiskeri, fx redningsvest der er indbygget i waders eller anden beklædning.

## 4. OVERORDNEDE OVERVEJELSER OM SEJLSIKKERT-INDSATSEN FRA 2015-2020

Det følgende afsnit opsummerer evaluators overordnede vurdering af Sejlsikkert-indsatsens resultater fra indsatsens begyndelse i 2015 til 2020 samt evaluators anbefalinger til indsatsen fremover.

Sejlsikkert har gennem årene arbejdet med en femstrengt strategi til forandring af sikkerhedsadfærd til søs blandt fiskere og sejlere. De har bidraget med personlig inspiration med de årlige synlighedskampagner, digital massekommunikation, nudging i det fysiske havnemiljø, konkret kompetence-opbygning med oplæg og demonstrationer fra instruktørerne samt en platform af viden om risikoadfærd, brug af redningsvest og kommunikationsgreb.

I 2019 nåede Sejlsikkert det ønskede antal ambassadører, butiksambedører og instruktører. Der er således opbygget et stort og landsdækkende korps af mennesker, der alle arbejder på at udbrede budskaberne fra Sejlsikkert i deres lokalområde.

Dette er bl.a. kommet til udtryk i mange af landets havnemiljøer, hvor Sejlsikkerts kampagnematerialer er synlige. Her er der etableret en god kontakt til landets havnefogeder og sejlklubber, som støtter op om, at materialerne er synlige i deres fysiske havne-miljøer. Det store netværk af engagerede aktører har givet Sejlsikkert "license to operate" i mange af landets havne, hvilket har betydet stor synlighed og en unik og direkte adgang til den målgruppe af fiskere og sejlere, som ønskes nået. Dette har bl.a. betydet, at kendskabet til Sejlsikkert er steget markant over årene. Evaluator vurderer, at det opbyggede netværk er en stor styrke for Sejlsikkert, som giver en unik mulighed for at nå bredt ud i målgruppen af fiskere og sejlere i Danmark.

Sejlsikkerts årlige synlighedskampagner har på forskellig vis stræbt efter at skabe en holdnings- og adfærdændring omkring sikkerhed blandt fiskere og sejlere. Over årene er kampagnerne blevet modtaget overvejende positivt og har skabt stort kendskab til Sejlsikkert. De seneste tre års kampagner er blevet modtaget særligt positivt, og ambassadører og instruktører har i høj grad kunne bruge budskaberne om skipperansvar. Evaluator vurderer, at Sejlsikkert gennem årene har opbygget et stort sæt af kompetencer og viden om, hvilke kommunikationsgreb, der har været nødvendige på forskellige tidspunkter i indsatsen for at skabe synlighed omkring Sejlsikkert og appellere til målgruppen.

Det årligt tilbagevendende observationsstudie af brugen af vest har ikke kunne påvise en generel positiv udvikling i brugen af redningsvest siden indsatsens begyndelse i 2015. Studiet har dog bidraget med stor viden om, hvilke faktorer, der påvirker brugen af redningsvest. Selvom der ikke er sket en stigning i den faktiske brug af redningsvest, viser holdnings- og adfærdundersøgelsen fra 2019 desuden, at der siden Sejlsikkert-indsatsens begyndelse er sket en stigning i antallet af respondenter, der svarer, at de altid bruger redningsvest. Dette peger på, at der er kommet en øget sikkerhedsbevidsthed blandt målgruppen.

Både arbejdet med synlighedskampagnerne, det årlige observationsstudie og den gentagne holdnings- og adfærdsundersøgelse har desuden bidraget med et solidt vidensgrundlag om målgruppens sikkerhedsadfærd til søs og om kommunikationsgreb til påvirkning af sikkerhedsadfærd.

Endelig er det evaluators vurdering, at Sejlsikkert gennem årene har opbygget en stærk organisation med et velfungerede sekretariat. Man har udvist mod til at justere indsatsen og afprøve nye retninger, og sekretariatet har sammen med projektets andre aktører løbende reflekteret over projektet og sat nye ambitioner. Man har set potentialerne i det vidensgrundlag, der er blevet udviklet i forbindelse med evalueringen, og reflekteret over, hvordan det har kunne blive bragt spil ift. udvikling af nye materialer og budskaber i indsatsen. Sekretariatet har løbende revideret indsatsens retning og formålet at alliere sig med de rigtige samarbejdspartnere på de rigtige tidspunkter, bl.a. i forbindelse med udvikling af kampagner.

#### **4.1. Anbefalinger**

Med udgangspunkt i ovenstående resultater, anbefaler evaluator Sejlsikkert at gøre følgende:

- Fortsætte det store arbejde med at engagere og motivere ambassadører og instruktører til at være aktive i Sejlsikkert-indsatsen
- Forsat benytte den unikke adgang til målgruppen ved at være synlige i de fysiske havnemiljøer
- Fortsat arbejde for at styrke samarbejdet og forankringen i Sejlklubberne
- Arbejde for at styrke samarbejdet med rådsmedlemmerne i Søsportens Sikkerhedsråd og de regionale og lokale organisationer
- Fortsætte det årlige vestetællingsstudie, så det store vidensgrundlag om fiskere og sejleres brug af redningsvest holdes opdateret
- Arbejde med, hvordan man fremadrettet kan integrere den forebyggende indsats med redningstjenestens indsats

## Bilag 1

Intern survey for ambassadører, instruktører  
og samarbejdspartnere 2020

# 2020 SejlSikkert, ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere

## Kære ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere i SejlSikkert

Dette spørgeskema indeholder en række spørgsmål om din oplevelse af SejlSikkert. Spørgeskemaet er en del af en evaluering af SejlSikkert, som udføres af Als Research.

Evalueringen ser nærmere på, om SejlSikkert medfører en ændring i holdninger til og adfærd omkring sikkerhed til søs blandt fiskere og fritidssejlere. Derfor vil vi gerne spørge ind til din vurdering af SejlSikkers virkning samt dine erfaringer med at være en del af SejlSikkert-indsatsen enten som ambassadør, instruktør eller samarbejdspartner. Dine erfaringer er meget vigtige for, at Søsportens Sikkerhedsråd og TrygFonden kan foretage justeringer, der gør SejlSikkert-indsatsen endnu bedre.

Det tager ca. 10 minutter at udfylde spørgeskemaet, og ved at deltage kan du være med i lodtrækningen om én af de fem SejlSikkert-redningsveste, der udloddes.

Din besvarelse behandles fortroligt i henhold til persondatalovgivningen. Efter lodtrækningen af redningsveste slettes alle email-adresser fra besvarelserne, og data opbevares herefter i fuldt anonymiseret form. Undersøgelsen afrapporteres i anonymiseret form, og det vil ikke være muligt at identificere dig i afrapporteringen.

Du begynder din besvarelse ved at klikke på "Næste" nederst i højre hjørne.

*Tusind tak for din deltagelse!*

Med venlig hilsen

SejlSikkert

På vegne af Søsportens Sikkerhedsråd og TrygFonden



# SEJLSIKKERT

Spørgeskemaet indeholder 32 spørgsmål.

## Rolle i SejlSikkert

**Er du... \***

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Ambassadør
- Instruktør
- Formidler af SejlSikkert via din forretning/virksomhed (Butiksambassadør)
- Anden samarbejdspartner eks. medlem af Søsportens Sikkerhedsråd
- Andet

**Hvor længe har du været SejlSikkert ambassadør? \*****Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Siden 2015
- Siden 2016
- Siden 2017
- Siden 2018
- Siden 2019
- Siden 2020

## Aktiviteter

I det følgende vil du blive stillet nogle spørgsmål om dine erfaringer med at deltage i aktiviteter i SejlSikkert-regi.

### I hvilken grad vurderer du, at du har været aktiv som SejlSikkert ambassadør denne sæson? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Slet ikke
- I lav grad
- Hverken eller
- I nogen grad
- I høj grad

*Fx har uddelt materialer, deltaget i aktiviteter på din havn/i din forening eller selv har afholdt aktiviteter med fokus på sikkerhedskultur, talt med fritidssejlere og fiskere om sikkerhedskultur etc.*

### I hvor høj grad vurderer du, at du har været aktiv som SejlSikkert instruktør denne sæson? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Slet ikke
- I lav grad
- Hverken eller
- I nogen grad
- I høj grad

## Temakampagnen 2020

I det følgende vil du blive stillet en række spørgsmål om dine oplevelser med og vurdering af SejlSikkert temakampagnen 2020.

### Hvordan har du brugt materialerne, du har fået tilsendt i år? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg én eller flere:

- Jeg har brugt materialerne i et klublokale/på havnen
- Jeg har brugt materialer i forbindelse med en aktivitet på havnen
- Jeg har gået en runde på havnens broer og brugt materialer
- Jeg har brugt materialet i forbindelse med indmeldelse i havnen/klubben
- Jeg har brugt materialerne i forbindelse med undervisning (sejlerskole, duelighedsundervisning etc.)
- Jeg har lagt webbannere ud på klubbens hjemmeside (eller andre relevante hjemmesider)
- Jeg har ikke brugt dem endnu
- Andet:



## Oplever du, at der har været en positiv modtagelse af årets materialer blandt fiskere?

Materialerne nedenfor er en blanding af materialer, som automatisk er blevet tilsendt ambassadørerne og materialer, som man selv har skulle bestille.

Du bedes besvare spørgsmålet ud fra fiskeres modtagelse af materialerne.


Vælg et svar for hvert materiale

\*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var IKKE ved spørgsmål '5 [sp3]' (Hvordan har du brugt materialerne, du har fået tilsendt i år?) og Svaret var IKKE ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)


Vælg ét svar for hvert udsagn:

	Slet ikke	I lav grad	Hverken eller	I nogen grad	I høj grad	Kender ikke	Ved ikke/ikke relevant
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fiskerskilt

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Hey Skipper!-skilt

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Klistermærker

Slet ikke    I lav grad    Hverken eller    I nogen grad    I høj grad    Kender ikke    Ved ikke/ikke relevant



Plakater



Flyerholder med diverse flyers



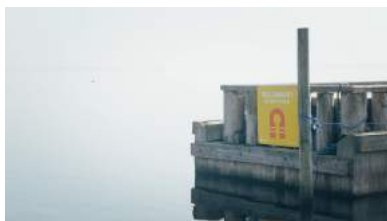
Skipperkasket



Emaljeskilt



Udsejlingskilt



Flag

Slet ikke	I lav grad	Hverken eller	I nogen grad	I høj grad	Kender ikke	Ved ikke/ikke relevant
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Oplever du, at der har været en positiv modtagelse af årets materialer blandt fritidssejlere?

Materialerne nedenfor er en blanding af materialer, som automatisk er blevet tilsendt ambassadørerne og materialer, som man selv har skulle bestille.

*Du bedes besvare spørgsmålet ud fra fritidssejleres modtagelse af materialerne.*


**Vælg et svar for hvert materiale**

\*

**Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var IKKE ved spørgsmål '5 [sp3]' (Hvordan har du brugt materialerne, du har fået tilsendt i år?) og Svaret var IKKE ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)


Vælg ét svar for hvert udsagn:

	Slet ikke	I lav grad	Hverken eller	I nogen grad	I høj grad	Kender ikke	Slet ikke/ikke relevant
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fiskerskilt

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Hey Skipper!-skilt

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Klistermærker

Slet ikke    I lav grad    Hverken eller    I nogen grad    I høj grad    Kender ikke    Slet ikke/ikke relevant



Plakater



Flyerholder med diverse flyers



Stander til båd





Skipperkasket



Emaljeskilt

	Slet ikke	I lav grad	Hverken eller	I nogen grad	I høj grad	Kender ikke	Slet ikke/ikke relevant
 <p>Udsejlingskilt</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 <p>Flag</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Hvordan vurderer du mængden af materialer opsat fysisk i din havn? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' eller 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Der kunne godt være mere
- Den er passende
- Der er for meget

### Har du kunne bruge budskaberne fra dette års SejlSikkert-kampagne for sejlere/fiskere? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' eller 'Instruktør' eller 'Formidler af SejlSikkert via din forretning/virksomhed (Butiksambassadør)' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Ja
- Nej
- Jeg kender ikke dette års SejlSikkert-kampagne
- Ved ikke

## Har du set årets kampagnofilm?



\*

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Ja
- Nej

## Hvis du har forslag til nogle nye materialer, så skriv dem gerne her

Skriv dit svar her:

## Samarbejdsflader

De følgende spørgsmål handler om samarbejdsfladerne mellem dig og andre aktører i SejlSikkert

### Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg én eller flere:

- Klubformand
- Sejlskoleleder
- Havnefoged
- Instruktør
- Andre ambassadører
- Nej, jeg har ikke samarbejdet med nogle af aktørerne

*Fx arrangeret aktiviteter sammen andre eller talt med andre om gode ideer til aktiviteter om sikkerhed til søs etc.*

### Oplever du, at det har været en succes at samarbejde med andre ambassadører? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var ved spørgsmål '12 [sp9]' (Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson? ) og Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Slet ikke
- I lav grad
- Hverken eller
- I nogen grad
- I høj grad

*Fx arrangeret aktiviteter sammen andre ambassadører eller talt med andre ambassadører om gode ideer til aktiviteter etc.*



**Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson?\* \*****Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg én eller flere:

- Klubformand
- Sejlskoleleder
- Havnefoged
- Ambassadører
- Andre instruktører
- Butik
- Nej, jeg har ikke samarbejdet med nogle af aktørerne

*Fx arrangeret aktiviteter sammen med andre eller talt med andre om gode ideer til aktiviteter om sikkerhed til søs etc.***Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson? \*****Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var 'Formidler af SejlSikkert via din forretning/virksomhed (Butiksambassadør)' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg én eller flere:

- Klubformand
- Sejlskoleleder
- Havnefoged
- Ambassadører
- Instruktører
- Nej, jeg har ikke samarbejdet med nogle af aktørerne

*Fx arrangeret aktiviteter sammen andre eller talt med andre om gode ideer til aktiviteter om sikkerhed til søs etc.***Hvis du har eventuelle idéer til forbedring af SejlSikkert-indsatsen, så skriv dem meget gerne her**

Skriv dit svar her:

Skriv dit svar her:

## Din vurdering af SejlSikkert-indsatsens virkning

De følgende spørgsmål handler om, hvordan du vurderer virkningen af SejlSikkert-indsatsen.

### Hvordan er dit samlede indtryk af kampagnen "Tak Skipper!"?



\*

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Meget dårligt
- Dårligt
- Hverken godt eller dårligt
- Godt
- Meget godt
- Kender ikke/husker ikke
- Ved ikke

### Hvis du har eventuelle idéer til forbedring af SejlSikkert-indsatsen, så skriv dem meget gerne her

Skriv dit svar her:

## SejlSikkerts fremtidige indsatsområder: Sikkerhedskultur i klubberne

Hos SejlSikkert vil vi fremover have endnu mere fokus på at bidrage til at højne sikkerhedskulturen i **klubberne**. Derfor vil vi bede dig svare på nogle spørgsmål om dette.

### I hvor høj grad oplever du, at klubben i dit lokalområde tager ansvar for sikkerheden? \*

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' eller 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Slet ikke
- I lav grad
- Hverken eller
- I nogen grad
- I høj grad

### Skriv gerne konkrete initiativer, som klubben i dit lokalområde har taget for at højne sikkerheden:

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' eller 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Skriv dit svar her:

**Hvad er efter din mening vigtigt for at have en god sikkerhedskultur i klubberne?**

**Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var 'Ambassadør' eller 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Skriv dit svar her:

**Hvordan kan man som ambassadør understøtte en god sikkerhedskultur i sin lokale klub?**

**Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Skriv dit svar her:

**Hvordan kan vi i SejlSikkert understøtte en god sikkerhedskultur i klubberne?**

**Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:**

Svaret var 'Ambassadør' eller 'Instruktør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Skriv dit svar her:

## SejlSikkerts fremtidige indsatsområder: Fiskere

Fremover vil vi også gerne have et større fokus på, hvordan vi kan højne sikkerhedskulturen hos **fiskerne**. Derfor vil vi bede dig svare på nogle spørgsmål om, hvordan du tror, vi bedst arbejder med sikkerhedskulturen hos denne gruppe.

### Hvad mener du er væsentligt for at højne fiskernes sikkerhedskultur?

Skriv dit svar her:

### Hvorfor tror du, at fiskere i mindre grad følger de 5 sejlråd sammenlignet med fritidssejlere?

Skriv dit svar her:

**Hvordan tænker du, at man som ambassadør særligt kan hjælpe fiskerne hen mod en bedre sikkerhedskultur?**

Svar kun på dette spørgsmål, hvis følgende betingelse(r) er opfyldt:

Svaret var 'Ambassadør' ved spørgsmål '1 [A1]' (Er du...)

Skriv dit svar her:

**Hvordan kan vi i SejlSikkert hjælpe fiskerne hen mod en bedre sikkerhedskultur?**

Skriv dit svar her:

## Oplysninger om dig

Til sidst har vi nogle spørgsmål til din baggrund.

### Angiv venligst om du primært er \*

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Fritidssejler
- Fisker
- Kajakroer
- Surfer
- Andet

### Angiv venligst om du er medlem af \*

Vælg én eller flere:

- Bestyrelsen på din havn
- Menig medlem af sejler/fiskerforening
- Bestyrelsen i din sejler/fiskerforening
- Ingen af delene

### Angiv venligst dit køn \*

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Kvinde
- Mand
- Ønsker ikke at svare

### Angiv venligst din alder \*

Vælg ét af følgende mulige svar:

- Under 30 år
- 30-39 år
- 40-49 år
- 50-59 år
- 60 år +

**Hvis du ønsker at deltage i lodtrækningen om én af de fem SejlSikkert-redningsveste, der udloddes, skal du notere din email-adresse her:**

Skriv dit svar her:

**Datasikkerhed**

Ved at opgive din email-adresse her, giver du Als Research tilladelse til fortroligt at behandle og opbevare din email-adresse ifm. lodtrækningen om redningsveste. De tre vinderes email-adresse deles med SejlSikkert med henblik på tildeling af præmien. Herefter slettes alle email-adresser. Du har ret til, til en hver tid, at trække dit samtykke tilbage, hvormed vi sletter din email-adresse, og du udgår af lodtrækningen. Ønsker du at tilbagetrække dit samtykke kontakt: [is@alsresearch.dk](mailto:is@alsresearch.dk)



*Tusind tak for din deltagelse!*

Med venlig hilsen

SejlSikkert

På vegne af Søsportens Sikkerhedsråd og TrygFonden



# SEJLSIKKERT

26-10-2020 – 11:28

Indsend spørgeskema

Tak for din deltagelse i undersøgelsen.

## Bilag 2

Besvarelser af intern survey for  
ambassadører, instruktører og  
samarbejdspartnere 2020

B2.1. Er du...	Antal	Procent
Ambassadør	113	78
Instruktør	17	12
Formidler af SejlSikkert via din forretning/virksomhed (Butiksambassadør)	8	6
Anden samarbejdspartner eks. medlem af Søsportens Sikkerhedsråd	0	0
Andet	6	4
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

B2.2. Hvor længe har du været SejlSikkert ambassadør?	Antal	Procent
Siden 2015	36	32
Siden 2016	25	22
Siden 2017	19	17
Siden 2018	22	19
Siden 2019	5	4
Siden 2020	6	5
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>99</b>

Note: Procenterne summer ikke til 100 grundet afrunding.

B2.3. I hvilken grad vurderer du, at du har været aktiv som SejlSikkert ambassadør denne sæson?	Antal	Procent
Slet ikke	1	1
I lav grad	34	30
Hverken eller	11	10
I nogen grad	55	49
I høj grad	12	11
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>101</b>

Note: Procenterne summer ikke til 100 grundet afrunding.

B2.4. I hvilken grad vurderer du, at du har været aktiv som SejlSikkert instruktør denne sæson?	Antal	Procent
Slet ikke	0	0
I lav grad	9	53
Hverken eller	0	0
I nogen grad	6	35
I høj grad	2	12
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

B2.5. Hvordan har du brugt materialerne, du har fået tilsendt i år?	Antal	Procent
Jeg har brugt materialerne i et klublokale/på havnen	85	77
Jeg har brugt materialer i forbindelse med en aktivitet på havnen	36	32
Jeg har gået en runde på havnens broer og brugt materialer	49	44
Jeg har brugt materialet i forbindelse med indmeldelse i havnen/klubben	14	13
Jeg har brugt materialerne i forbindelse med undervisning (sejlerskole, duelighedsundervisning etc.)	28	25
Jeg har lagt webbannere ud på klubbens hjemmeside (eller andre relevante hjemmesider)	10	9
Jeg har ikke brugt dem endnu	9	8
<b>Total</b>	<b>232</b>	<b>208</b>

Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)

B2.6. Oplever du, at der har været en positiv modtagelse af årets materialer blandt <u>fiskere</u> ?								
	Slet ikke	I lav grad	Hverken eller	I nogen grad	I høj grad	Kender ikke	Ved ikke/ikke relevant	Total
Fiskerskilt	3%	16%	10%	28%	21%	7%	16%	101%
Hey Skipper!-skilt	2%	10%	13%	28%	25%	7%	14%	99%
Klistermærker	7%	9%	18%	23%	16%	12%	16%	101%
Plakater	3%	11%	13%	30%	20%	8%	14%	99%
Flyerholder med diverse flyers	7%	12%	21%	27%	10%	8%	15%	100%
Skipperkasket	7%	4%	9%	18%	21%	13%	27%	99%
Emaljeskilt	10%	7%	7%	10%	15%	21%	30%	100%
Udsejlingsskilt	6%	4%	10%	16%	34%	11%	18%	99%
Flag	12%	5%	11%	15%	20%	14%	24%	101%

Note: Procenterne summer ikke til 100 grundet afrunding.

### B2.7. Oplever du, at der har været en positiv modtagelse af årets materialer blandt fritidssejlere?

	Slet ikke	I lav grad	Hverken eller	I nogen grad	I høj grad	Kender ikke	Ved ikke/ikke relevant	Total
Fiskerskilt	1%	5%	16%	28%	30%	8%	10%	98%
Hey Skipper!-skilt	1%	3%	7%	37%	39%	4%	8%	99%
Klistermærker	4%	4%	15%	33%	29%	5%	10%	100%
Plakater	3%	4%	12%	31%	36%	7%	8%	101%
Flyerholder med diverse flyers	7%	4%	16%	36%	20%	6%	10%	99%
Stander til båd	7%	6%	16%	19%	19%	12%	21%	100%
Skipperkasket	3%	8%	13%	16%	26%	13%	22%	101%
Emaljeskilt	9%	5%	12%	13%	14%	26%	21%	100%
Udsejlingsskilt	3%	1%	14%	20%	44%	7%	11%	100%
Flag	7%	4%	15%	18%	24%	16%	16%	100%

Note: Procenterne summer ikke til 100 grundet afrunding.

B2.8. Hvordan vurderer du mængden af materialer opsat fysisk i din havn?	Antal	Procent
Den er passende	91	70
Der er for meget	14	11
Der kunne godt være mere	25	19
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100</b>

B2.9. Har du kunne bruge budskaberne fra dette års SejlSikkert kampagne for sejlere/fiskere?	Antal	Procent
Ja	116	84
Nej	5	3
Jeg kender ikke dette års SejlSikkert-kampagne	4	4
Ved ikke	13	10
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>101</b>

Note: Procenterne summer ikke til 100 grundet afrunding.

B2.10. Har du set årets kampagnefilm?	Antal	Procent
Ja	101	70
Nej	43	30
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

B2.11. Hvis du har forslag til nogle nye materialer, så skriv dem gerne her
Digitale skilte på havnen. Naturligvis opsat i samarbejde med den lokale havn og kommune
De 5 sejlrådHvad er skipperansvar i overskriftformForebyggelse af brand
Institution, som kan lave sikkerhedstjek af lystbåde til små penge. Sikkerheden om bord er kaptajnens ansvar.
Poser som Havmiljøvogter. Nøgleringe, kuglepenne,
flere standere til klubberne til uddeling eller lægges på både!
Gerne kuglepenne eller caps til udlevering i butikken med budskabet
Materialerne er fine, men der er nok en vis usikkerhed blandt brugerne, foreningerne m.v. om hvordan man får fat i materialerne?

B2.12. Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson?	Antal	Procent
Klubformand	56	50
Sejlskoleleder	21	19
Havnefoged	50	44
Instruktør	22	19
Andre ambassadører	17	15
Nej, jeg har ikke samarbejdet med nogle af aktørerne	29	26
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>173</b>

Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)

B2.13. Oplever du, at det har været en succes at samarbejde med andre ambassadører?	Antal	Procent
Slet ikke	0	1
I lav grad	1	6
Hverken eller	3	18
I nogen grad	5	29
I høj grad	8	47
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

B2.14. Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson?	Antal	Procent
Klubformand	10	59
Sejlskoleleder	10	59
Havnefoged	11	65
Ambassadører	4	24
Andre instruktører	3	18
Butik	5	29
Nej, jeg har ikke samarbejdet med nogle af aktørerne	1	6
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>260</b>

*Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)*

B2.15. Har du samarbejdet med nogle af følgende aktører i denne sæson?	Antal	Procent
Klubformand	3	38
Sejlskoleleder	1	13
Havnefoged	3	38
Ambassadører	2	25
Instruktører	1	13
Nej, jeg har ikke samarbejdet med nogle af aktørerne	3	38
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>165</b>

*Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)*

**B2.16. Hvis du har eventuelle idéer til forbedring af Sejsikkert indsatsen, så skriv dem meget gerne her**

Digitale skilte Flere live øvelser
Vi har hvert år en sikkerheds aften hvor vi samler folk op af vandet fra en sejlbåd. i år var der 3 både og 3 personer i vandet. I klubben gennemgår vi efterfølgende sikkerhedsudstyr.
Forebyggelse af brand om bord og brandbekæmpelse Temaaften om skipperansvar, når familien sejler ud og kun en af de voksne kan sejle
Vigtigt at havnen er positiv medspiller.
Bådudstørsbutikkerne har dialog med sejlerne hver dag, flere besøg til butikkerne vil øge butikernes awareness om Sejsikkeret og de 5 sejlråd
Det vi har fungerer godt
!
Bekendtgørelsen om at redningsvesten kun skal ligge i båden til hver person hjælper ikke meget. Hvis man er faldet over bord og båden driver, hjælper den ikke meget når man ligger i vandet og vesten er om bord.
Nej
Efter 20 år i politiets MarSikPol ville jeg gerne have yderligere oplysninger, når der sker en ulykke. Der mangler meget ofte basale oplysninger om vest, waders, årsag til ulykken m.v. Så flere oplysninger!
Skriv direkte ud til formand for sejklub

<b>B2.17. Hvordan er dit samlede indtryk af kampagnen "Tak Skipper!"?</b>	<b>Antal</b>	<b>Procent</b>
Meget dårligt	0	0
Dårligt	0	0
Hverken godt eller dårligt	20	14
Godt	63	44
Meget godt	58	40
Kender ikke/husker ikke	2	1
Ved ikke	1	1
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100</b>



**B2.18. Hvis du har eventuelle idéer til forbedring af SejsSikkert indsatsen, så skriv dem meget gerne her**

husker ikke
Husker ikke
Temaaftener og dels brandbekæmpelse og forebygning heraf og dels mere fokus på skipperansvar når familien sejler ud
Skær ned på mængden af materialer. Sejlerne kan ikke se "skoven for bare træer". Ligger der én folder som de kan tage med, er det nemmere. Ligger der mange, skal de til at tage stilling og så tager de slet ingen.
Synes vi skal fortsætte med at være synlige i branchen og på havnene.
Der er stadig usikkerhed om skipperens ansvar!

<b>B2.19. I hvor høj grad oplever du, at klubben i dit lokalområde tager ansvar for sikkerheden?</b>	<b>Antal</b>	<b>Procent</b>
Slet ikke	1	1
I lav grad	13	10
Hverken eller	14	11
I nogen grad	62	48
I høj grad	40	31
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>101</b>

Note: Procenterne summer ikke til 100 grundet afrunding.

**B2.20. Skriv gerne konkrete initiativer, som klubben i dit lokalområde har taget for at højne sikkerheden:**

Dialog på baggrund af foredrag fra sejsikkert instruktører
Vi er i Hobro sikker havn med stiger, redningsudstyr på broerne og et tov i vandkanden langs broerne
dels gennem flere sejsikkert arrangementer med fokus på enkelte temaaftener og brush up aftener, plakater i klubhus og på havnen
Standerhejsning og kurser
Redningsudstyr på alle broerSikkerhedslinier under hver broopsat modtaget materiale i klubhus

### B2.21. Hvad er efter din mening vigtigt for at have en god sikkerhedskultur i klubberne?

At nogen går forrest mht redningsveste og andre relevante søsikkerhedsudstyr seriøse ledere - gerne folk med en professionel indstilling til sejlads.

At flere ville bruge redningsvest også på fjorden.

At få alle fritidssejlere til at bære redningsvest, samt at sejlerne ved hvordan de kan få hjælp i nødsituationer og at hver enkelt båd har de fornødne kommunikationsmidler

At medlemmerne følger sikkerhedsopfordringerne

Et godt kammeratskab

Generelt syntes jeg at sikkerheden er i top, dog er det enkelte man ikke kan komme i kontakt med.

At blive ved med at påtale brug af regningsvest ved f.eks alle sejlads startet i klubregi

Forståelse og til tider holdings ændring

### B2.22. Hvordan kan man som ambassadør understøtte en god sikkerhedskultur i sin lokale klub?

Ved selv at bære redningsvest

Oplysninger og forsigtig krav

### B2.23. Hvordan kan vi i SejlSikkert understøtte en god sikkerhedskultur i klubberne?

fortsætte kampagnen, kører spots i TV - og yderligere information.

Få flere havne sikkerheds godkent og gøre det obligatorisk for disse havne at lave et sikkerheds arrangement med folk i vandet, en gang om året.

Fortsat temaaftener i klubberne og deltagelse i enkeltbegivenheder hvor fritidssejlerne kommer

Fortsætte med at fremsende materiale

I har allerede gjort meget. Jeres fornyelse af kampagner hvert år øger interessen.

Oplysning

Dialog med formand og havnefog

B2.24. Hvad mener du er væsentligt for at højne fiskernes sikkerhedskultur?
at de lærer at tage redningsvest på
En holdningsændring. Lad unge nye fiskere gå forrestTaKontakt til dem på deres uddannelses steder
få dem i tale og etablere dialog. Det er svært.
En kulturændring
Nudging, de skal prikkes til hele tiden
At få fiskerne i tale. Hidtil er det ikke lykkedes mig. Dog har jeg hjulpet enkelte fiskere.
Lokalforankring af sikkerhedskultur i det enkelte bådlaug/Havn/Klub
Information
Der er det et problem, det de altid har gjort, bliver de ved med og de nye som kommer til, ser efter de gamle, så det vil tage lang tid.
Dialog selv om det er vanskelig.Medlemmerne holder sig meget for dem selv - kender ikke deres klubdage
Jeg mener det er med til at øge fokus på sikkerheden og gør at man "prikker" til den enkelte fiskers samvittighed.
Få dem til at relatere til deres pårørende.
Bred budskabet via fiskerne brancheforeninger og andre forsyningkæder, både for de professionelle og fritidsfiskerne
Gilleleje Havn er Sjællands største fiskerihavn. Og det er her jeg har butik. Erhvervsfiskerne er meget opmærksomme på sikkerhed til søs. Og derfor er der ikke rigtigt noget de ikke er fuldstændig opdateret på. Det er lidt anderledes med Fritidsfiskerne.
Samarbejd med forsikringselskaberne om at vesten skal bæres hele tiden under sejlads.
oplysning oplysning
Ja
Fiskerne er meget rutineprægede og ønsker en let tilgang til sikkerhedsudstyr. Kunne der fabrikeres overalls med sikkerhed? Kunne der fabrikeres busseronne eller jakke med sikkerhed?
Empati og kunne tale fiskernes sprog !Forståelse for dette område!Det er små både- og ikke en sejlbåd.
Vedr. fritidsfiskere. Forsøg at få bedre "fat" i kystfiskere, samt de fiskere der blot sejler ud fra kysten i små gummibåde. Dem ser vi ikke i hverken klubber eller grejbutikker.
fordrag måske

B2.25. Hvorfor tror du, at fiskere i mindre grad følger de 5 sejlråd sammenlignet med fritidssejlere?
ja åbenbart tror de kan flyve
"Sådan har vi altid gjort""Det plejer vi ikke"Erhvervskulturen i fiskeriet "som fisker går man ikke med den slags"
manglende erkendelse af alvoren af at sejle til søs. Det er ikke "IN" at snakke sikkerhed som fisker.
De tror at de ved bedre
Aldersbetinget, fritidsfiskere er generelt oppe i alderen
Gammel vane, lidt forstokket indstilling, bekvemmelighed
Det er min opfattelse af de ikke er organiserede og derfor ikke har meget erfa-udveksling og sikkerhed
De er "autonome" og gør det de "plejer" at gøre. Dermed mindskes opmærksomheden på sikkerheden
Fiskere på store både føler sig trygge bag høj kant.(fritids)-fiskere i småbåde tror jeg nu er blevet bare lidt bedre...
Det ved jeg ikke
Gammel vane.
Mange er ikke sejlere og er kun på søen i godt vejr - efter eget udsagn!
Gamle og dårlige vaner - men syntes at der er mere fokus på sikkerheden og sejlrådende end der har været tidligere
"Jeg har sejlet i mange år." "Jeg kender havet""Jeg kender min båd"Osv. osv.
pas
Erhvervsfiskerne er ret opmærksomme på sikkerhed til søs. De har årlige syn på fartøjerne foranlediget af Søfartsstyrelsen. De får opdateret pyroteknik, efterset redningsflåder, efterset brandslukningsmateriel og redningsdragter samt veste. Så jeg oplever se ikke at Erhvervsfiskerne er "bagud" på sikkerheden. Noget fuldstændigt andet er FRITIDSFISKERNE. Der oplever jeg i høj grad at der bliver set gennem fingre med søsikkerheden.
En del bærer ikke vest,- men det er blevet bedre i Dansk Fritidsfiskerforbund hvor de kollektivt er forsikret for 200.000,- kr. til de pårørende. Men kun hvis de i tilfælde af drukning har haft den på
mange har sejlet i mange år
Nej
De arbejder meget rutinepræget, og er måske ikke opmærksomme på glat dæk, pludselig høj bølge, spiritusindtagelse, brug af sikkerhedsudstyr, deres alder m.v.
Nej-
De føler sig mere "professionelle".
Redningsvest

**B2.26. Hvordan tænker du, at man som ambassadør særligt kan hjælpe fiskerne hen mod en bedre sikkerhedskultur?**

at man siger til alle fiskere at de skal huske at tage redningsvesten på

**B2.27. Hvordan kan vi i SejlSikkert hjælpe fiskerne hen mod en bedre sikkerhedskultur?**

Oplysning på deres niveau Deres uddannelses steder ( som tidligere nævnt )

fortsætte med oplysningskampagner

Få et par fiskere i hver klub involveret. De skal brænde for sikkerhed

Samarbejde med fiskerikontrollen

Nudging!

Ingen ideer.

I anden sammenhæng underviste jeg en flok fritidsfiskere i speedbåds-certifikat. Mange har ikke speedbåds-certifikat dels fordi deres båd ikke kræver det, dels fordi det for dem er besværligt at tage det. Jeg flettede de 5 sejlråd ind i undervisningen, fritidsfiskerne lyttede og tog rådene til sig. Samtlige udførte kontrol på deres oppustelige veste og ville begynde at bruge dem.

Vi har desværre kun få fiskere i vores havn, men har vi til gængæld fat i.

Oplysning. Måske skal der ske en ulykke før de forstår.

Dialog med deres hovedforbund - hvis det findes!

Ved at hverve ambassadører i de lokale miljøer, der selv er fiskere. Ligesindede - lytter til ligesindede.

Her i butikken kører vi på deres følelser over for familien. At de gerne vil have dem hjem igen og deres børn ikke skal miste en far osv. Det giver dem noget at tænke over.

Fortsæt med synligheden

Erhvervsfiskeriet er ret godt opdateret på søsikkerhed. Tænk på at de er på havet mellem 200-300 dage om ÅRET. Mange lystsejlere skal bruge 10 år på at være på havet 200-300 dage. Så erhvervsfiskerne har en udemærket sikkerhedskultur. Det kniber mere med Fritidsfiskerne. Det fiskeri de driver - det driver de jo i fritiden. Og de er bestemt ikke opdateret på Søsikkerhed. Det ses jo også ofte i Ulykkesstatistikkerne. Fritidsfiskerne tegner sig for en stor del af de forulykkede.

De kan "Gå forrest" og sige at vesten skal være på under al sejlads.

måske samle dem til korte kurser

Ved ikke

Fortsætte kampagnen! Vi skal også oplyse fiskerne om årsagerne til ulykker - så detaljeret som muligt.

Lav en pakke - evt i samråd med foreningen af fritidsfiskere.

måske mere direkte kontakt til fiskerne

B2.28. Angiv venligst om du primært er	Antal	Procent
Fritidssejler	86	60
Fisker	27	19
Kajakroer	4	3
Surfer	2	1
Andet	25	17
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

B2.29. Angiv venligst om du medlem af	Antal	Procent
Bestyrelsen for din havn	26	18
Menig medlem af sejler/fiskerforening	61	42
Bestyrelsen i din sejler/fiskerforening	32	22
Ingen af delene	37	26
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>108</b>

*Note: Det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)*

B2.30. Angiv venligst dit køn	Antal	Procent
Kvinde	10	7
Mand	134	93
Ønsker ikke at svare	0	0
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

B2.31. Angiv venligst din alder	Antal	Procent
Under 30 år	4	3
30-39 år	5	3
40-49 år	16	11
50-59 år	37	26
60 år +	82	57
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100</b>