

RAPPORT

Evaluering af SejlSikkert 2019



1. Baggrund og formål	2
2. Opsummering af resultater	3
3. Brugen af vest 2015 - 2019	6
3.1 Hvem var på havet?	7
3.2 Hvem havde vest på?	10
3.3 Faktorer med betydning for brugen af vest.....	14
4. Holdninger til sikkerhed og adfærd på havet	22
4.1 Hvem har besvaret spørgeskemaet?	22
4.2 Adfærd på havet og De 5 sejlråd	24
4.3 Holdninger til sikkerhed.....	34
4.4 Behov ift. kampagnen.....	45
5. Generelt kendskab til og vurdering af kampagnen blandt målgrupperne.....	47
5.1 Kendskab til SejlSikkert.....	47
5.2 Kendskab til kampagneelementer	50
5.3 Vurdering af kampagnematerialer	55
6. Intern evaluering – ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere	58
6.1 Aktivitetsniveau og motivation.....	58
6.2 Introduktion til rollen som ambassadør	65
6.3 Aktørernes brug af materialer	67
6.4 Samarbejde mellem aktører	71
6.5 Brug af instruktørkorpset	73
6.6 Samarbejde med SejlSikkert-sekretariatet	75
6.7 Aktørernes vurdering af SejlSikkert-kampagnen	76

Bilag 1 – Spørgeskema fra holdnings- og adfærdsundersøgelse 2019

Bilag 2 – Frekvenstabeller fra holdnings- og adfærdsundersøgelse 2019

Bilag 3 – Respondenternes beskrivelser af alvorlige situationer på havet

Bilag 4 – Respondenternes beskrivelser af livstruende situationer på havet

Bilag 5 – Spørgeskema fra undersøgelse blandt SejlSikkert-aktører

Bilag 6 – Frekvenstabeller fra undersøgelse blandt SejlSikkert-aktører

Bilag 7 – Kommentarer til at bede alle om bord om at bære vest

Bilag 8 – Respondenternes forslag til, hvordan man bedst fremmer sikkerhed til søs

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 fritidssejlskibe 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. 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 årlige målrettede temakampanjer og udvikling af målgruppespecifikke materialer samt opbygning af et ambassadørnetværk og instruktørkorps. Sejlsikkert temakampagnen i 2019 har titlen *Hey Skipper! Ta' Skipper ansvar* og har haft særligt fokus på skippers ansvar for, at alle ombord bærer vest. Fokus har været på fysiske materialer i havnen og omkring bådene, som kan påvirke målgruppens adfærd på det rette tidspunkt – nemlig lige inden de sejler ud. Temakampagnen i 2019 har desuden indeholdt forskellige digitale elementer til sociale medier.

Als Research forestår evalueringen af Sejlsikkert i perioden 2015-2020. Evalueringen måler både på, om der samlet set er sket en *adfærdsændring* i form af, at flere anvender redningsvest, og om, der er sket en *holdningsændring* i forhold til sikkerhedskultur (De 5 sejlråd) hos målgruppen. Dertil består evalueringen af erfaringsopsamling fra kampagnens ambassadører, instruktører og samarbejdspartnere.

Denne rapport samler resultatet af årets tre delundersøgelser:

1. Resultater af observationsstudiet fra 2019 om brugen af redningsvest. Resultaterne sammenlignes med resultaterne fra 2015, 2016, 2017 og 2018.
2. Resultater af survey-undersøgelsen fra 2019 om holdninger og adfærd ift. sikkerhed på vandet samt kendskab til Sejlsikkert-indsatsen sammenlignet med resultaterne fra 2015 og 2017.
3. Resultater af survey-undersøgelsen med ambassadører, instruktører og butiksambedører fra 2019 sammenlignet med resultaterne fra 2016, 2017 og 2018.

Ansvar for resultater og konklusioner påhviler alene Als Research.



Jacob Als Thomsen

Adm. direktør og chefkonsulent, Als Research

2. OPSUMMERING AF RESULTATER

Adoptering af budskaberne om De 5 Sejlråd

Sejlrådet *Brug vesten* har siden begyndelsen været helt centralt i SejlSikkert-kampagnen. I evalueringen er adopteringen af dette sejlråd hos målgruppen blevet fulgt via de årlige observationsstudier af brugen af vest samt via den landsdækkende adfærds- og holdningsundersøgelse blandt målgruppen, som er foretaget i 2015, 2017 og 2019.

52 % af de observerede personer i de 15 observationshavne bar vest på observationsdagene i 2019. Det er en stigning på 10 procentpoint siden 2018. Samlet set er der imidlertid ikke sket en stigning i den observerede brug af vest siden baseline i 2015, hvor 55 % bar vest.

Observationsstudierne af brugen af vest har også vist at bl.a. køn, alder, type af fartøj og vejret har betydning for brugen af vest. Social påvirkning besætningsmedlemmerne imellem har ligeledes betydning for brugen af redningsvest. Ses alene på både med mere end ét besætningsmedlem, gælder det for næsten alle både, at *alle* eller *ingen* personer ombord bærer vest. Der er sket en stigning i andelen af både med mere end ét besætningsmedlem, hvor alle bærer vest på 14 procentpoint siden 2018. Andelen af både med mere end ét besætningsmedlem, hvor ingen bærer vest er omvendt i år faldet med 13 procentpoint. En del af stigningen i brugen af vest i 2019 siden 2018 synes således at være forbundet med, at det i højere grad forekommer, at alle om bord bærer vest. Budskabet om at tage skipperansvar og bede alle ombord om at bære vest har således muligvis haft en positiv indflydelse på resultatet af observationsstudiet.

På trods af, at der ikke umiddelbart kan spores en observeret stigning i brugen af vest siden baseline i 2015, er målgruppens selvrapporterede brug af vest steget støt siden baselinemålingen i 2015. I 2019 er det 2/3 sejlere og fiskere, der svarer, at de *altid* bruger vest, når de er på vandet. Dette er en stigning på 20 % siden 2015. Det synes således at være lykkedes at ændre målgruppens holdning til og opmærksomhed på sejlrådet *Brug vesten* markant. Samtidig findes der et ønske blandt en stor del af målgruppen om at blive bedre til at bruge vest. Det er således sandsynligt, at det via fortsat kampagneindsat kan lykkedes at få både den selvrapporterede og observerede brug af vest endnu højere op.

86 % af skipperne i spørgeskemaundersøgelsen svarer desuden, at de tager skipperansvar og sørger for, at alle ombord har vest på. Dette stemmer umiddelbart ikke overens med observationsstudierne, som viser, at ingen bar vest på 39 % af de observerede både på observationsdagene i 2019. Spørgeskemaundersøgelsen peger dog på, at der blandt skippere er en stor bevidsthed om skipperansvar, og at langt størstedelen har en opfattelse af, at de sørger for, at alle bruger vest ombord. Der synes ikke umiddelbart at være nogen barriere for at tage skipperansvar i det hele taget, da næsten alle skippere i undersøgelsen svarer, at de ikke har noget problem med at skulle bede andre ombord om at tage vest på, og stort set alle

respondenterne synes, at det er rimeligt, at skipper forlanger, at alle ombord bærer vest. Det anbefales derfor, at fokus på skipperansvar fortsættes i Sejlsikkert-indsatsen.

I relation til de øvrige sejlråd *Lær at sejle*, *Hold dit grej i orden*, *Hav en livline til land* og *Planlæg din tur*, er der ikke sket væsentlige positive ændringer, og andelen af respondenterne, der har adopteret disse sejlråd er overordnet set på niveau med 2015 eller en lille smule dårligere. Det bør i den forbindelse nævnes, at respondentgruppen i 2019 har en lidt mindre andel af meget erfarne sejlere og lidt færre medlemmer af en sejler- eller fiskerforening. Den samlede respondentgruppe udgøres således i år muligvis af lidt mindre engagerede sejlere sammenlignet med 2017 og 2015, hvilket kan have betydning for adopteringen af sejlrådene.

Myter og barrierer for sikkerhed til søs

Der findes fortsat myter om, hvornår man er sikker til søs. Ca. 1/3 har i 2019 eksempelvis svaret, at *vesten er mindre vigtig, når vejret er godt*, som grund til ikke at bære vest. I 2015 var det imidlertid mere end halvdelen, der angav denne myte, som forklaring på ikke at bære vest. Sejlsikkerts fokus på, at vesten også er vigtig i godt vejr, synes således i højere grad at have slået igennem hos målgruppen.

40 % af de respondenter, der ikke altid bærer vest, angiver desuden, at en grund hertil er, at de føler sig sikker i deres båd. Det er primært ejere af kuttere og motorbåde, som angiver dette. 1/5 svarer, at en grund til ikke at bære vest er, at man er flere om bord, der kan redde hinanden. Undersøgelsen i 2019 peger således i retning af, at der er nogle yderligere myter om sikkerhed, som er medvirkende til manglende brug af vest, som kampagnen med fordel kan have for øje fremover.

Som det også er vist i tidligere evalueringer, synes der at være størst barrierer for sikkerhed blandt mænd, fiskere og erfarne sejlere.

Målgruppens eksponering for og vurdering af Sejlsikkert

Kendskabet til Sejlsikkert er steget med 80 % siden 2015, og omkring 3/5 personer i målgruppen kender Sejlsikkert i 2019. Mange fra målgruppen har set materialerne ude på havnene, og næsten 9/10 ambassadører, instruktører og butiksambassadører har et *godt* eller *meget godt* indtryk af årets temakampagne "Hey skipper! Ta' skipperansvar". Årets temakampagne er dermed den, som på tværs af årene vurderes bedst af aktørerne.

Årets temakampagne har været præget af i endnu højere grad at være til stede i det fysiske miljø på havnene i form af bl.a. skilte, flag og klistermærker. Mange fra målgruppen har set materialerne – særligt *Hey Skipper-Skiltene* og *udsejlingskiltene* er blevet set af mange.

Sejlsikkert-ambassadører, -instruktører og -butiksambedassadører vurderer i høj grad, at materialerne er blevet modtaget positivt af fritidssejlerne. De vurderer, at *Hey Skipper-Skiltene* og *udsejlingsskiltene* er de materialer, som har fået den bedste modtagelse af fritidssejlerne. Denne tendens gør sig også gældende for modtagelsen af materialerne blandt fiskere, omend aktørerne vurderer, at fiskerne generelt tager mindre positivt imod alle materialerne.

Blandt målgruppen er det ¼ som finder årets materialer *adfærdsændrende* og *holdningsændrende*, hvilket er en væsentlig forbedring sammenlignet med 2015, hvor kun 8 % af respondenterne angav, at materialet var holdningsændrende. Årets temakampagne, som i høj grad har gjort sig gældende på havnene og nær målgruppens både, synes således at have nået samt givet et bedre indtryk hos målgruppen sammenlignet med tidligere års temakampagner. Årets kampagne har også i meget højere grad end i 2015 fået respondenterne til at være mere opmærksomme på sikkerhed til søs.

Årets særlige fokus på skipperansvar synes dertil at være fint i tråd med målgruppen, og der er, som før nævnt, ikke umiddelbart nogen modstand fra hverken skippere eller gaster omkring at bede andre eller at blive bedt om at tage vest på.

Intern evaluering – hvordan går det med aktørerne?

Målet om at have 60 butiksambedassadører, 450 ambassadører, 25 instruktører som en del af Sejlsikkert-indsatsen er nået. 4 ud af 5 ambassadører i undersøgelsen vurderer, at de i denne sæson *i nogen grad* eller *i høj grad* har været aktive som ambassadører. Det samme gælder for alle instruktørerne i undersøgelsen.

Næsten 3/4 ambassadører ønsker at uddele og hænge materialer op. Det er desuden 87 % af ambassadørerne, som vurderer, at det at Sejlsikkert-materialer bliver brugt ude i det fysiske miljø på havnen, kan medvirke til at forbedre sikkerheden til søs. Det er en stigning på 10 procentpoint siden 2018. Der er desuden sket en væsentlig stigning i andelen af ambassadører, der har gået en runde på havnens broer og uddelt materialer, hvilket ca. halvdelen af ambassadørerne har gjort i 2019 (13 % i 2016). Ambassadørerne synes således at være enige i, at det er fornuftigt, at temakampagnen i 2019 har haft fokus på netop materialer til adfærdsændring i det fysiske miljø, og støtter op om dette.

Foruden tilfredshed med årets temakampagne er ambassadørerne i survey-undersøgelsen generelt tilfredse med samarbejdet med Sejlsikkert-sekretariatet.

3. BRUGEN AF VEST 2015 - 2019

I sensommeren 2015, 2016, 2017, 2018 og 2019 er der, som en del af evalueringen af SejlSikkert, blevet gennemført 2-dages observationsstudier i 15 danske havne. Formålet har været at få indikation på, hvor stor en andel af sejlere og fiskere, der bærer vest, når de sejler ud og ind af havnene i Danmark.

Observationsstudierne er blevet udført af en række lokale observatører i de pågældende havne, som sammen med familie, klassekammerater, klubmedlemmer eller foreningsfæller har forestået observationerne. Der skal rettes en stor tak til dem alle. De har bidraget med at indsamle over 27.000 observationer i løbet af årene. De tre observationsstudier i de 15 havne i 2015 - 2019 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 særligt 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. Havnene er udvalgt med henblik på at opnå en spredning i geografi, størrelsen på havnene, og om der primært er tale om en fisker- eller sejlerhavn. De udvalgte havne er gennemgående for hele evalueringsperioden og er følgende: Assens, Brøndby, Ebeltoft, Fåborg, Grenå, Helsingør, Horsens, Karrebæksminde, Kerteminde, Køge, Middelfart, Nibe, Rudkøbing, Skive og Svanemøllen.

Observationerne i 2019 fandt sted fredag d. 30. august fra kl. 13:00-20:00 og søndag d. 1. september fra kl. 07:00-20:00. En undtagelse er Ebeltoft havn, hvor observationerne i år, grundet praktiske omstændigheder, alene fandt sted søndag d. 1. september¹. 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 hervedningen af observatører, som alle inden observationsdagene har modtaget vejledning i, hvordan de tilsendte observationskemaer 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

¹ Grundet det forholdsvis lave antal observationer, der generelt er og har været i Ebeltoft, vurderes dette ikke at have afgørende betydning for de samlede konklusioner.

havne på de pågældende observationstidspunkter er blevet registreret, dette indebærer både danske og udenlandske fartøjer.

3.1 Hvem var på havet?

På observationsdagene i 2019 blev der observeret 4562 personer i 2062 forskellige både i de 15 havne. Det er færre end i 2018, hvor der blev observeret 6723 personer i 3186 forskellige både, men markant flere end i 2015 og 2016, hvor der blev observeret hhv. 4184 personer i 1970 forskellige både og 3254 personer i 1593 forskellige både.

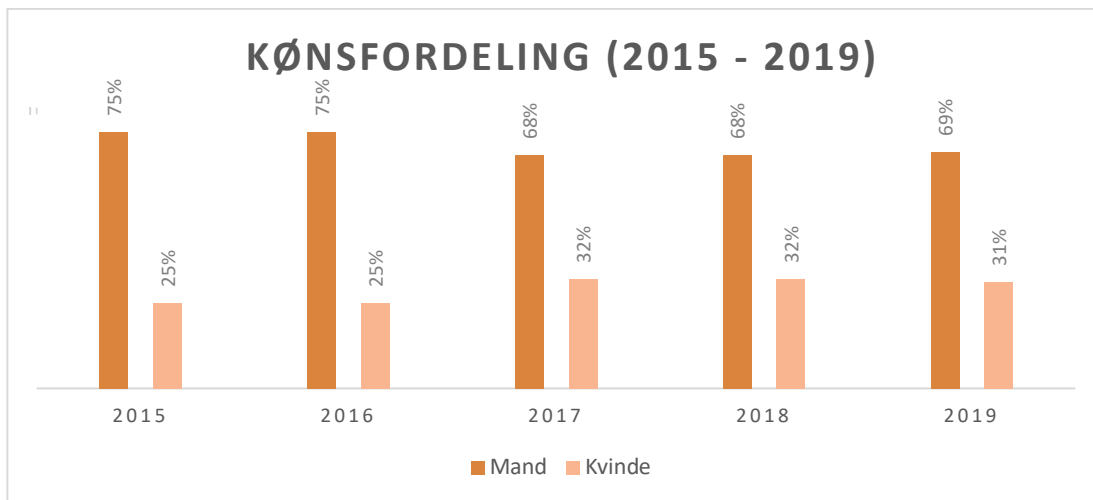
Den travleste havn i 2019 var ligesom i 2017 og 2015 Svanemøllen havn med 1285 observerede personer på 499 forskellige både. Den mindst travle havn i 2019 var, ligesom i 2018, Grenå med 45 observerede personer på 21 forskellige både. I 2018 var Grenå ligeledes den mindst travle havn med 61 observerede personer på 30 forskellige både.

I 2019 var der om søndagen ca. dobbelt så mange observationer (2918) som om fredagen (1628), hvilket kan hænge sammen med, at tidsrummet for observation ligger fra kl. 13.00-20.00 om fredagen, hvormed tidsrummet er noget kortere end om søndagen. Aktivitetsniveauet i 2019 ligner det fra 2015, 2017 og 2018, mens aktivitetsniveauet i 2016 skiller sig ud, da aktiviteten her var mere ligeligt fordelt mellem dagene.

I 2019 var det travleste tidspunkt om fredagen fra kl. 17-20, og om søndagen var det fra kl. 13-15. I 2018, 2017 og 2016 var det travleste tidspunkt om fredagen ligeledes 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 2015.

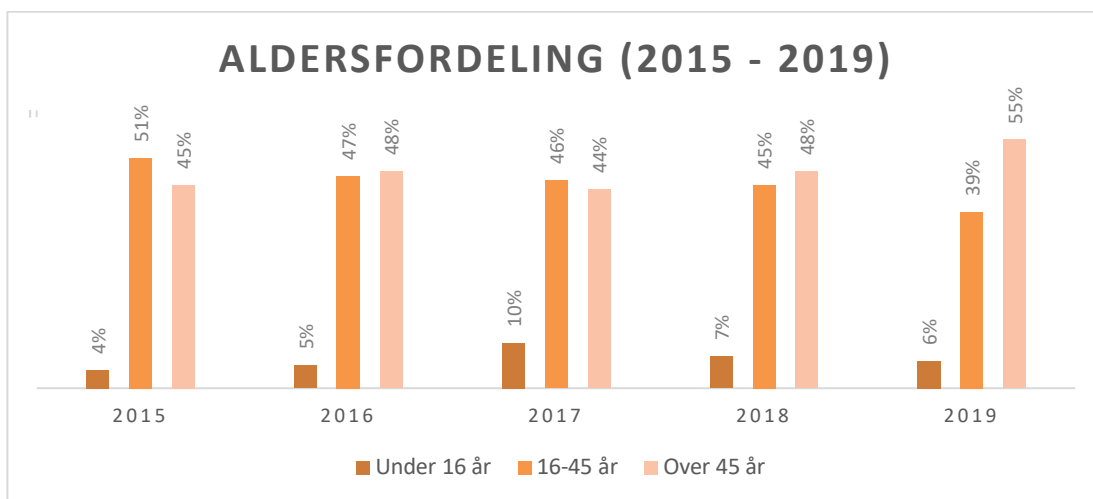
Figur 1 viser kønsfordelingen blandt de observerede personer i perioden 2015-2019. I 2019 var 69 % af de observerede personer mænd og 31 % kvinder. Dette ligner derfor kønsfordelingen i 2018 og 2017, hvor 32 % var kvinder og 68 % var mænd. Kønsfordelingen er dog signifikant forskellig fra kønsfordelingen i 2016 og 2015, hvor der var 75 % mænd og 25 % kvinder blandt de observerede personer.

Figur 1



Figur 2 viser aldersfordelingen blandt personer på havet i perioden 2015-2019. I 2019 var 6 % af de observerede personer under 16 år, 39 % var mellem 16 og 45 år, mens 55 % var over 45 år. Aldersfordelingen ligner i store træk den fra de tidligere år, men andelen af over 45-årige observerede personer er dog steget med 7 procentpoint siden 2018, mens andelen af 16 – 45-årige er faldet med 6 procentpoint.

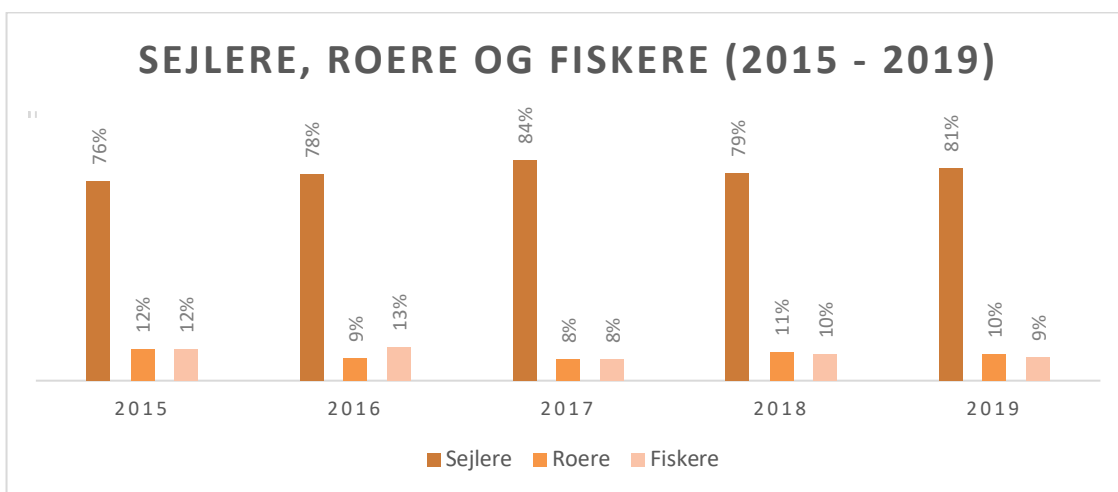
Figur 2



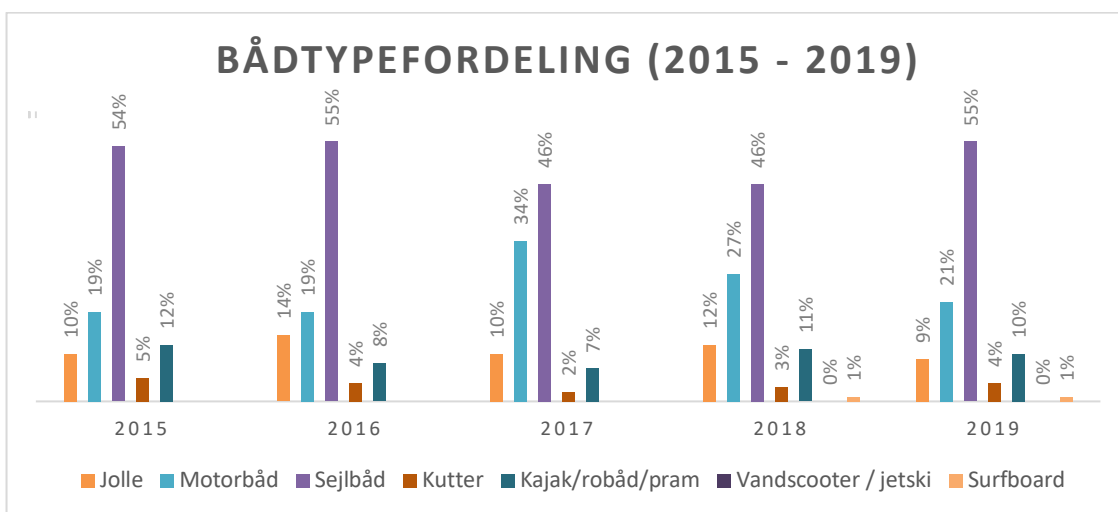
Udover køns- og aldersopdeling er de observerede personer også blevet inddelt efter hvilken bådtype, de sejlede i, samt hvorvidt de vurderes at være sejlere, fiskere eller roere. Observatørerne er instrueret i at notere en person som "fisker", hvis vedkommende sejler i en båd, hvor der er synligt fiskegrej 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 2019 og 2018. Overordnet set ligner fordelingen af fiskere, sejlere og roere i 2019 fordelingen i alle tidligere år. Der er imidlertid en større andel af sejlbåde i 2019 (55 %) sammenlignet med 2017 og 2018, hvor sejlbåde udgjorde 46 % af de observerede både. Der blev omvendt observeret en større andel af motorbåde i 2017 (34 %) og 2018 (27 %) sammenlignet med 2019 (21 %). Fordelingen af bådtyper i 2019 ligner således meget fordelingen af bådtyper i 2015 og 2016.

Figur 3

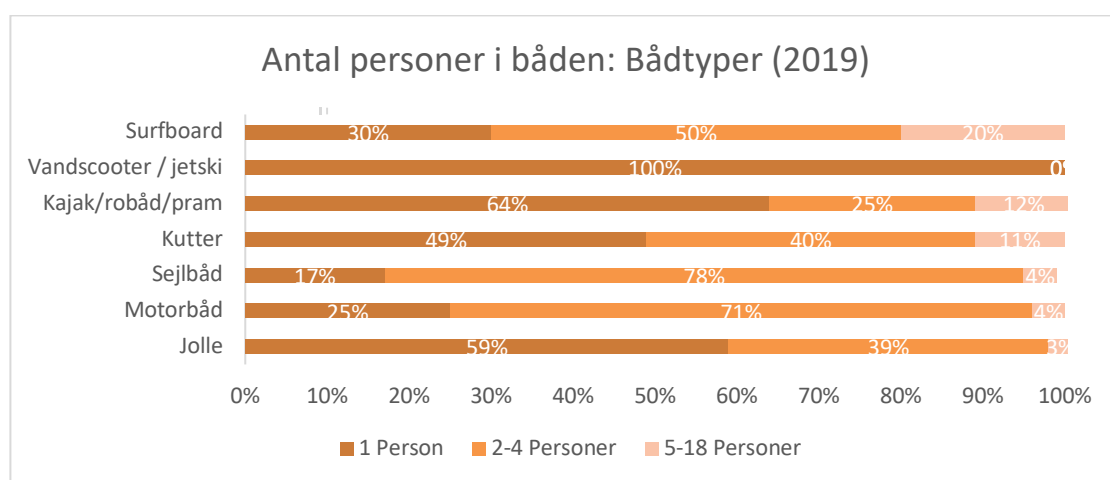


Figur 4



Som det fremgår af nedenstående Figur 5, sejler størstedelen af alle observerede personer enten alene eller i en gruppe på 2-4 personer uanset hvilken bådtype, de sejler i². Vandscootere og jetski er den bådtype, som hyppigst forekommer med én person om bord (100% - hvilket svarer til 2 observerede personer), mens kajak/robåd/pram er den bådtype, der næst-hyppigst forekommer med én person (64 %). Omvendt er sejlbåde og motorbåde de typer, som mindst hyppigt forekommer med én person ombord (hhv. 17 % og 25 %). Tendensen var omtrent den samme i observationsstudierne fra 2015-2018.

Figur 5

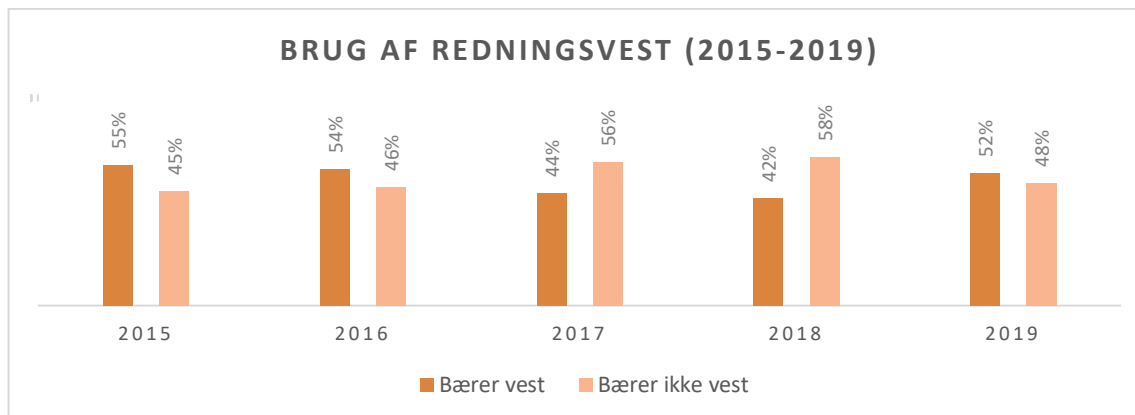


3.2 Hvem havde vest på?

52 % af de observerede personer bar redningsvest ved ind- eller udsejling i én af de 15 observationshavne på observationsdagene i 2019. I 2018 var andelen 42 %. Andelen, der bruger vest i 2019, er signifikant større end andelen, der brugte vest i årene 2018 og 2017, men mindre end andelen i 2015 og 2016.

² Ved kategorierne *surfboards* og *vandscooter/jetski* blev der i 2019 blot observeret hhv. 10 og 2 både.

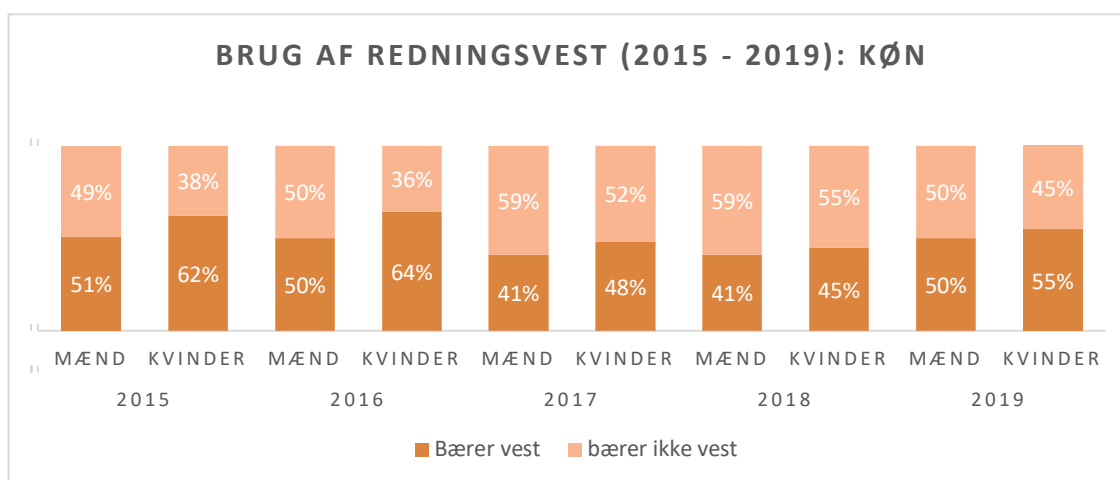
Figur 6



Som det også vides fra de tidligere undersøgelser af brugen af vest i perioden 2015-2018, 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 2019 er det en signifikant større andel af de observerede kvinder, som bruger redningsvest sammenlignet med mændene. 55 % af kvinderne bærer redningsvest og 50 % af mændene gør det samme i 2019. Som det fremgår af nedenstående Figur 7 er det en markant større andel af både mænd og kvinder, der bærer vest i 2019 sammenlignet med 2018, hvor hhv. 45 % af kvinderne og 41 % af mændene bar vest. Andelen af mænd og kvinder, der bærer vest i 2019 minder i højere grad om andelen fra 2015 og 2016.

Figur 7

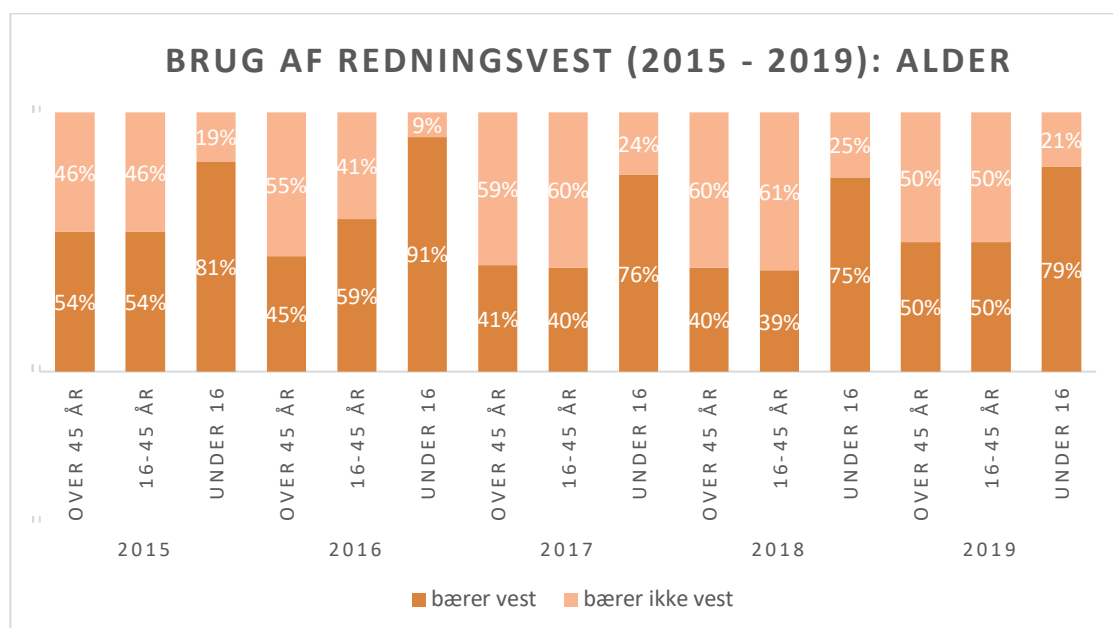


Observationerne fra alle fem år viser ligeledes en forskel mellem aldersgruppernes brug af vest. Størstedelen af børnene (personer under 16 år) har redningsvest på, mens det er omkring 40–50 % af personerne over 16 år, der har vest på. Som Figur 8 viser, bruger 79 % af de

observerede personer under 16 år vest i 2019 sammenlignet med hhv. 75 % i 2018, 76 % i 2017, 91 % i 2016 og 81 % i 2015.

I 2019 brugte 50 % af de 16 - 45-årige og 50 % af de observerede personer over 45 år vest. Stigningen i brugen af vest i 2019 sammenlignet med 2017 og 2018 skal primært findes hos personer over 16 år, som særligt har forbedret deres brug af vest siden 2017 og 2018. I 2018 var det hhv. 39 % og 40 % af de observerede personer i disse aldersgrupper.

Figur 8

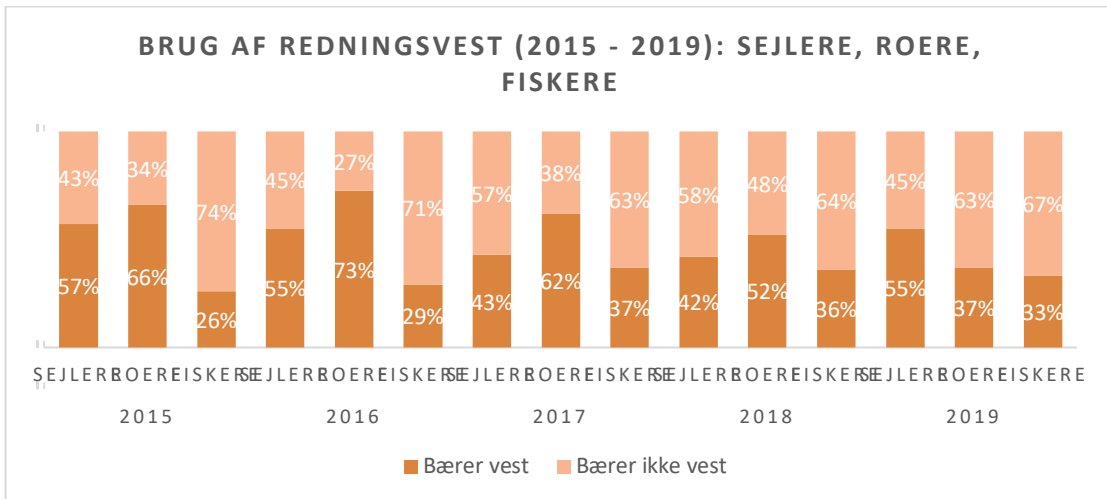


Der er forskelle i brugen af vest blandt fiskere, sejlere og roere i hele perioden 2015-2019. Figur 9 herunder viser, at 37 % af de observerede roere, 55 % af de observerede sejlere og 33 % af de observerede fiskere bærer vest i 2019. Tidligere har tendensen været, at roerne var den målgruppe, hvor den største andel bærer vest, mens fiskere var den gruppe, hvor den mindste andel bærer vest. I 2019 er sejlerne den gruppe, hvor den største andel bærer vest (55 %), mens roernes brug af vest er faldet markant og ligger i 2019 på 37 %. Dette fald i brugen af vest hos roerne kan ikke umiddelbart forklares ud fra tilgængelige variable i dette observationsstudie. Gruppen af roere udgøres i observationsstudiet i 2019 af ca. 440 personer, og mindre ændringer i antallet af observerede personer, der bærer vest, har således større betydning for den samlede andel af roere, som bærer vest.

Fiskerne er i 2019 fortsat den gruppe, hvor den mindste andel bærer vest (33 %). Sejlernes brug af redningsvest er i 2019 således væsentligt forbedret i forhold til årene 2017 og 2018 og er på niveau med årene 2015 og 2016. Andelen af fiskere, der bruger vest, er faldet en smule i

forhold til 2017 og 2018, men er fortsat større end andelen af fiskere, der bar vest i 2015 og 2016.

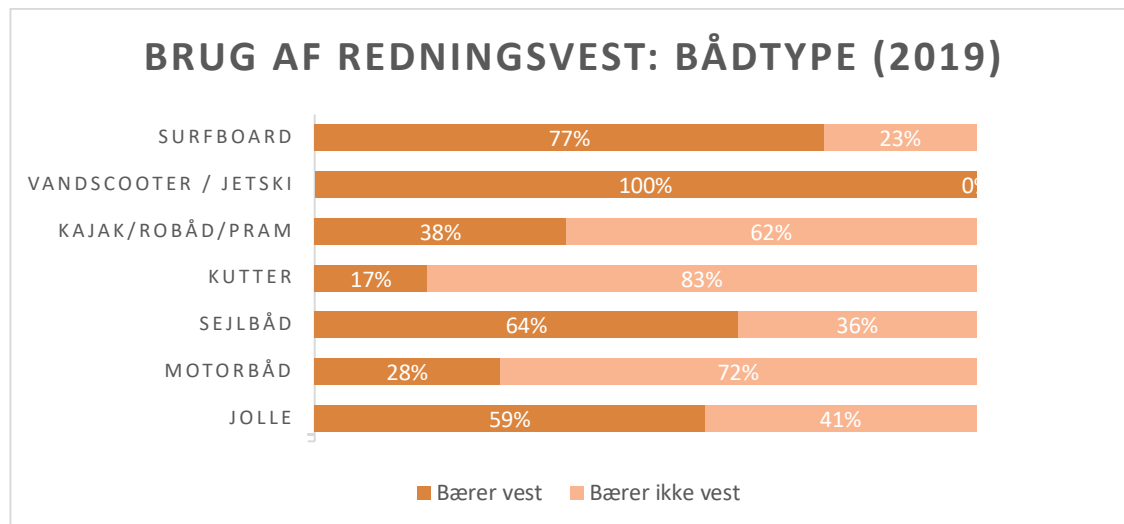
Figur 9



Personerne i de forskellige bådtyper har ligeledes forskellig adfærd i relation til brugen af vest, og mønstret stemmer overens med brugen af vest blandt sejlere, fiskere og roere. Som Figur 10 herunder viser, er motorbåde og kuttere fortsat de bådtyper, hvor den mindste andel af personerne har vest på i 2019. Her er det mindre end en tredjedel af personerne på motorbåde og mindre end en femtedel af personer på kuttere, der har vest på. I 2018 var det også på motorbåde og kuttere, at den mindste andel havde redningsvest på (hhv. 22 % og 17 %). Joller og sejlbåde er de bådtyper med den højeste andel af vestebærende personer i 2019. Som Figur 10 viser, er andelen af personer på vandscooter/jetski og surfboards, der bruger vest, markant højere end samtlige andre bådtyper. For disse to kategorier er andelen af personerne, der bruger vest, hhv. 100 % og 77 % i 2019. Det skal her tilføjes, at andelen af de observerede personer på vandscootere/jetski og surfboards udgør hhv. 10 og 2 personer i alt. Disse bådtyper har ikke været registreret i årene 2015-2017, hvor de indgik i samme kategori som kajaker, robåde og pramme.³

³ Andelen af personer i kajak, robåd og pramme udgøres primært af roere, hvormed andelen af personer i disse bådtyper, der bærer vest, og andelen af roere, der bærer vest, er næsten identisk. Denne lille forskel (på 1 procentpoint) skyldes primært, at baserne, som andelen er udregnet på, har været lidt forskellige grundet enkelte manglende registreringer af, om personerne var sejlere eller fiskere fra observatørerne.

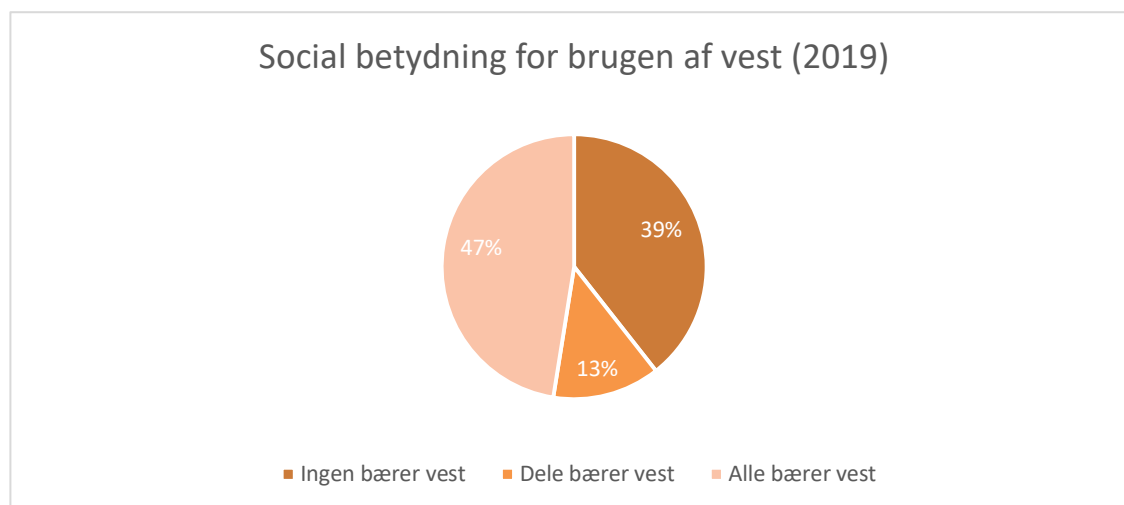
Figur 10



3.3 Faktorer med betydning for brugen af vest

Observationsstudiet har i perioden 2015-2019 peget på, at social påvirkning besætningsmedlemmerne imellem har betydning for brugen af vest. I 87 % af bådene i 2019 med mere end ét besætningsmedlem bærer enten *alle* eller *ingen* af personerne vest. Det er således kun i 13 % af bådene med mere end ét besætningsmedlem i 2019, hvor *dele* af besætningen har vest på.

Figur 11



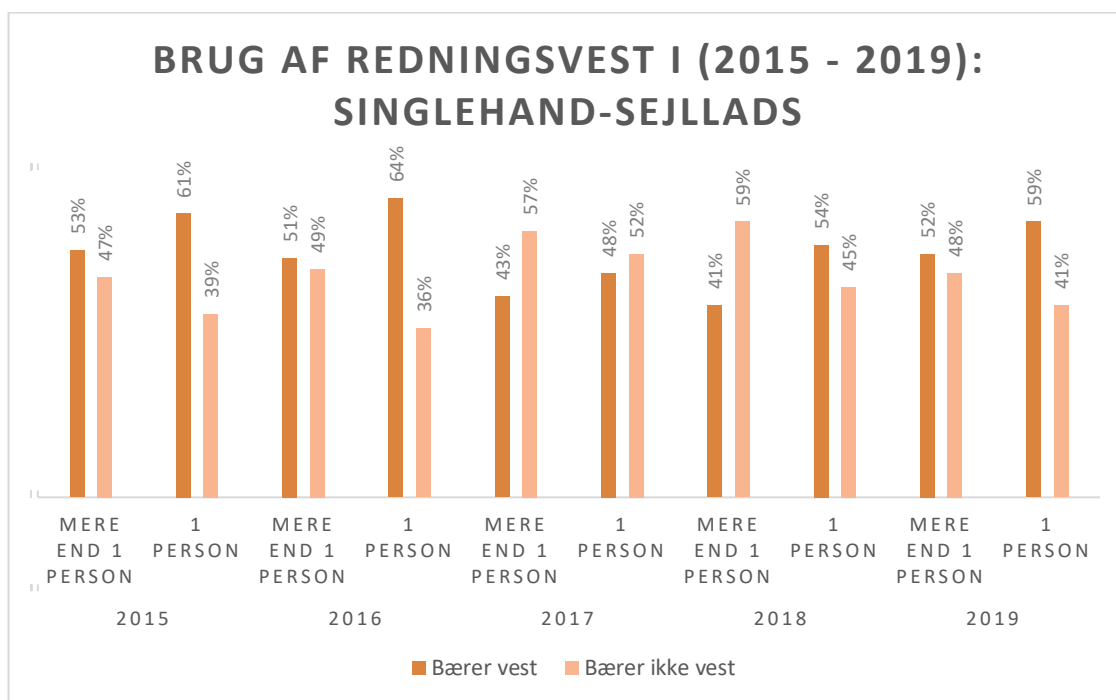
Blandt både, hvor alle bærer vest, er der siden sidste år sket en stigning på 14 procentpoint (fra 33 % i 2018 til 47 % i 2019). Andelen af både, hvor ingen bærer vest er omvendt i år faldet med 13 procentpoint (fra 52 % i 2018 til 39 % i 2019). Andelen af både, hvor dele af

besætningen bærer vest er i 2019 nogenlunde på niveau med 2018, om end det gælder for en lidt mindre andel af bådene i 2019 (13 % i 2019 og 15 % i 2018). Fordelingen af både, hvor ingen, nogen og alle bærer vest i 2019 ligner i høj grad fordelingen i 2015 og 2016. Det er således ganske positivt at se, at en del af stigningen i brugen af vest i 2019 er forbundet med, at det i højere grad forekommer, at alle om bord bærer vest. Dette er desuden et af de centrale budskaber i SejlSikkert's temakampagne fra 2019 "Hey Skipper! Ta' skipperansvar".

Singlehand-sejlads

Som Figur 12 viser, er der i 2019 en større andel af de observerede personer, der bruger vest, når de er alene på båden, sammenlignet med, hvis der er flere besætningsmedlemmer om bord. Tendensen har også gjort sig gældende i evalueringsperiodens tidligere år fra 2017 - 2018.

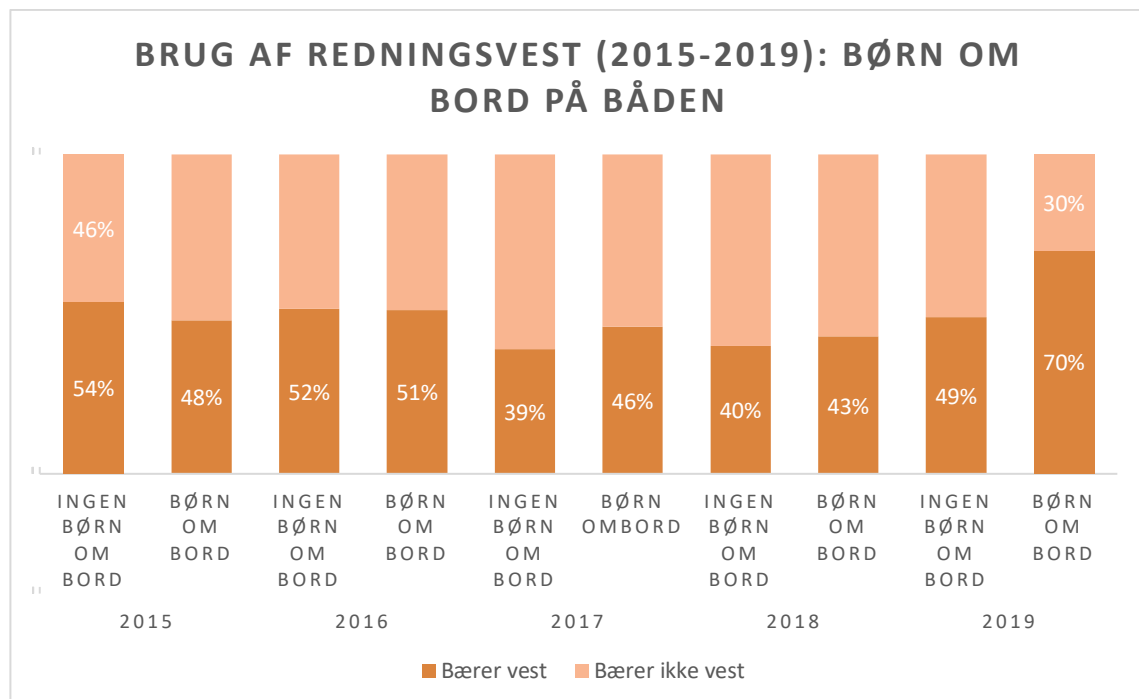
Figur 12



Børn i båden

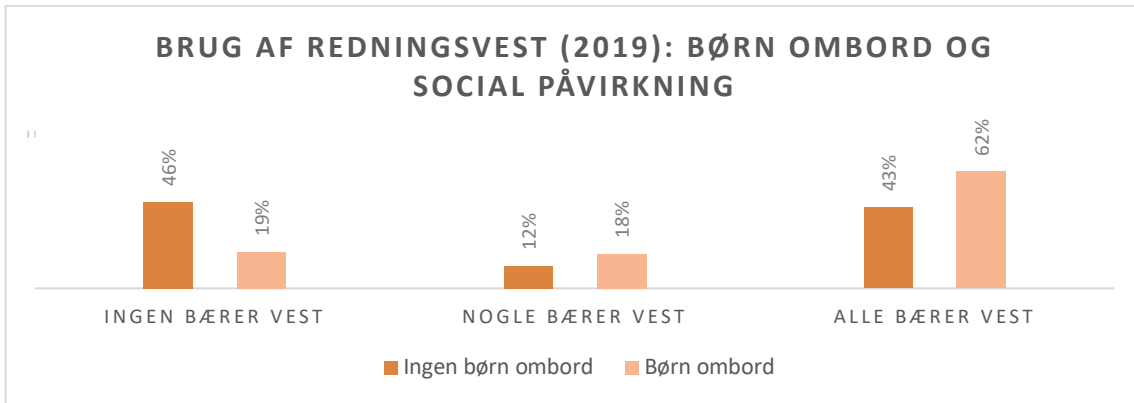
Det er en udbredt antagelse, at voksne er mere tilbøjelige til at tage redningsvest på, hvis der er børn ombord på båden. Observationerne fra 2019, 2018 og 2017 stemmer overens med denne antagelse, da der ses en forskel i andelen af personer, der har vest på, hvis der er børn ombord på båden, sammenlignet med, hvis der ikke er børn om bord, jf. nedenstående Figur 13 herunder. 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 herunder 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

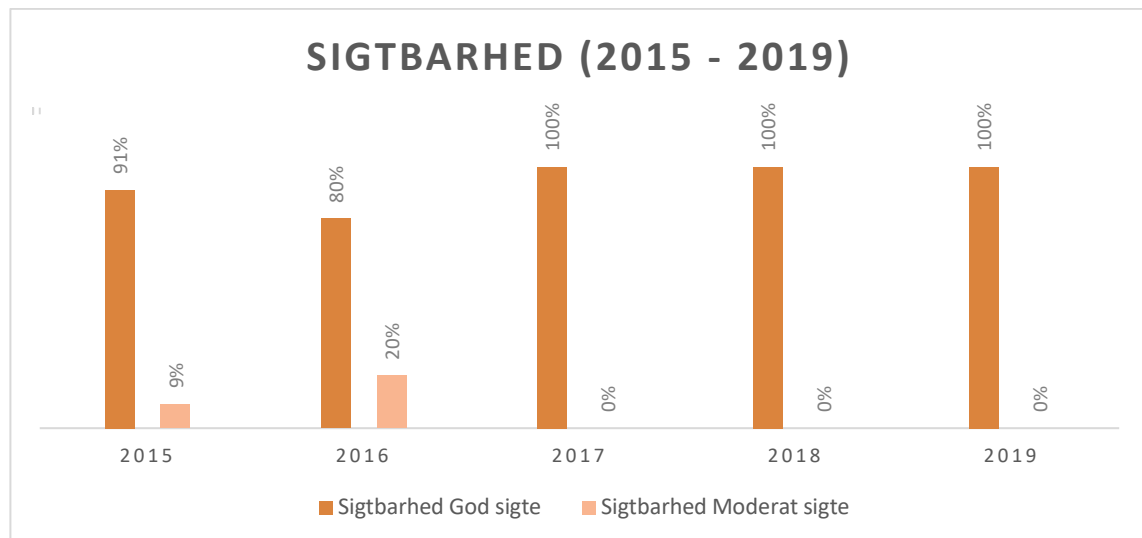


Vejrmæssige forhold

De lokale vejræssige forhold i hver observationsby er blevet indsamlet af Als Research på selve observationsdagene. Vejrmeldingerne er blevet registreret kl. 11:30 og 15:30 om fredagen og kl. 7, kl. 12 og kl. 17 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.

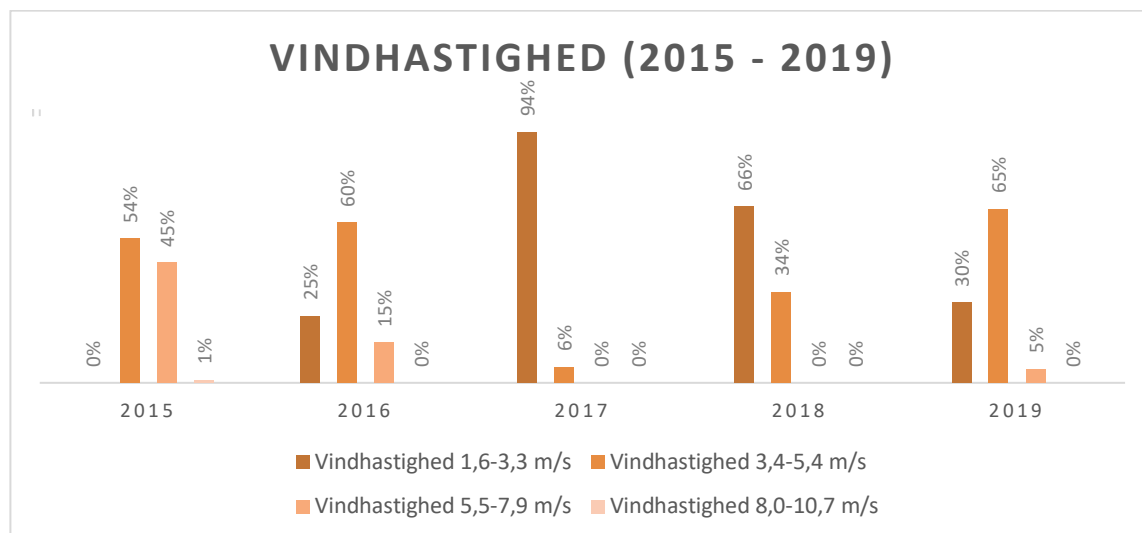
Vejret i 2019 var overordnet set lidt mildere, end det var i 2015 og 2016, og lidt mindre mildt end i 2017 og 2018. Figur 15, 16 og 17 herunder illustrerer vejrforholdene på tværs af årene 2015 – 2019. I 2019 var sigtbarheden god begge dage i hele tidsrummet, vindstyrken var svag 30 % af tiden, let 65 % af tiden, jævn 5 % af tiden, der faldt ikke nedbør i 92 % af tiden, og der kom 0,1-0,3 mm nedbør per time 8 % af tiden. Nedbørstallene i 2019 minder dermed om det niveau, de lå på i 2015. Vindstyrken i 2019 minder meget om vindstyrken i 2016.

Figur 15



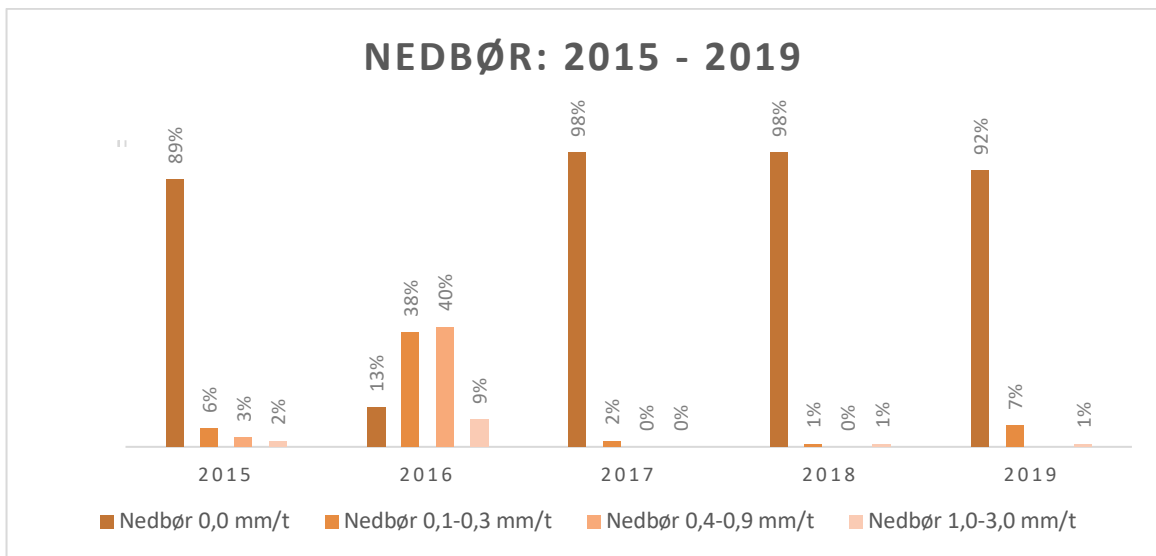
Sigtbarhed opdeles ifølge DMI normalt i fire intervaller: "Meget ringe sigt" = sigt under ½ km, "Ringesigt" = sigt mellem ½ og 2 km, "Moderat sigt" = sigt mellem 2 og 10 km, "God sigt" = sigt over 10 km.

Figur 16



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



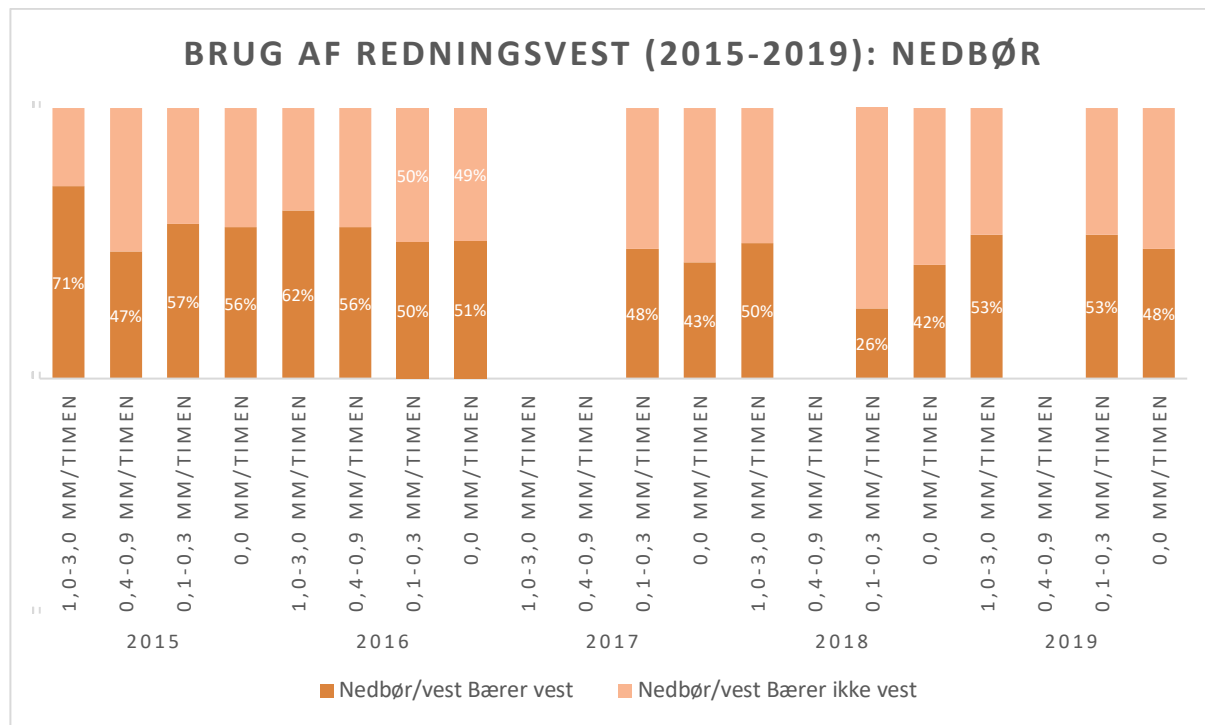
Vejrforhold og brugen af vest

I det følgende er sammenhængen mellem vejrforhold på observationsdagene og brugen af redningsvest undersøgt i form af tre bivariate analyser mellem hhv. vind og nedbør samt brugen af vest i løbet af hele observationsperioden 2015-2019. Der er desuden indsamlet data om sigtbarheden på observationsdagene i 2015-2019, 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 2015-2019. Sammenhængen er ikke helt entydig på tværs af alle nedbørsmængderne.

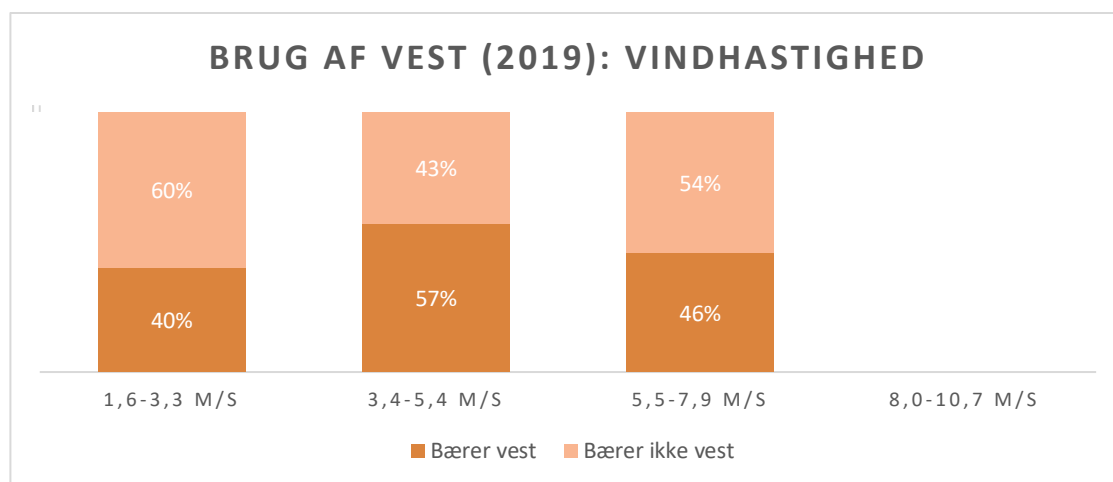
Ser man overordnet på alle observationerne fra hele evalueringsperioden, er der imidlertid generelt en signifikant større sandsynlighed for, at den observerede person bruger vest, når der er mere nedbør. Hvis der kun tages udgangspunkt i brug af veste i år 2019, er der ikke en signifikant større sandsynlighed for, at den observerede person bruger vest, når der er mere nedbør.

Figur 18



Figur 19 viser, at der i 2019 ikke er en entydig tendens til, at en større andel af de observerede personer har redningsvest på, når vindstyrken er kraftigere.

Figur 19



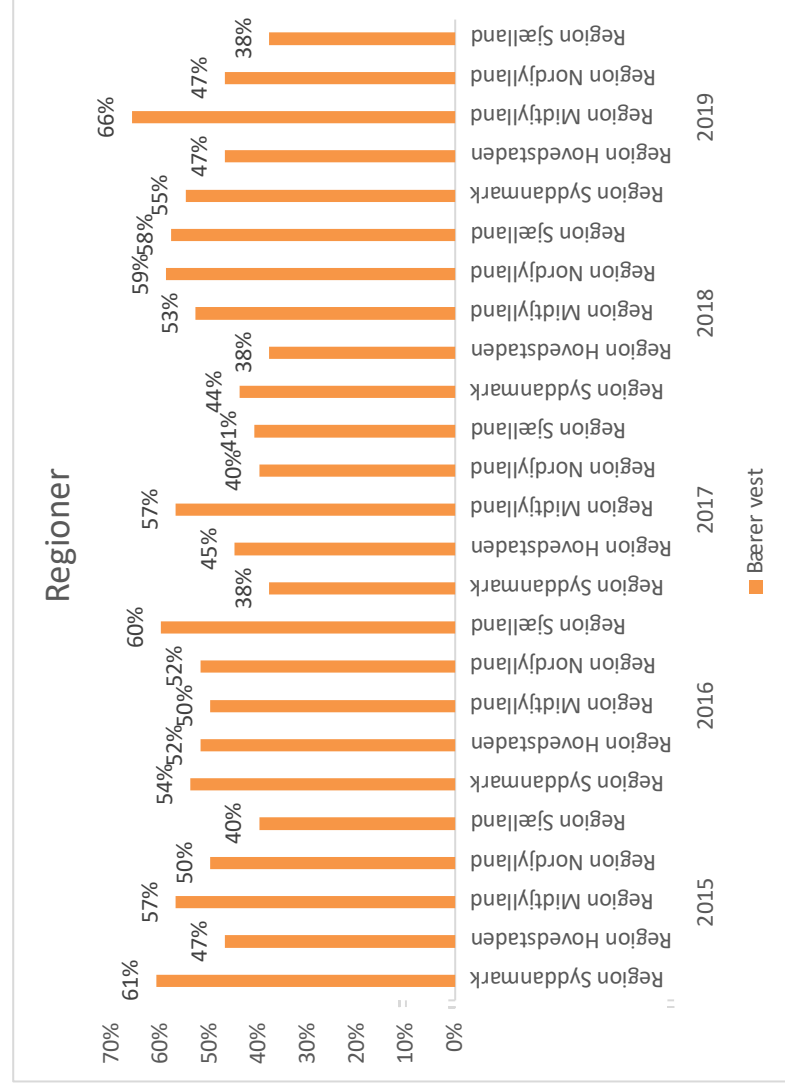
Ser man overordnet på alle observationerne fra hele evalueringsperioden 2015-2019, er der imidlertid generelt en signifikant større sandsynlighed for, at en person har redningsvest på, når vindhastigheden er højere.

Lægges observationer fra 2015-2019 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 inden for hvert år. Ser vi på vejret på de pågældende observationsdage, er vejret i 2019 generelt lidt mildere end vejret i 2015 (hvor 55 % bar vest) og 2016 (hvor 54 % bar vest), i relation til nedbør, sigtbarhed og vindhastighed. På trods af dette er brugen af vest i 2019 næsten på niveau med brugen af vest i 2015 og 2016. Det er således en mulighed, at vejret i 2019 i mindre grad har haft indflydelse på, om man bruger vest eller ej sammenlignet med tidligere år. 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 2015-2019 synes geografi ikke umiddelbart at have betydning for brugen af vest. I 2019 var den største andel af de observerede personer, der brugte vest, i Region Midtjylland, mens den mindste andel var i Region Sjælland. I 2018 var det Region Nordjylland, som var bedst, i 2017 var det Region Midtjylland, i 2016 var det Region Sjælland og i 2015 var det Region Syddanmark.

Figur 20



4. HOLDNINGER TIL SIKKERHED OG ADFÆRD PÅ HAVET

For at afdække udviklingen i holdninger og adfærd i forhold til sikkerhed til søs udover den adfærd, som kan observeres i observationsstudiet, er der udført en stor landsdækkende survey-undersøgelse blandt målgruppen af fiskere, sejlere og roere. Spørgeskemaet til undersøgelsen er udarbejdet af Als Research i samarbejde med SejlSikkert-sekretariatet og er blevet foretaget i efteråret 2015, 2017 og 2019.

Målgruppen har besvaret et elektronisk spørgeskema, som der blev annonceret for på en række sejlrelaterede hjemmesider. Spørgeskemaet blev derudover sendt ud til formænd for sejlklubber og fiskeforeninger med en opfordring til at lægge det på deres egne hjemmesider eller sociale medier og er desuden blevet delt via nyhedsbrev. Personer, som tidligere har deltaget i undersøgelsen, er desuden blevet inviteret til at deltage i undersøgelsen igen i år.

Spørgeskemaet fik i 2019 2804 fulde besvarelser, dvs. besvarelser som ikke undervejs er blevet afbrudt. Kun fulde besvarelser er medtaget i datagrundlaget. Det er en markant stigning i deltagere sammenlignet med 2017 (hvor 1889 fuldførte spørgeskemaet) og 2015 (hvor 2118 fuldførte spørgeskemaet). Det høje antal besvarelser i år er i sig selv positivt, og det kan vidne om, at sikkerhedsadfærd til søs har fået større relevans i målgruppens øjne.

Det bør bemærkes, at spørgsmålene i spørgeskemaet ikke har været obligatoriske at besvare for at kunne gå videre i spørgeskemaet, hvorfor basen for det enkelte spørgsmål kan variere en smule.

Spørgeskemaet kan ses i Bilag 1. En komplet oversigt over frekvenserne for de enkelte spørgsmål fra 2019 findes i Bilag 2.

4.1 Hvem har besvaret spørgeskemaet?

I det følgende fremlægges kort, hvem der i år har besvaret surveyen og dermed, hvilket datagrundlag resten af analysen er udarbejdet på baggrund af. (Se desuden Bilag 2 for frekvenstabeller).

- 77 % var mænd, og 23 % var kvinder.
- 1 % var 0-17 år, 9 % var 18-29 år, 11 % var 30-39 år, 20 % var 40-49 år, 25 % var 50-59 år, 25 % var 60-69 år, og 10 % var 70 år eller ældre.
- 72 % var sejlere, 23 % var roere, og 25 % var fiskere (det har her været muligt at vælge mere end ét svar, hvormed procentsatserne summer til mere end 100 %)
- 62 % var medlem af en sejlklub/fiskeforening, og 38 % var ikke medlem af nogen sejlklub/fiskeforening

- 25 % har sejlet 1-5 år, 12 % har sejlet 6-10 år, mens 63 % har sejlet mere end 10 år
- 82 % sejler/fisker i foråret, 98 % sejler/fisker om sommeren, 78 % sejler i efteråret, og 24 % sejler/fisker om vinteren
- 23 % sejler/fisker flere gange om ugen, 57 % sejler/fisker flere gange om måneden, og 20 % sejler/fisker 3-4 gange om året
- 16 % sejler/fisker oftest i hovedstaden, 24 % sejler/fisker oftest på Sjælland, 28 % sejler/fisker oftest i Syddanmark, 21 % sejler/fisker oftest i Midtjylland, og 10 % sejler/fisker oftest i Nordjylland
- 72 % er enten ejer/medejer af en båd, mens 26 % er ikke ejer/medejer af en båd
- Af disse er 11 % ejer/medejer af en jolle, 25 % ejer/medejer af en motorbåd, 47 % ejer/medejer af en sejlbåd, 2 % ejer/medejer af en kutter, 9 % ejer/medejer af en kajak/robåd/pram, 1 % ejer/medejer af et surf/SUB-bræt, og 5 % har svaret andet
- 16 % sejler ud fra strand/bøje, og 84 % sejler ud fra havn

Synlige forskelle i respondentgrupperne i 2019 sammenlignet med 2017 og 2015

Hvor respondentgruppen i 2015 og 2017 lignede hinanden meget, er der sket en ændring i respondentgruppen i 2019. Først og fremmest har en større andel kvinder i år udfyldt spørgeskemaet sammenlignet med tidligere år. Der er stadig en klar overvægt af mandlige respondenter, men andelen er mindre i år sammenlignet med tidligere år (77 % mænd i 2019; 87 % mænd i 2017; 89 % mænd i 2015). Det samme gør sig gældende for aldersfordelingen blandt respondenterne. I 2019 er der væsentligt flere yngre respondenter; 9% er 18-29 år, 11% er 30-39 år og 20% er 40-49 år i 2019. Andelen var 3 % for de 18-29-årige, 8 % for de 30-39-årige og 18 % 40-49-årige i 2017. Andelen af respondenterne, der er medlem af en sejlklub eller fiskerforening lå i 2017 meget tæt på andelen i 2015 (71 % i 2017, 72 % i 2015). I 2019 er det 62 % af respondenterne, der er medlem af en sejlklub eller forening. Samtidig er andelen af respondenter med mere end 10 års sejlerfaring mindre i år sammenlignet med 2017 (63 % i 2019 og 77 % i 2017). Det tyder på, at undersøgelsen i år er nået en smule bredere ud i målgrupperne uden for de etablerede klubber og foreninger samt til flere mindre erfarne sejlere, hvilket vurderes positivt for undersøgelsens repræsentativitet. Respondenterne i 2019 sejler heller ikke helt så ofte (23 % sejler flere gange om ugen, og 20 % sejler 3-4 gange om året) sammenlignet med 2017 (27 % sejler flere gange om ugen, og 13 % sejler 3-4 gange om året). Stort set samme andel af respondenterne i 2019 sejler fra havn (84 %) sammenlignet med 88 % i 2017.

Slutteligt er der i respondentgruppen i 2019 en større andel af roere (23 %) sammenlignet med 2017 (10 %) og en lidt mindre andel af fiskere (25 %) sammenlignet med 2017 (31 %).

4.2 Adfærd på havet og De 5 sejlråd

Med denne baggrundsviden om respondenterne fremlægges nu, hvordan respondenterne selv rapporterer deres adfærd på havet. Denne del af analysen er foretaget på baggrund af respondenternes svar til de spørgsmål i surveyen, som handler om deres praksis med udgangspunkt i De 5 sejlråd: Lær at sejle, Hold dit grej i orden, Planlæg din tur, Hav en livline til land, Brug vesten

Spørgsmålene er en gentagelse af spørgsmålene fra 2015 og 2017 med det formål at kunne sammenligne, i hvor høj grad respondenterne i 2019 angiver at følge sejlrådene, med baseline i besvarelserne i 2015.⁴

1. Lær at sejle

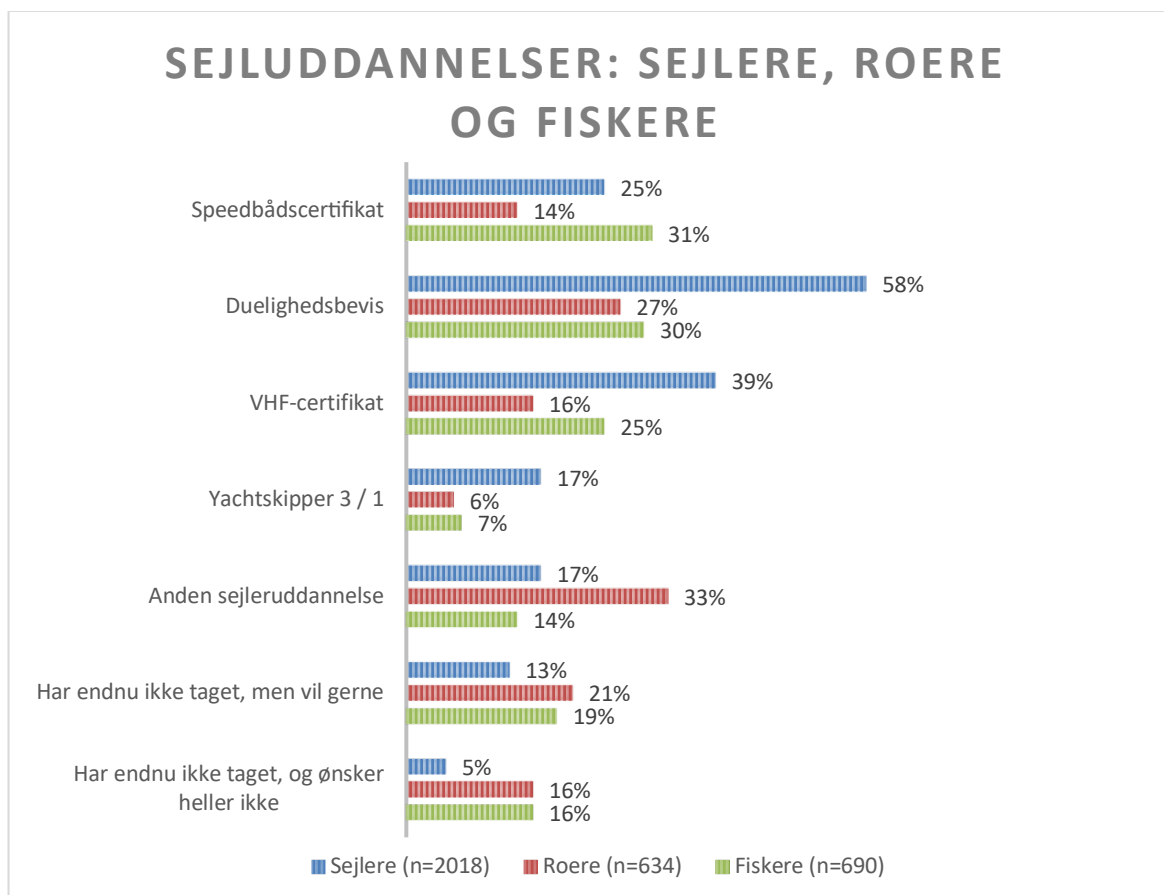
75 % af respondenterne har en form for sejleruddannelse. I 2017 var det 81 % af respondenterne, der havde taget en form for sejleruddannelse, og i 2015 var det 82 %. Blandt respondentgruppen i 2019 er der således sket et fald i andelen, som har en eller flere sejleruddannelser, siden baseline i 2015.

Den form for sejleruddannelse, som de fleste har, er lige som i 2017 og 2015 *duelighedsbevis* med 47 % i 2019 (54 % i 2017, 57 % i 2015). Derefter kommer *VHF-certifikat* med 32 % (37 % i 2017, 38 % i 2015) og *Yachtskipper 3 / 1* med 14 % (18 % i 2017, 18 % i 2015). 23 % har *speedbåds-certifikat* i 2019 (19 % i 2017, 16 % i 2015), og 19 % har en *anden sejleruddannelse* (18 % i 2017, 16 % i 2015). Speedbåds-certifikat er således den eneste uddannelse, som en større andel af målgruppen har i 2019 sammenlignet med baseline.

Som det fremgår af Figur 21 herunder, er der fortsat forskelle på, hvilke sejluddannelser henholdsvis sejlere, roere og fiskere har.

⁴ Enkelte spørgsmål er i spørgeskemaet fra 2017 i samarbejde med Sejlsikkert-sekretariatet ændret en smule siden 2015. Der gøres opmærksom på undervejs i analysen, hvor det er relevant.

Figur 21

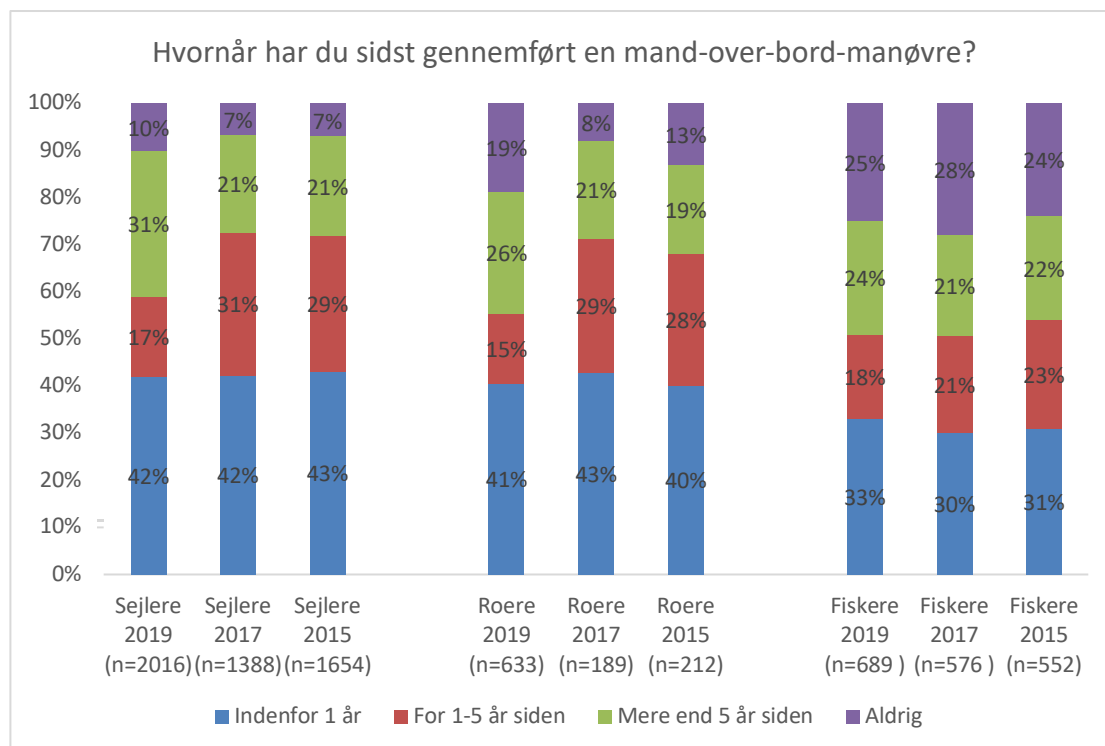


Mens sejlere i højere grad end de andre grupper har duelighedsbevis (58 %), VHF-certifikat (39 % i 2019) og Yachtskipper 3/1 (17 %), har roere i højere grad end de andre grupper en anden sejleruddannelse (33 %). Fiskere har i højere grad end de andre grupper speedbåds-certifikat (31 %). Det er også bemærkelsesværdigt, at andelen hos sejlere, som endnu ikke har taget en uddannelse, er væsentligt lavere end hos roere og fiskere.

Respondenterne er også blevet spurgt, hvornår de sidst har gennemført en mand-over-bord manøvre. Hertil svarede 39 % (38 % i 2017, 40 % i 2015), at de havde gennemført denne manøvre inden for 1 år, 28 % (28 % i 2017, 27 % i 2015) inden for 1-5 år, 17 % (21 % i 2017, 21 % i 2015) for mere end 5 år siden og 15 % (13 % i 2017, 11 % i 2015), at de aldrig har gennemført en mand-over-bord manøvre. Dette stemmer således stort set overens med besvarelserne i 2017 og 2015, dog med en lidt større andel, som aldrig har gennemført manøveren.

Det er fortsat blandt sejlerne (42 %) og roerne (41 %), at den største andel har gennemført manøvren inden for 1 år. Andelen af de tre målgrupper, som har gennemført manøvren inden for det sidste år, minder i høj grad om andelen i 2015 og 2017. Dog har en væsentlig større andel af roerne i år (19 %) aldrig gennemført manøvren sammenlignet med 2017 (8 %) og 2015 (13 %).

Figur 22



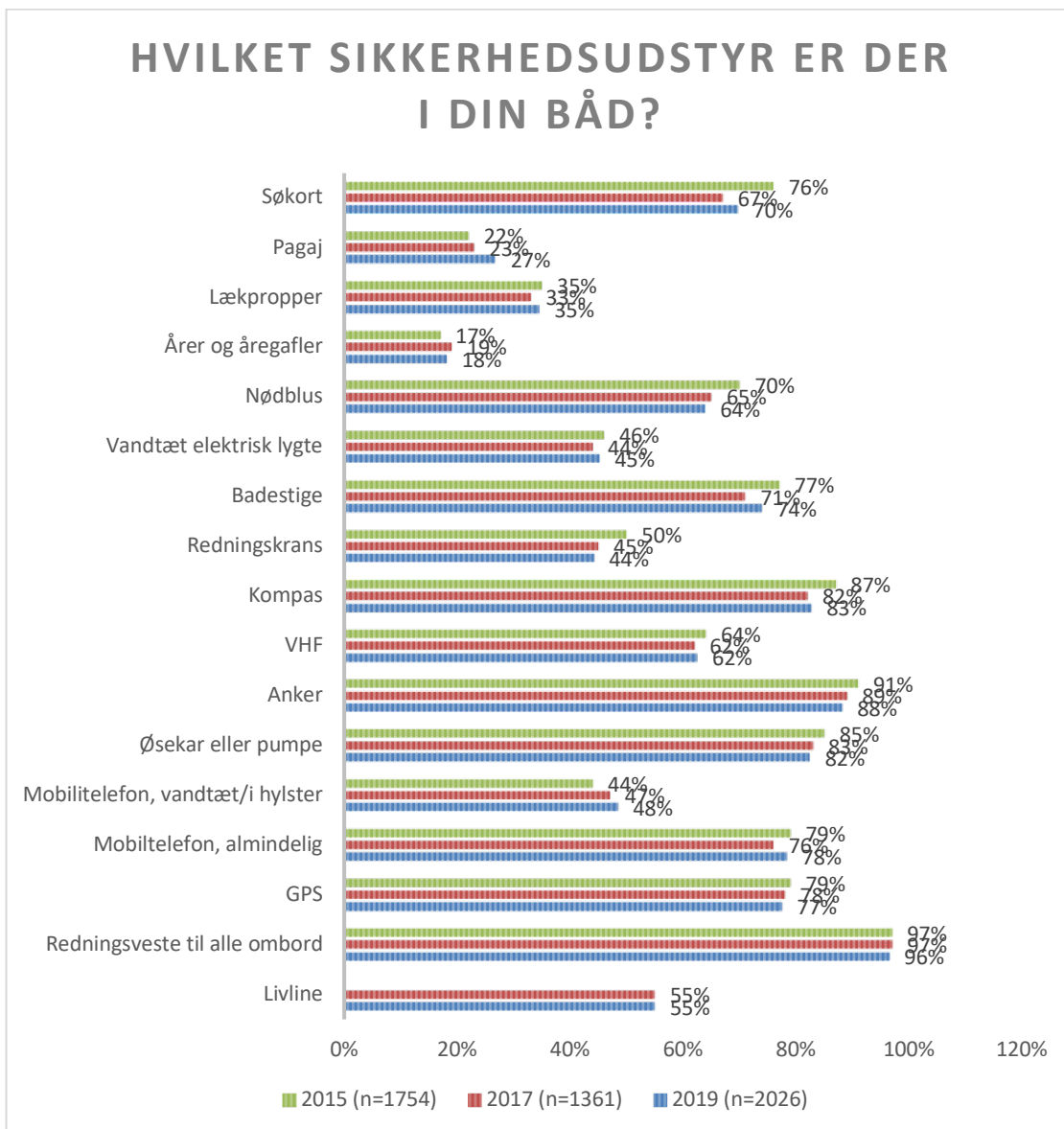
Sammenlignet med baseline i 2015 kan det således ikke påvises, at en større andel af målgruppen generelt har sejlrelaterede uddannelser og har lavet mand-over-bord-manøvre. Generelt set har en lidt mindre andel af respondentgruppen i 2019 sejlrelaterede uddannelser sammenlignet med baseline i 2015. Det er i denne forbindelse relevant igen at nævne, at respondentsammensætningen i 2019 i højere grad er præget af respondenter, som muligvis er mindre engagerede/erfarne sejlere, da de i lidt mindre grad er medlem af en sejler- eller fiskerforening, en væsentlig mindre andel af respondentgruppen har mere end 10 års sejlererfaring sammenlignet med sidste år, og respondenterne sejler generelt lidt sjældnere end respondenterne sidste år.

2. Hold dit grej i orden

Respondenterne er blevet bedt om at angive, hvilket sikkerhedsudstyr de har om bord på deres båd. Ligesom resultatet af undersøgelsen i 2015 og 2017 er højdespringeren i forhold

til sikkerhedsudstyr *redningsveste til alle om bord*. Her har 96 % af respondenterne svaret ja, som det fremgår af Figur 23 nedenfor. Dernæst kommer henholdsvis *anker*, *kompas* og *øsekar*⁵.

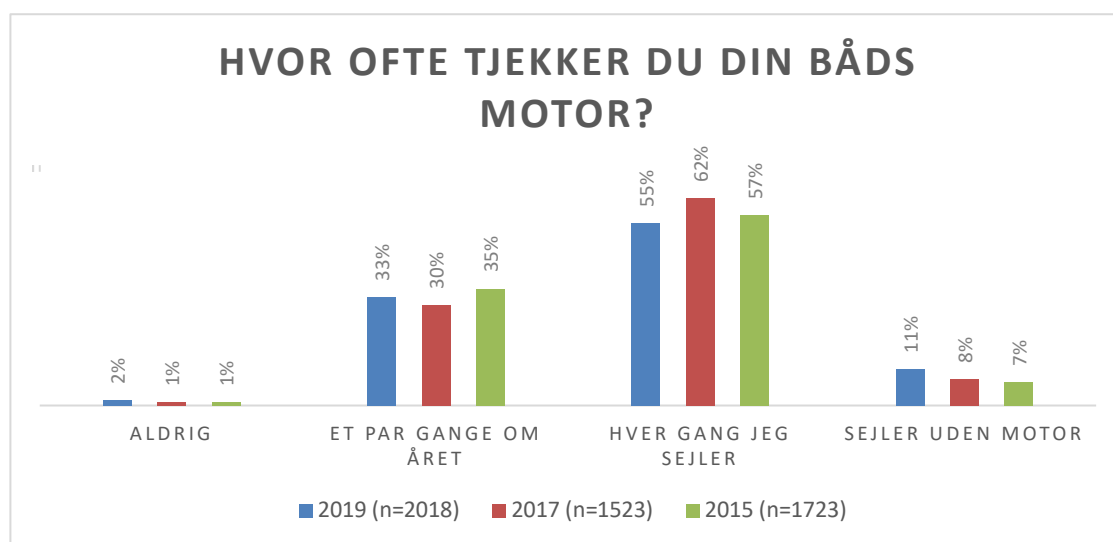
Figur 23



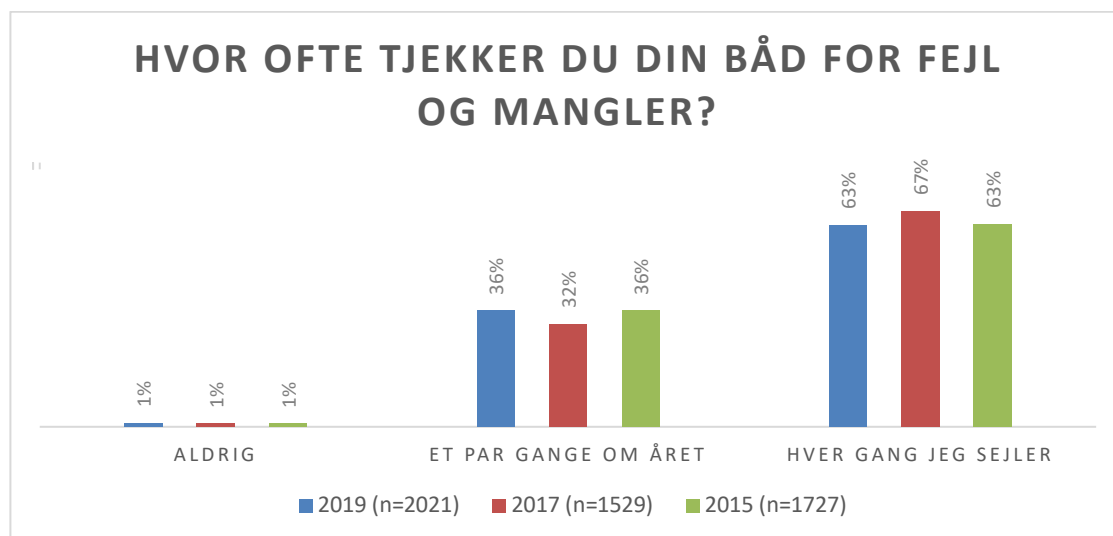
⁵ De 733 respondenter, som ikke ejer eller medejer en båd, er i 2019 ikke blevet spurgt om dette eller andre forhold omkring den båd, de oftest sejler i, grundet en fejl i spørgeskemaet.

Adspurgt om motortjek svarer 55 % (62 % i 2017, 57 % i 2015) af de respondenter, som ejer en båd, at de tjekker motoren i deres båd hver gang, de sejler, jf. Figur 24 nedenfor, hvilket således er et fald siden baseline i 2015. 63 % (67 % i 2017, 63 % i 2015) svarer, at de tjekker deres båd for fejl og mangler hver gang, de sejler (jf. Figur 25), hvilket således er på niveau med baseline i 2015.

Figur 24



Figur 25



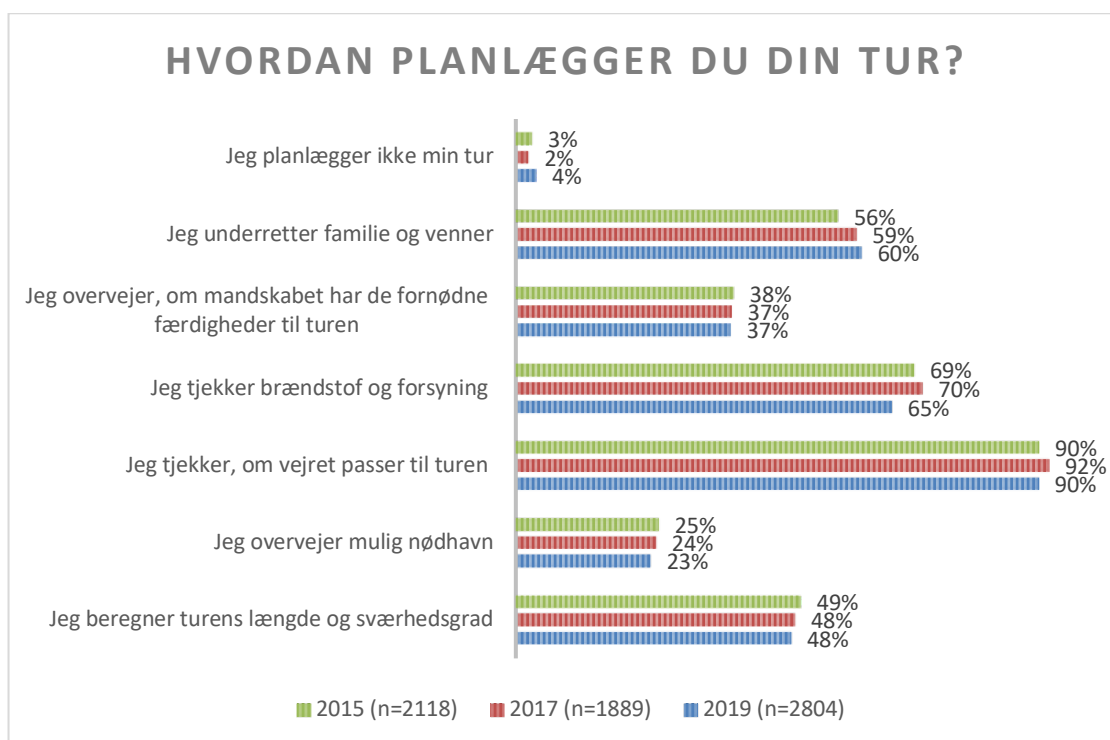
Der kan således ikke påvises en generel stigning i, hvor stor en andel af respondentgruppen, der har de forskellige typer af udstyr på deres båd. Ved en stor del af de forskellige typer af udstyr er der nærmere sket et lille fald i andelen af respondenterne, som har de forskellige

typer af udstyr på deres båd. Som nævnt tidligere er det muligt, at der i årets respondentgruppe er en lidt større andel af ikke så engagerede sejlere (en mindre andel er meget erfarne og medlem af en sejlklub), hvilket kan have indflydelse på resultatet. Det er heller ikke en større andel af respondenterne, som tjekker deres båds motor samt tjekker båden for fejl og mangler, hver gang de sejler, sammenlignet med 2015.

3. Planlæg din tur

Som det fremgår af Figur 26 nedenfor er det langt de fleste, 90 %, som tjekker *om vejret passer til turen*, når de planlægger deres tur i 2019. 65 % tjekker *brændstof og forsyninger*, mens 60 % *underretter familie og venner*. Næsten halvdelen (48 %) *beregner turens længde og sværhedsgrad* som en del af planlægningen. 4 % planlægger ikke deres tur. Det er nogenlunde på niveau med baseline i 2015. Dog underretter en lidt større andel af respondenterne familie og venner sammenlignet med 2015.

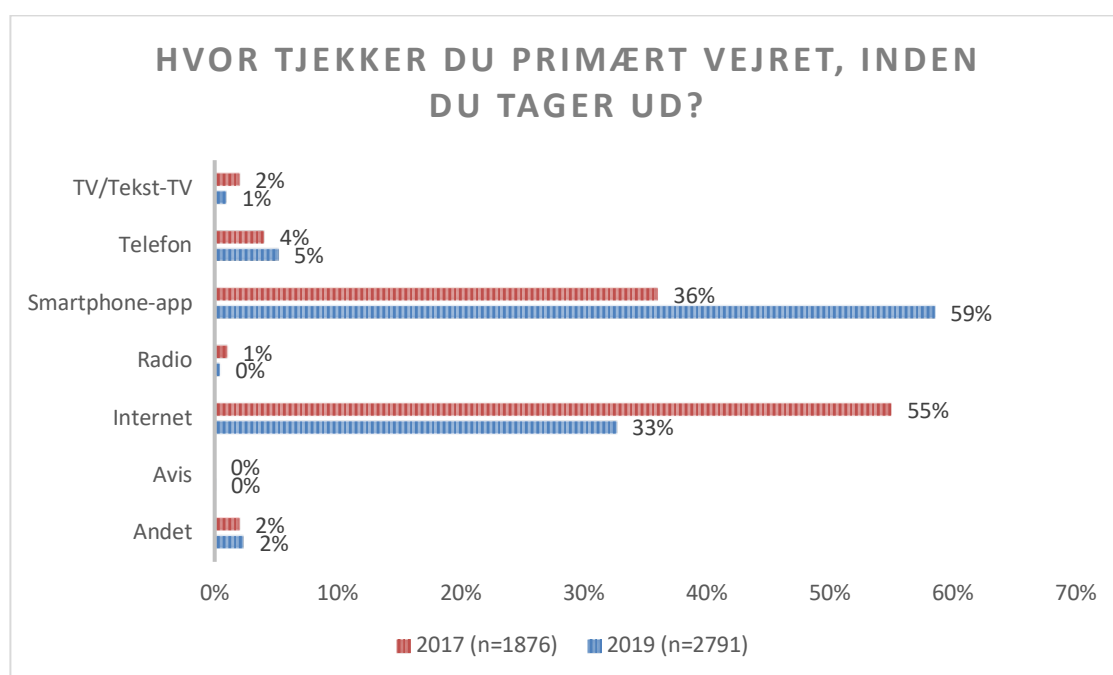
Figur 26



Næsten alle respondenterne tjekker *altid* vejret inden tager ud at sejle (92 %). 6 % har svaret, at de *ofte* tjekker vejret, inden de tager ud at sejle. Der er ikke nævneværdig forskel på, i hvilket omfang sejlere, roere og fiskere tjekker vejret, inden de tager ud at sejle.

Over 90 % af respondenterne tjekker enten vejret *på internettet* eller *på smartphone-app*, henholdsvis 33 % for *internettet* og 59 % for *smartphone-app* (jf. Figur 27). I 2017 var det 55 %, der primært tjekkede vejret på internettet og 36 %, der primært tjekkede vejret på smartphone-app. Der er dermed flere, der nu er gået over til at tjekke vejret på smartphone-app frem for på internettet. Stigningen i brugen af app som den primære kilde til at tjekke vejret svarer til 64 %. I svarkategorien *Andet* har respondenter givet udtryk for, at de hyppigst bruger DMI, Yr.no og fcoo.dk til at tjekke vejrudsigten.

Figur 27



4. Hav en livline til land

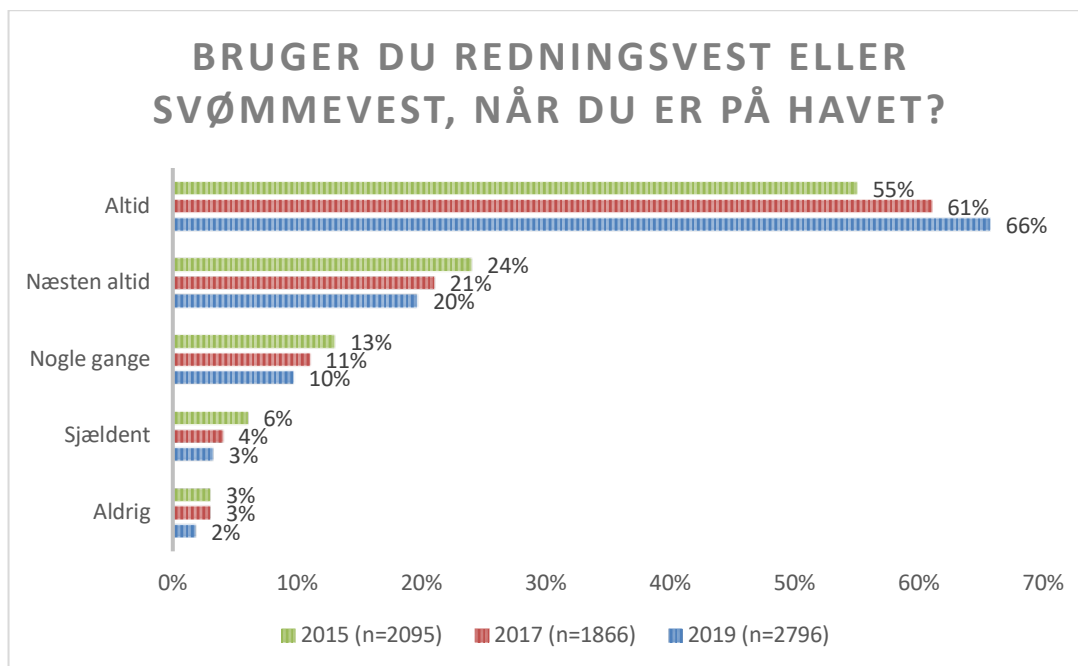
Som det fremgik af Figur 23, angiver 78 % (76 % i 2017, 79 % i 2015) af respondenterne i 2019, at de har en livline til fastlandet i form af en mobiltelefon (almindelig), 62 % (62 % i 2017, 64 % i 2015) har en VHF-radio, og 48 % (47 % i 2017, 44 % i 2015) har en mobiltelefon (vandtæt/i hylster) i deres båd. 62 % (60 % i 2017, 56 % i 2015) underretter familie og venner som en del af planlægningen af deres tur, og har på denne måde en livline til land. Der er således forholdsvis små ændringer i relation til adfærden relateret til sejlrådet "Hav en livline til land".

5. Brug vesten

I forhold til brugen af rednings- og svømmevest svarer 66 %, at de *altid* bærer vest, når de er på havet, jf. Figur 28 nedenfor. Dette er en stigning på 20 % siden 2015, hvor 55 % svarede, at de *altid* bærer vest. 20 % svarer i 2019, at de *næsten altid* bruger vest (24 % i 2015), 10 %

bruger i 2019 *nogle gange* vest (13 % i 2015), og 5 % bruger *sjældent* eller *aldrig* vest (9 % i 2015).

Figur 28

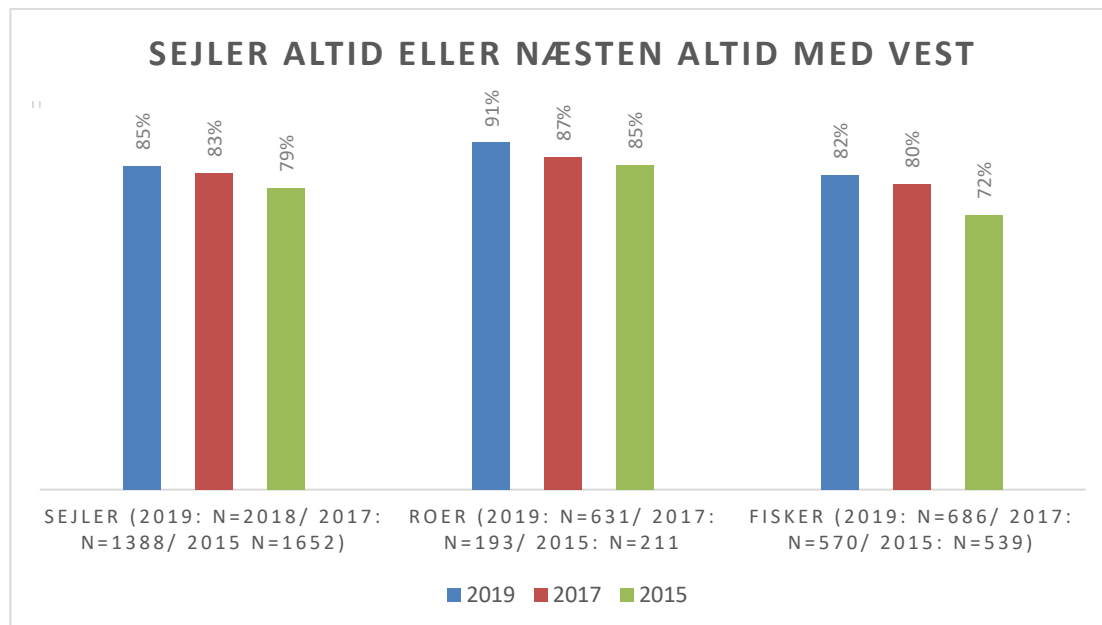


Således er målgruppens selvrappede brug af redningsvest steget siden baseline i 2015. Hvor det i 2015 var 79 %, som svarede, at de altid eller næsten altid bruger vest, er det i 2019 86 %, der svarer det samme.

Igen i år er den selvrappede brug af vest noget højere end den observerede brug af redningsvest i observationsstudiet, hvor den observerede brug af redningsvest lå på 52 %. Det er dog meget positivt, at den selvrappede brug af vest er steget med 11 procentpoint siden 2015, da det vidner om en øget bevidsthed om brugen af redningsvest og vigtigheden heraf.

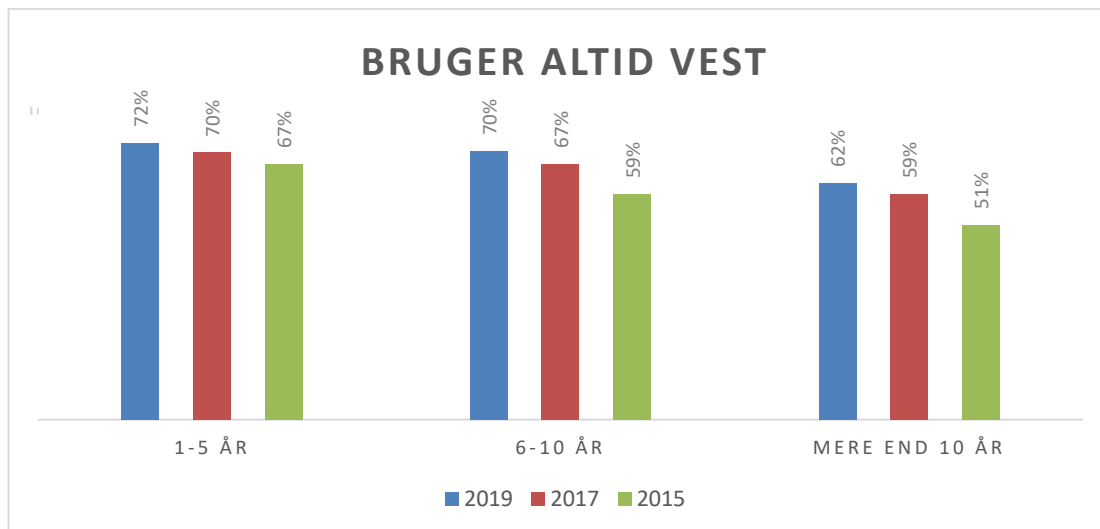
Det er i højest grad roere og sejlere, som rapporterer, at de *altid* eller *næsten altid* bærer vest (hhv. 91 % og 85 %), mens fiskerne igen i år har den laveste selvrappede brug af vest med 82 %, som *altid* eller *næsten altid* bærer vest. Det er her værd at bemærke, at det ved årets observationsstudie blot var 37 % af de observerede roere, som bar vest, mens 33 % af fiskerne bar vest. Blandt sejlerne var det 55 %, der bar vest ved observationsstudiet.

Figur 29



Andelen af respondenterne, som *altid* sejler med vest, er, på tværs af alle tre år, størst blandt de mest uerfarne sejlere. Der er således 10 procentpoint forskel på brugen af vest blandt de mest og de mindst erfarne sejlere i 2019 jf. Figur 30 nedenfor. I 2019 er det 72 % af respondenterne, som har sejlet i 1-5 år, der altid bruger vest, når de er på havet. Blandt de respondenter, som har sejlet i mere end 10 år, er det 62 %, der altid bruger vest. Det skal bemærkes, at forskellen er blevet væsentlig mindre sammenlignet med fordelingen i 2015, hvor der var 16 procentpoints forskel på brugen af vest hos de mest erfarne og de mindst erfarne.

Figur 30



Blandt de respondenter, som i 2019 har svaret, at de ikke altid bærer redningsvest, når de er på havet, svarer 60 %, at de gerne vil blive endnu bedre til at bære redningsvest.

Alvorlige situationer på havet

49 % af respondenterne i 2019 angiver, at de har oplevet en situation på havet, der kunne have udviklet sig alvorligt, mens 6 % har været ude for en livstruende situation. De fleste nævner pludseligt omskiftende vejr som deres beskrivelse af potentielle alvorlige situationer. Følgende er udvalgte beskrivelser af potentielt alvorlige situationer, som nogle af respondenterne har oplevet:

- *Pludseligt dårligt vejr ved mørkets frembrud og 3 mindre børn om bord.*
- *En gast hvis skulder gik af led, da han tog fat i badstien under badetur ved bøje, det krævede 2 mand at få ham om bord, da han kun kunne bruge en arm*
- *Jeg blev overrasket af vindstød i forbindelse med tordenbyger.*
- *Brækket hånden i forbindelse med en tur alene.*
- *Tordenvejr med meget kraftig vind*
- *Anden båd overholdt ikke vigepligt, da han sejlede for sejl + motor*
- *Båd sprang læk og tog meget vand ind!*
- *Motorstop, mistet skuen på båden.. hvilke dårligt vejr.. meget kraftig tåge.. det er vigtig med erfaringsudvikling om, hvad man kan gøre i disse situationer..*
- *Et kraftigt vindpust foran en stort sky var ved at vælte (sejl)båden omkuld. Der var en ikke rutineret styrmand ved roret, som ikke i tilstrækkelig grad var blevet instrueret i, hvordan situationen skulle tackles.*
- *Vejret vendte 180 grader fra høj sol til høje bølger og voldsom blæst på få minutter*

- *Jeg røg i vandet flere gange fra min kajak og havde makker med og makkerredning blev lavet to gange, men pludselig kunne jeg ikke tale rent. Jeg havde det i det hele taget underligt, men kom op i kajakken. Jeg havde da kun en tanke - at komme ind til stranden. Det var hypotermi. Kulden havde snigende listet sig ind på mig, og efterfølgende er det nok en faktor, som jeg i den grad har fokus på.*
- *Motor der ikke ville starte og ingen anker*
- *Motor der fik vand og kørte dårligt. Nu bruger jeg sjældent motorfartøj*
- *Motorstop og både sprang læk*
- *Jeg var ung og sejlede med nogle venner og gik på grund om natten i høje bølger.*

Respondenternes øvrige beskrivelser findes i Bilag 3 og 4.

Sammenligner man sejlerne, roerne og fiskernes besvarelser, ses det, at sejlerne og fiskerne er de grupper, der i højest grad oplever potentielt farlige situationer på havet. I 2017 havde roerne den højeste andel af potentielt farlige situationer (59 %). Blandt roerne er der således en væsentlig mindre andel i år, der har oplevet potentielt farlige situationer på havet sammenlignet med tidligere.

Tabel 1

Hvem kommer mest i potentielt farlige situationer?	Hvem kommer mest i potentielt farlige situationer?	
	Ja, én eller flere gange	Nej
Sejler	54%	46%
Roer	39%	61%
Fisker	46%	54%

4.3 Holdninger til sikkerhed

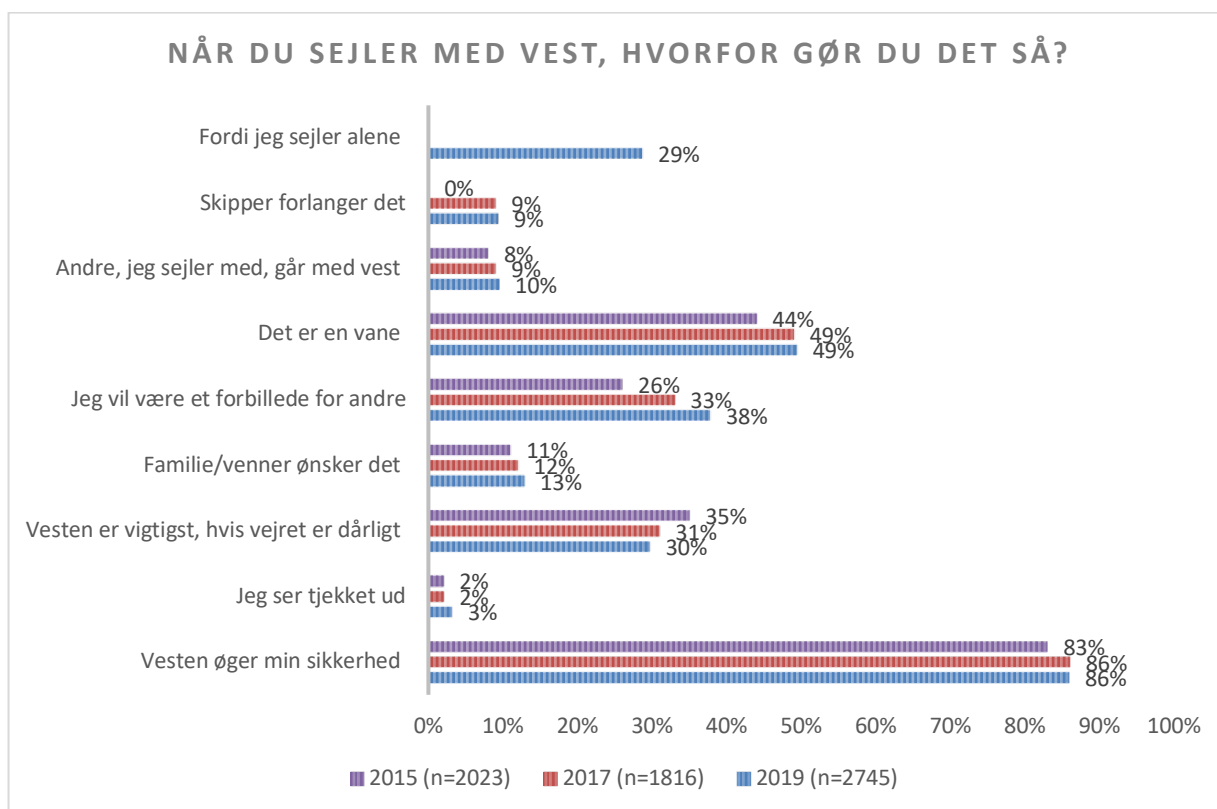
Holdninger til redningsvest

Jf. Figur 31 nedenfor er den mest udbredte grund til at bruge vest (blandt alle besvarelser undtagen de respondenter, der aldrig bruger vest), *at vesten øger sikkerheden*. Denne grund har 86 % angivet (86 % i 2017, 83 % i 2015). Dernæst svarer 49 %, at *det er en vane* (49 % i 2017, 44 % i 2015).

30 % mener fortsat, at *vesten er vigtigst, hvis vejret er dårligt* (31 % i 2017, 35 % i 2015). 38 % svarer, at de bærer vest for at være et forbillede for andre (33 % i 2017, 26 % i 2015), og 13 % bruger vesten, fordi *deres familie/venner ønsker det* (12 % i 2017, 11 % i 2015).

10 % har svaret, at de bruger vest fordi *andre, de sejler med, bruger vest* (9 % i 2017, 8 % i 2015). Dette er interessant set i relation til, at observationsstudiet i 2019 viser, at alle personer ombord på 47 % af bådene bærer vest. På 39 % af bådene er det ingen, som bærer vest, mens det er på 13 % af bådene, at dele af besætningen bærer vest. Hermed synes den sociale påvirkning at være betydningsfuld i relation til at bære vest, men denne påvirkning foregår muligvis mere ubevidst. Det er i forlængelse heraf også kun 9 % af respondenterne, der har svaret, at de bærer vest, fordi *skipper forlanger det* (9 % i 2017, dette var ikke et muligt svar i 2015). 29 % har svaret, at de bærer vest, *fordi jeg sejler alene* (dette var ikke et muligt svar i 2017 og 2015).

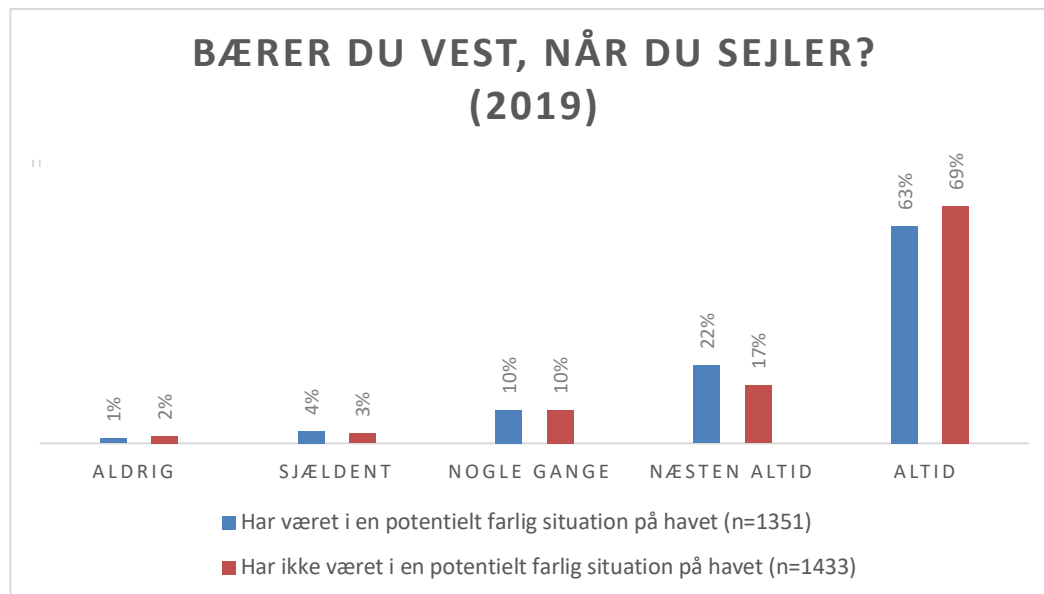
Figur 31



Det er en nærliggende tanke, at tidligere oplevelser med farlige situationer på havet kan have betydning for, hvorvidt personer efterfølgende vælger at bære redningsvest. Som det fremgår af nedenstående Figur 32 er det 63 % af de personer, som har været i en potentielt farlig situation på havet, som har svaret, at de *altid* bruger redningsvest, mens 22 % har

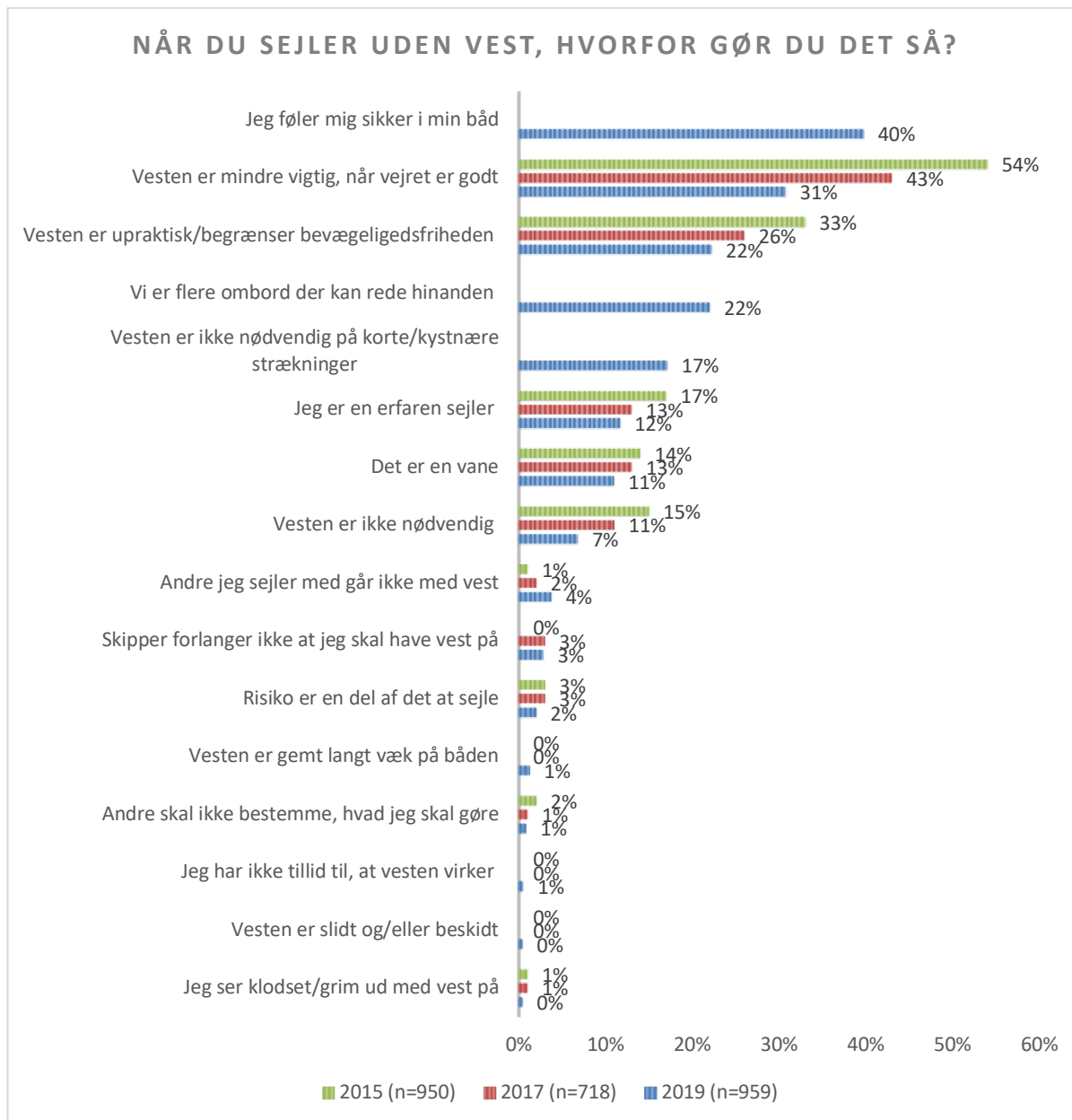
svaret, at de *næsten altid* bruger redningsvest. Blandt de personer, som ikke har været i en potentielt farlig situation på havet, er det imidlertid 69 %, som har svaret, at de altid bærer vest. At have oplevet en eller flere farlige situationer på havet synes således ikke at have positiv betydning for brugen af vest – det er snarere omvendt.

Figur 32



I surveyen er respondenterne også blevet spurgt om grunde til *ikke at bruge vest*, hvilket er opsummeret i nedenstående Figur 33.

Figur 33



Blandt alle respondenter undtagen de, der har svaret, at de altid bruger vest, svarer flest, at de ikke bruger vest, fordi *jeg føler mig sikker i min båd* (40 %). Denne kategori er tilføjet i 2019 og kan derfor ikke sammenlignes med tidligere svar.

Derudover svarer 31 %, at *vesten er mindre vigtig, når vejret er godt* (43 % i 2017, 54 % i 2015), hvilket er et fald på 23 procentpoint siden 2015. Myten om, at vesten er mindre vigtig i godt vejr, lever således fortsat, men en meget mindre andel har i år angivet vejret som en grund til ikke at bære vest. SejlSikkert's budskab om, at vesten er vigtig – også i godt vejr –

synes således i højere grad at være slået igennem i målgruppens holdninger til vestebrug i år sammenlignet med 2015.

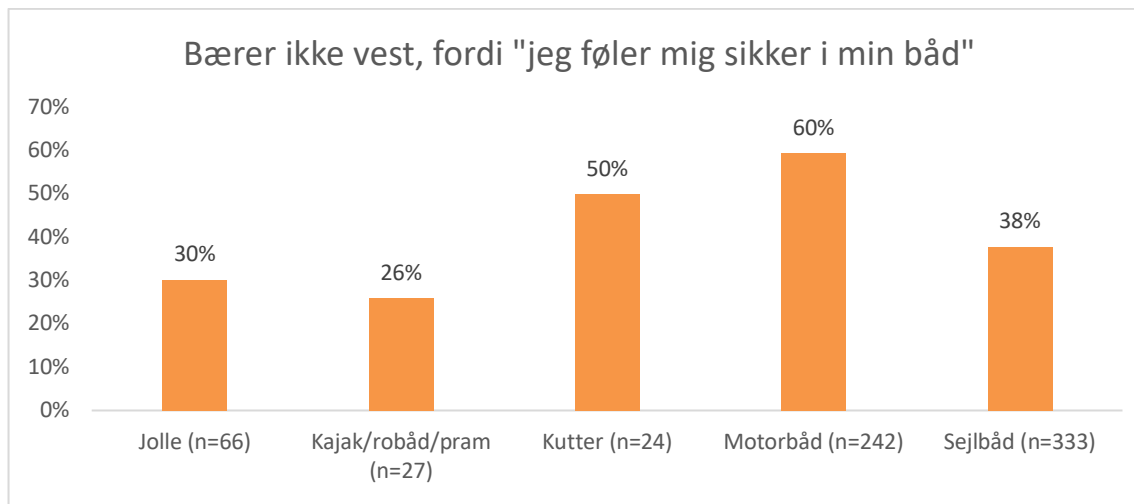
Endvidere mener 22 %, at vesten er upraktisk/begrænser bevægeligheden (26 % i 2017, 33 % i 2015). 22 % bruger ikke vest, når de flere om bord, der kan redde hinanden, og 17 % mener ikke, at vesten er nødvendig på korte/kystnære strækninger. Begge svarkategorier er nye i 2019, og der findes derfor ikke et sammenligningsgrundlag.

12 % bruger ikke vest, fordi de mener at være erfarne sejlere (13 % i 2017, 17 % i 2015), 11 % fordi det er en vane ikke at bruge vest (13 % i 2017, 14 % i 2015), 7 % fordi de mener, at vesten ikke er nødvendig (11 % i 2017, 15 % i 2015).

4 % bruger ikke vest, fordi andre, de sejler med, ikke går med vest (2 % i 2017, 1 % i 2015). Igen er det bemærkelsesværdigt, at den selvrapporterede sociale effekt er så markant anderledes, end den sammenhæng, der kan observeres i observationsstudiet, hvor tendensen er, at alle eller ingen ombord bærer vest.

Blandt de respondenter, der ikke altid bærer vest, har 40 % angivet, at de føler sig sikre i deres båd, som en grund til, at de ikke altid bærer vest, jf. Figur 33 ovenfor. Det er en nærliggende tanke, at nogle bådtyper opleves som mere sikre en andre. Som det fremgår af nedenstående Figur 34, er der en tendens til, at en større andel af de personer, som ikke altid bærer vest, og som ejer eller medejer en motorbåd eller en kutter, har angivet, at de føler sig sikre i deres båd som en grund til ikke at bære vest. Blandt sejlbådsejere, som ikke altid bærer vest, er det blot 38 %, som har angivet, at de føler sig sikre i deres båd som grund til ikke at bære vest. Bemærk her, at andelene for hhv. kutter-ejere og kajak/robåd/pram-ejere er baseret på et forholdsvist lavt antal respondenter (hhv. 24 og 27), hvormed andelene for disse grupper bør tolkes varsomt.

Figur 34



Skipperansvar

Som tidligere vist svarer 9 % af respondenterne i 2019, at de sejler med vest, fordi skipper forlanger det. Et vigtigt budskab i Sejlsikkert-kampagnen er, at skipper bør tage ansvar for sin besætning og opfordre til/kræve, at alle ombord bærer vest. I 2019 er alle respondenter blevet spurgt, om de synes det er rimeligt, hvis skipper forlanger, at alle ombord skal bære vest. Hele 98 % svarer, at dette er rimeligt. Det er ligeledes størstedelen, (91 %) af bådejerne, som svarer, at de *ikke* synes, det kan være svært at bede andre ombord om at tage vest på. Der synes således ikke at være en barriere for, at skipperne kan sætte sig igennem og direkte påvirke brugen af vest på deres båd. Herunder ses et udpluk af de kommentarer, som respondenterne har kunne angive i relation til dette spørgsmål⁶:

Vil man sejle med mig har man vest på

Vil ikke skabe utryghed

Vi kaster aldrig fortøjninger uden at ALLE har vest på

Vi har en enkelt ven, der synes det er noget pjat. Da han selv har båd, og aldrig bruger vest, lader vi ham slippe. Han er kun med en gang om året, til hornfiskekonkurrence.

Vi er flere ejere på båden, og når én af de andre mandlige ejere ikke ønsker at bruge vest, kan det være en svær konfrontation at tage.

Vestene ligger altid fremme og gæster er orienteret om brugen af dem

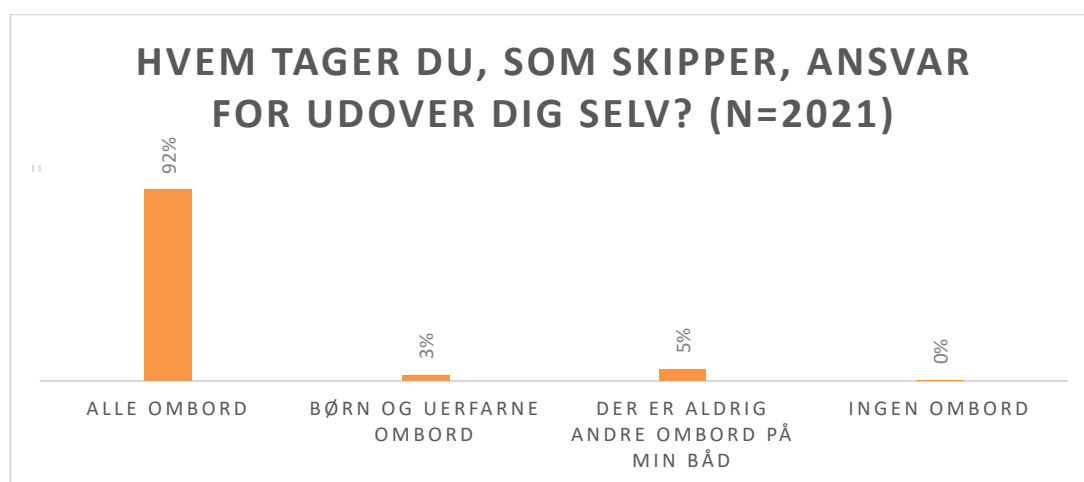
Ved Ældre og erfarne passagerer kan det være svært at blive ved med at insistere på at de også skal bruge vesten...

Undtagelse er når vi ligger for anker/på boje. Børn bærer vest selvom vi ligger i havn.

⁶ Af Bilag 7 fremgår alle respondenternes kommentarer til dette spørgsmål.

Af nedenstående Figur 35 fremgår det i forlængelse heraf, at næsten alle (92 %) af de respondenter, som ejer eller er medejer af en båd (altså er skippere) tager ansvar for alle ombord. Kun 5 (svarende til 0 % afrundet) af de adspurgte skippere svarer, at de tager ansvar for *ingen ombord*.

Figur 35



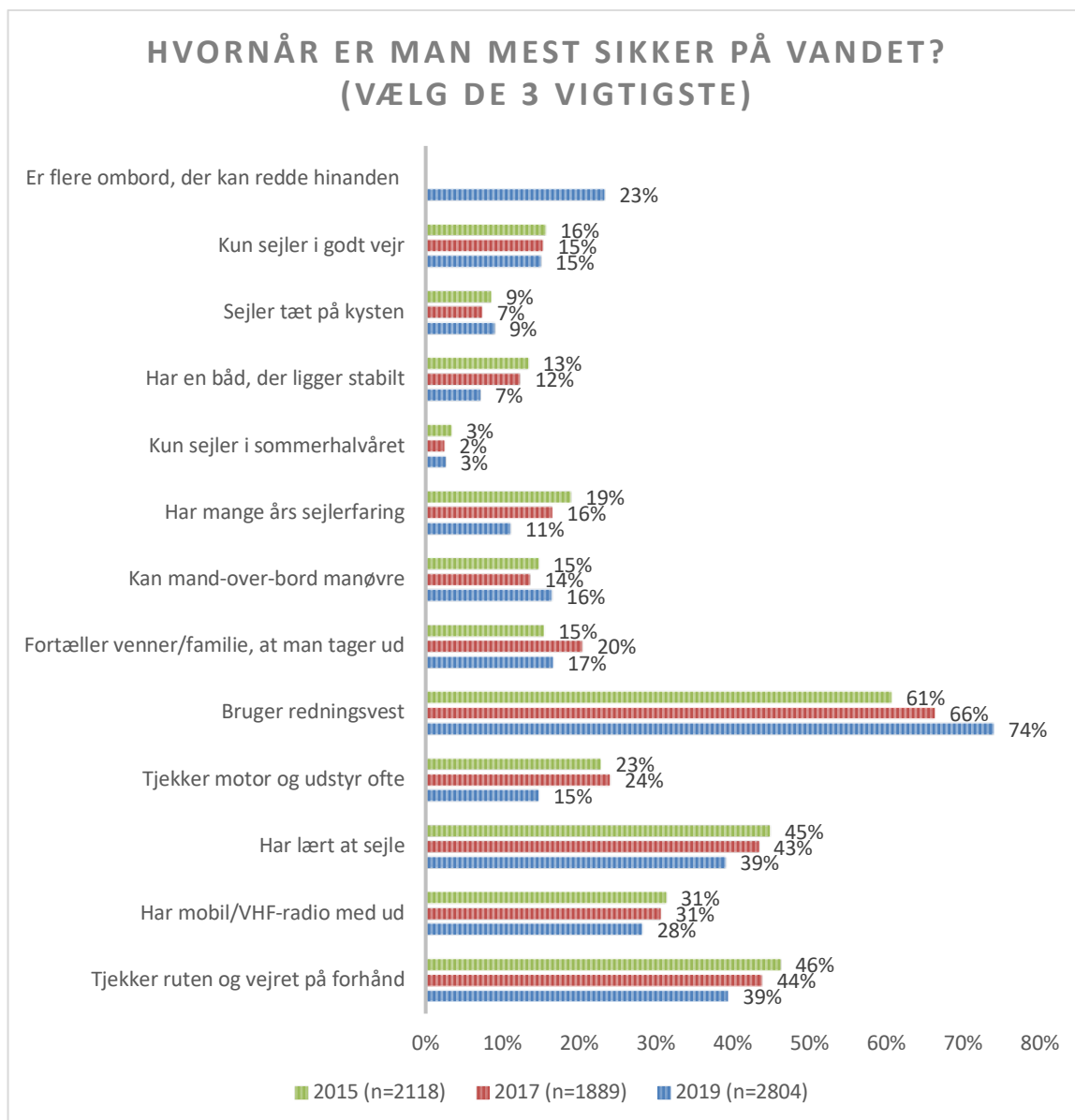
Adspurgt, om skipperne tager skipperansvar og sørger for, at alle ombord bærer vest, svarer 86 % *Ja*, mens 14 % svarer *Nej*. Dette stemmer umiddelbart forholdsvis dårligt overens med observationsstudierne, som viser, at ingen bar vest på 39 % af de observerede både på observationsdagene i 2019. Spørgeskemaundersøgelsen peger dog på, at der blandt skippere er en stor bevidsthed om skipperansvar, og at langt størstedelen har en opfattelse af, at de sørger for, at alle bruger vest ombord.

Hvornår er man sikker – sejlråd og myter

Respondenterne er igen i år blevet bedt om at angive, hvornår de mener, at man er sikker på vandet. Her har de haft mulighed for at vælge mellem De 5 sejlråd og en række myter om sikkerhed, dvs. forkerte antagelser om, hvornår man er sikker på havet. Respondenterne har kun fået mulighed for at vælge 3 svarmuligheder og har derfor måttet prioritere.⁷

⁷ I 2019 er spørgsmålet omformuleret til "Hvornår er man mest sikker på vandet?", mens spørgsmålsformuleringen i 2015 og 2017 lød "Hvornår er man sikker på vandet?".

Figur 36



Overordnet set bliver De 5 sejlråd fortsat i væsentligt højere grad valgt frem for de øvrige valgmuligheder.

Sejlrådene *bruger redningsvest* (74 %), *tjekker ruten og vejret på forhånd* (39 %), *har lært at sejle* (39 %) og *har mobil/VHF-radio med ud* (28 %) bliver fortsat valgt af den største andel af respondenterne. Dog er der ved de tre sidstnævnte sket et mindre fald i andelen af respondenterne, der har valgt disse som én af de tre vigtigste årsager til at være sikker på vandet. Omvendt er der siden baseline i 2015 sket en væsentlig stigning i andelen af

respondenter, som har svaret, at man er mest sikker på vandet, når man bruger redningsvest. I 2019 er det 74 % af respondenterne, der har angivet dette, mens det i 2015 blot var 61 %, dvs. en stigning på 13 procentpoint.

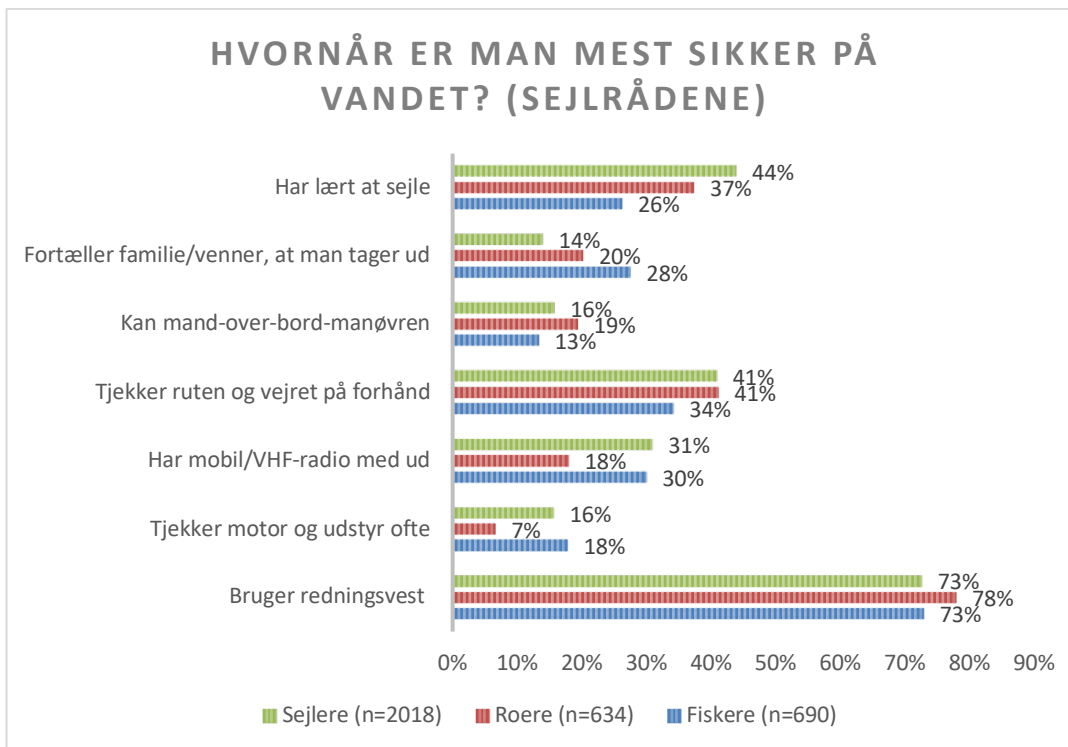
De tre råd *Tjekker motor og udstyr ofte* (15 %), *Fortæller venner/familie, at man tager ud* (17 %) og *Kan mand-over-bord-manøvren* (16 %) relaterer sig direkte til De 5 sejlråd, men vælges af en forholdsvis lav andel af respondenterne. Det er her vigtigt at understrege, at respondenterne maksimalt har kunne vælge 3 svar som definerede for, hvornår man er mest sikker, hvormed de 3 vigtigste vælges. Det er alligevel bemærkelsesværdigt, at der er sket et forholdsvis stort fald på 8 procentpoint siden 2015 i andelen af respondenter, der har angivet rådet *Tjekker motor og udstyr ofte* som en af de tre vigtigste faktorer i forhold til at være sikker på vandet. Dette er desuden en tendens, der går igen i respondenternes rapporterede praksis omkring at tjekke sin båd og motor hver gang, man sejler, som en mindre andel af respondenterne i 2019 gør sammenlignet med 2017 (jf. afsnit 4.2 Adfærd på havet og De 5 sejlråd).

I relation til myterne om, hvornår man er sikker på vandet, ses generelt et fald i andelen af respondenterne, der har angivet en myte, som en af de tre vigtigste faktorer i forhold til at være sikker på vandet. I 2019 er det 11 %, der svarer *Har mange års sejlerfaring*. I 2015 lå andelen på 19 %, hvilket således er en positiv udvikling. Det samme gør sig gældende for myten *Har en båd, der ligger stabilt*, som 7 % har valgt i 2019, mens 13 % valgte denne svarmulighed i 2015. De øvrige myter er nogenlunde på niveau med de tidligere år fx myten *Sejler kun i godt vejr*, som 15 % har angivet som en af de tre vigtigste faktorer ift. at være sikker på vandet. Det gjorde sig gældende for 15 % i 2017 og 16 % i 2015.

I 2019 er der til spørgsmålet tilføjet svarmuligheden *Er flere ombord, der kan redde hinanden*, som hele 23 % af respondenterne har markeret som én af de tre vigtigste faktorer i relation til at være sikker på vandet. Næsten ¼ mener dermed, at man er mere sikker på vandet, hvis man er sammen med andre. Dette skal i øvrigt ses i relation til, at kun 16 % har svaret, at det at kunne mand-over-bord-manøvren er én af de 3 vigtigste faktorer for at være sikker på vandet. At så stor en andel af respondenterne har valgt denne nye svarmulighed kan desuden være med til at forklare faldet i nogle af de øvrige kategorier.

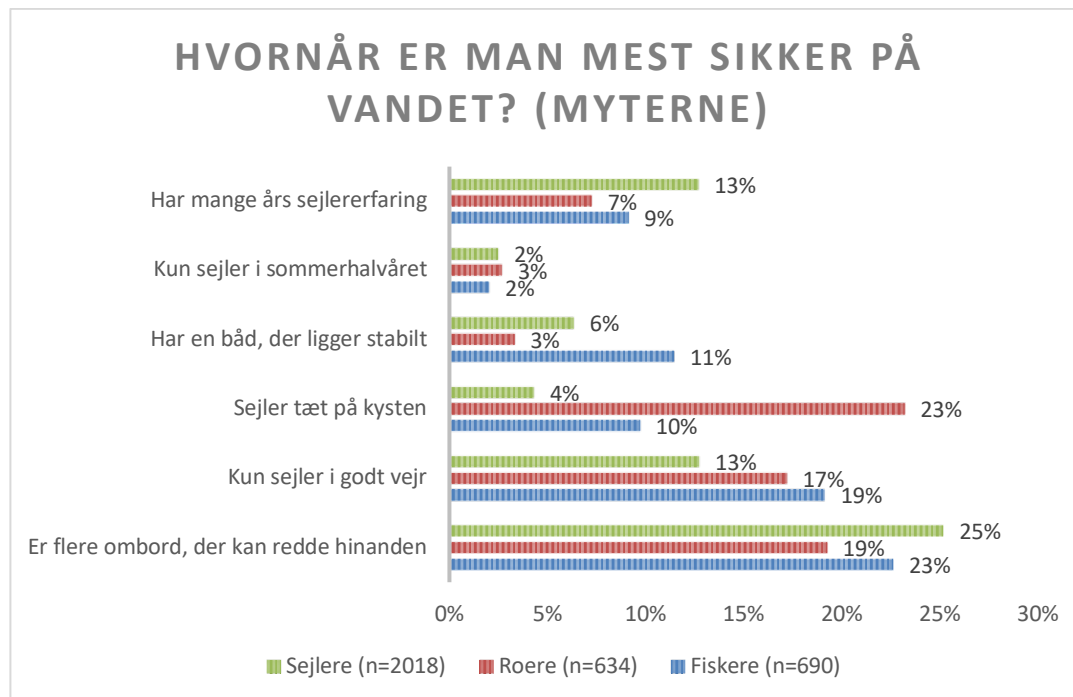
I relation til hvilke faktorer, der er valgt som de vigtigste for sikkerheden på vandet, fremgår det af nedenstående to figurer, hvordan svarene fordeler sig blandt hhv. sejlere, roere og fiskere. Der ses tydelige forskelle blandt målgrupperne, fx har 44 % af sejlerne markeret *Har lært at sejle*, mens det samme kun gælder for 26 % af fiskerne. Omvendt har en større andel af fiskerne, 28 %, markeret *Fortæller familie/venner, at man tager ud*, hvilket kun gælder for 14 % af sejlerne.

Figur 37



Som det fremgår af nedenstående Figur 38, lever myten om, at man er mest sikker, når man sejler tæt på kysten mest blandt roerne (23 %), mens myten om, at man er mest sikker, når man *Kun sejler i godt vejr*, lever bedst blandt fiskerne (19 %).

Figur 38



Opmærksom på sikkerhed

I forhold til, hvornår respondenterne bliver særligt opmærksomme på sikkerhed, er det fortsat *Når vejret bliver dårligt*, flest respondenter har markeret. I 2019 har 70 % markeret dette som en grund til at være særligt opmærksom på sikkerhed (74 % i 2017, 75 % i 2015). 51 % bliver særligt opmærksomme på sikkerheden, *Når jeg har uerfarne gæster med om bord* (60 % i 2017, 57 % i 2015), 39 % *Når jeg sejler alene* (49 % i 2017, 51 % i 2015), og 39 % *Når jeg oplever en farlig situation på havet* (40 % i 2017, 42 % i 2015).

11 % bliver særligt opmærksomme på sikkerhed, når der har været sikkerhedsarrangementer i klubben/på havnen. Der er 9 %, der efter eget udsagn bliver særligt opmærksomme på sikkerhed, når de ser plakater om sikkerhed.

Forhindringer for sikkerhed

Adspurgt, hvilke forhindringer respondenterne ser for deres sikkerhed til søs, svarer 61 %, at de ikke ser nogen forhindringer. 22 % svarer *Priser for sikkerhedsudstyr*, 7 % svarer at de *mangler information*, 3 % er *ikke opmærksomme nok*, 11 % svarer, at de *mangler færdigheder*, og 2 % svarer, at det er for besværligt. 4 % svarer *Andet*, hvor svarene typisk handler om andres uvidenhed eller uopmærksomhed, alder og aftagende fysik.

4.4 Behov ift. kampagnen

Behov for viden

Næsten halvdelen (42 %) af respondenterne vurderer selv, at de ingen viden mangler i forhold til sikkerhed til søs (47 % i 2017, 44 % i 2015).

Mellem 14 % og 23 % mener, at de mangler viden om vedligeholdelse af motor, singlehand-sejlads, vedligeholdelse af oppustelig redningsvest, nødraketter og moderne sikkerhedskommunikation, elektroniske søkort og/eller tolkning af vejret. Mellem 4 % og 12 % mener, at de mangler viden om mand-over-bord manøvre, vedligeholdelse af udstyr, sikkert fiskeri og/eller fordelingen af roller mellem skipper og besætning.

Hvor målgrupperne henter information

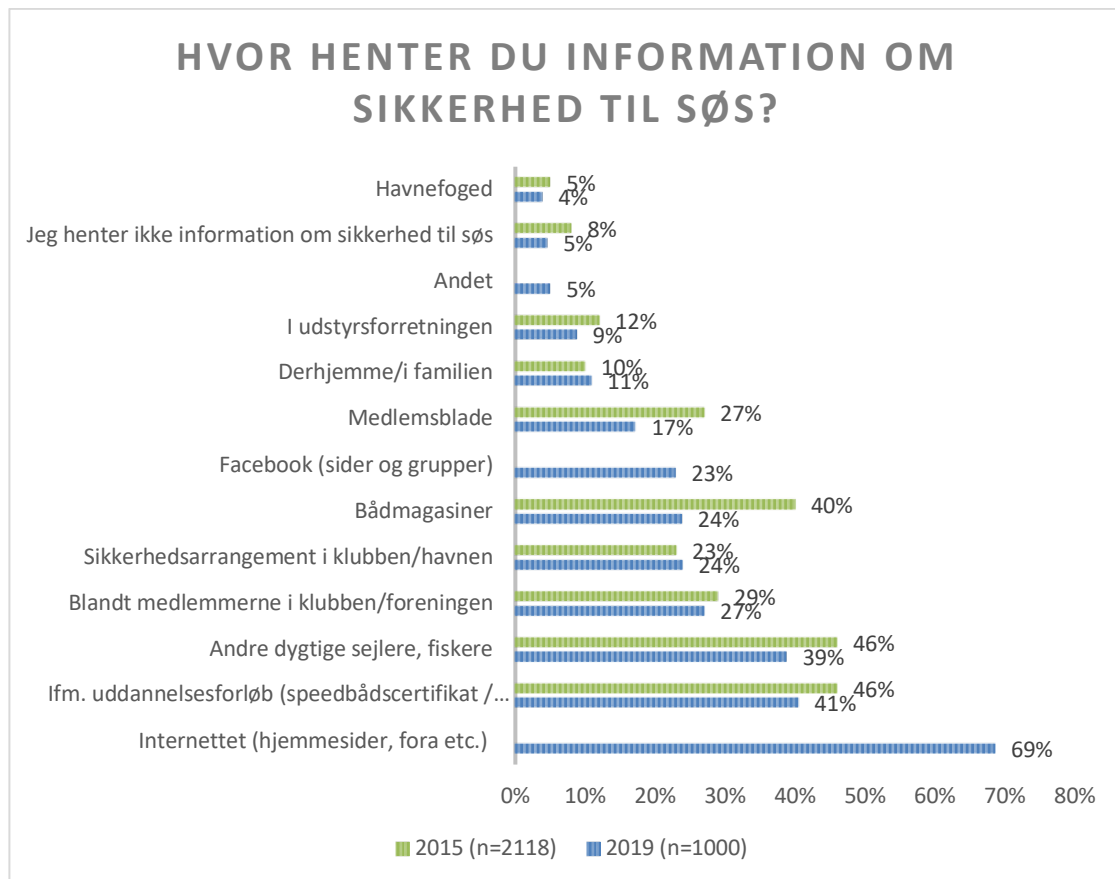
Som det fremgår af nedenstående Figur 39, er det størstedelen af respondenterne i 2019, der henter deres information om sikkerhed til søs på *internettet* (69 %)⁸. I 2017 gjaldt det for 62 % af respondenterne⁹. I 2019 svarer 41 %, at de henter information ifm. uddannelsesforløb, 39 % henter information *blandt andre dygtige sejlere/fiskere*, 27 % *blandt medlemmer i klubben/foreningen*. 23 % svarer, at de henter information på *Facebook (sider og grupper)*¹⁰

⁸ Andelene i 2019 er her beregnet på baggrund af de sidste 1000 besvarelser i undersøgelsen. Dette skyldes en teknisk fejl i spørgeskemaet, som bevirkede, at det ikke var muligt for respondenterne at vælge andre kilder til information, hvis *internettet* var valgt. Fejlen blev rettet, hvormed de sidste 1000 besvarelser er brugbare. De tekniske fejl gjorde sig også gældende i 2017, hvorfor der alene sammenlignes med andelen af respondenter, der har svaret *internettet* i 2017.

⁹ I 2015 var det ikke muligt at svare *Internettet*.

¹⁰ I 2015 var det ikke muligt at svare *Facebook (sider og grupper)* eller *Andet*.

Figur 39

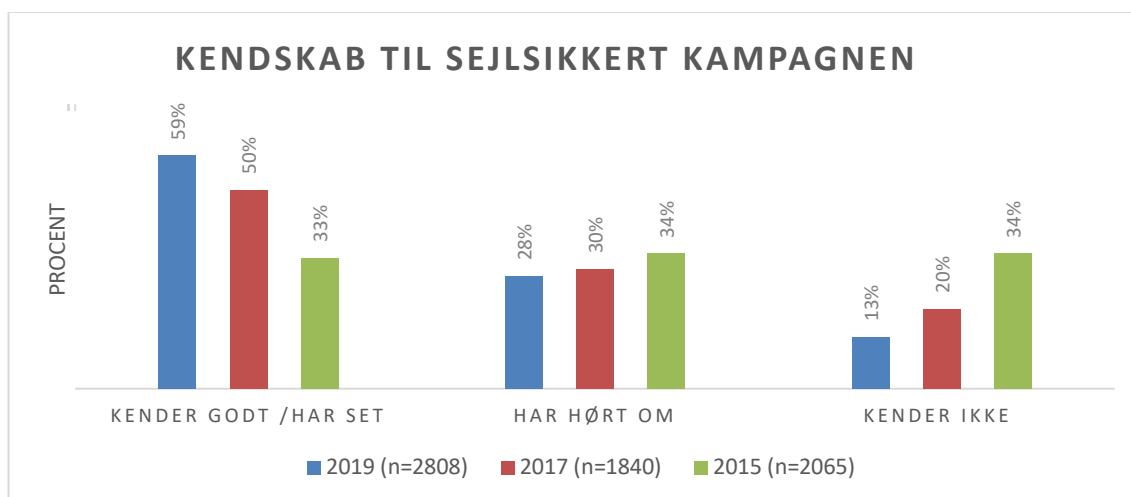


5. GENERELT KENDSKAB TIL OG VURDERING AF KAMPAGNEN BLANDT MÅLGRUPPERNE

5.1 Kendskab til Sejlsikkert

Siden 2015 er kendskabet til Sejlsikkert blandt målgruppen steget støt. I 2019 er det 59 %, som kender kampagnen eller har set den¹¹. Dette er en stigning på næsten 80 % siden 2015. Det er i 2019 28 % af målgruppen, som blot har hørt om Sejlsikkert, mens 13 % ikke kender Sejlsikkert. I 2015 var det 34 %, som ikke kendte Sejlsikkert. I 2019, udgør den samlede andel af målgruppen, som *kender godt/har set* eller *har hørt* om kampagnen 87 %. I 2015 gjaldt det samme kun for 67 %, og der er således tale om en stigning på 30 %.

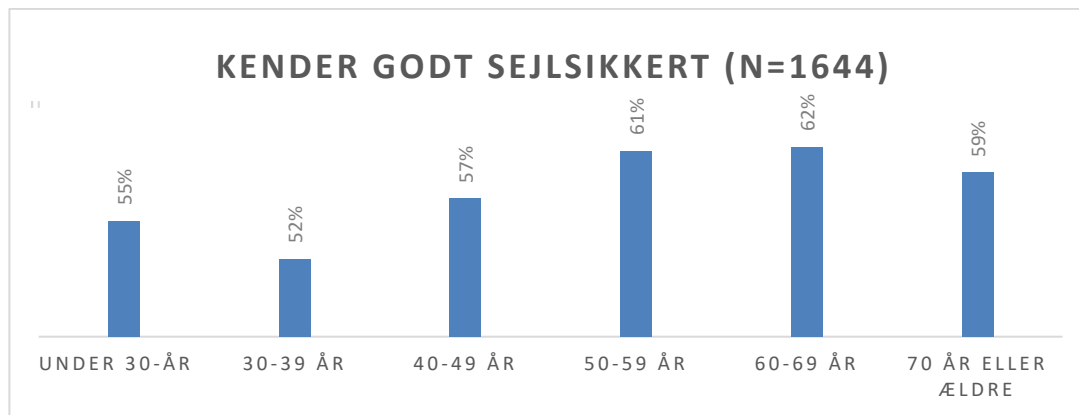
Figur 40



Som det fremgår af nedenstående Figur 41 er kendskabet til Sejlsikkert særligt højt blandt de 50+ årige, og det er desuden her, stigningen i kendskabet siden 2017 primært er sket. Blandt personer under 40 år er kendskabet til Sejlsikkert forholdsvis uændret siden 2017.

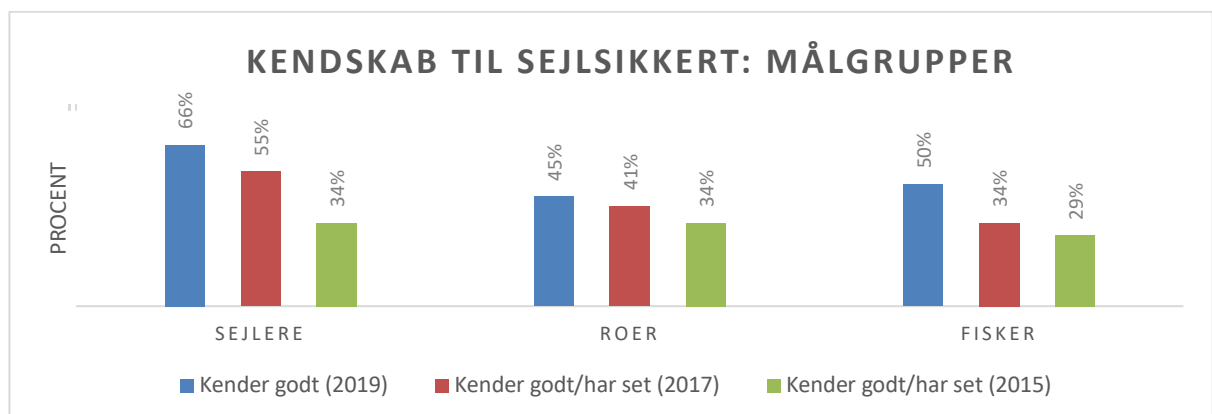
¹¹ I 2019 blev svarkategorien *Kender godt/ har set* ændret til *Kender godt*.

Figur 41



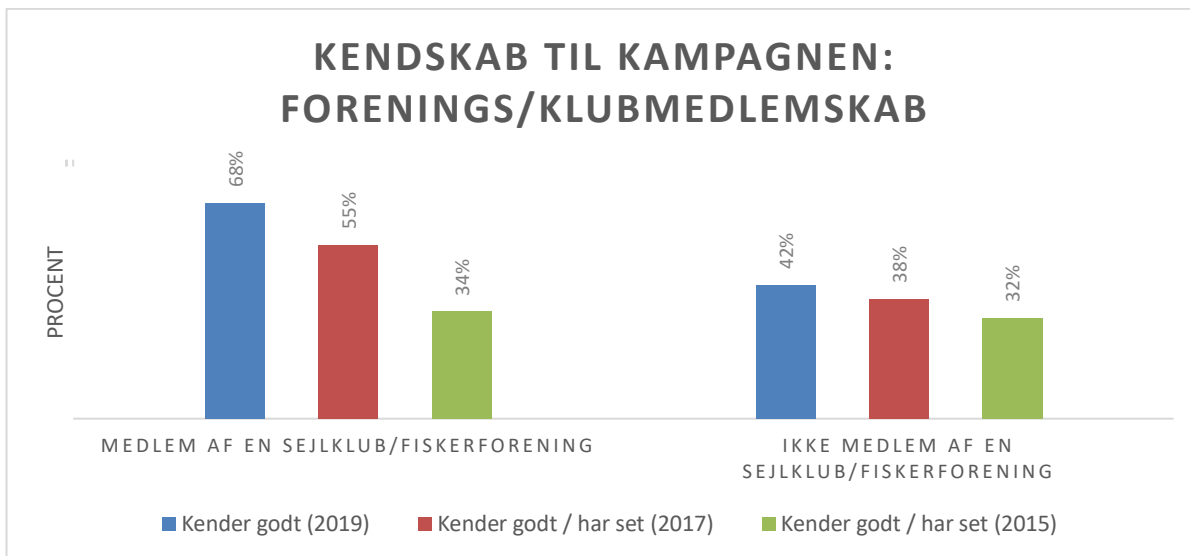
Kendskabet til Sejlsikkert er desuden højest blandt sejlerne, hvilket var en tendens, der også gjorde sig gældende i 2017. I 2019 er det 66 % af sejlerne, der har svaret at de *Kender godt* Sejlsikkert. Det samme gør sig gældende for 45 % af roerne og 50 % af fiskerne.

Figur 42



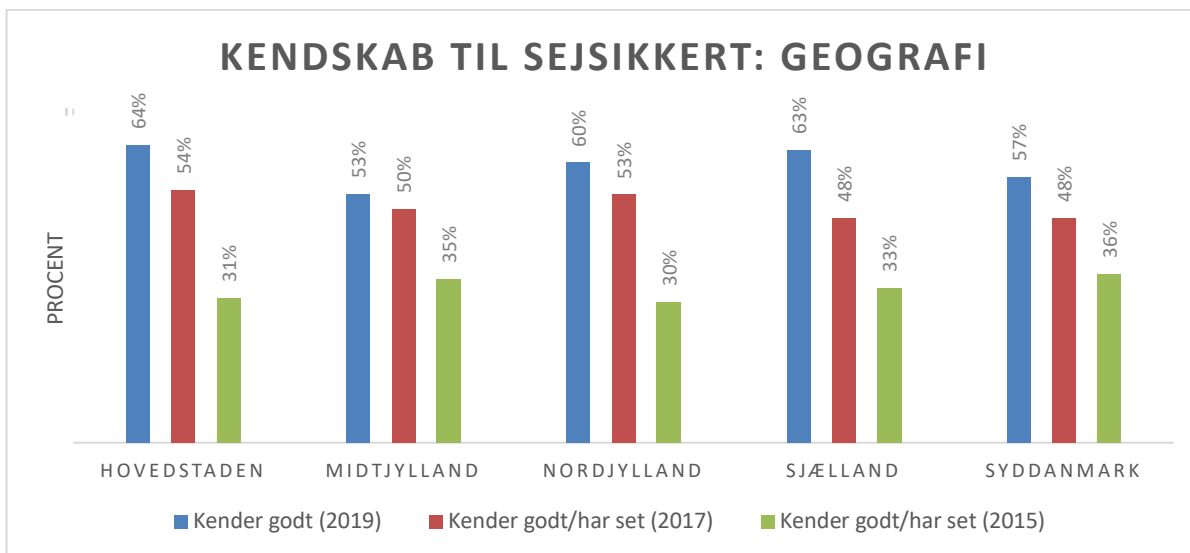
Der synes fortsat at være en sammenhæng mellem det at kende Sejlsikkert og at være medlem af en fiskerforening eller sejlkлуб. Som det fremgår af nedenstående Figur 43 er kendskabet til Sejlsikkert væsentligt højere blandt medlemmer af sejlkлубber/fiskerforeninger. Kendskab til kampagnen blandt medlemmerne af sejlkлубber/fiskerforeninger er steget med 100 % siden 2015. Det er desuden blandt medlemmerne, at den største stigning i kendskabet til Sejlsikkert er fundet sted.

Figur 43



Der er derimod ikke de store forskelle i kendskabet til Sejlsikkert på tværs af landet. Som det ses i figuren nedenfor, er kendskabet på omkring 60 % i alle regioner, kun Midtjylland undtaget, hvor 53 % kender Sejlsikkert godt.

Figur 44

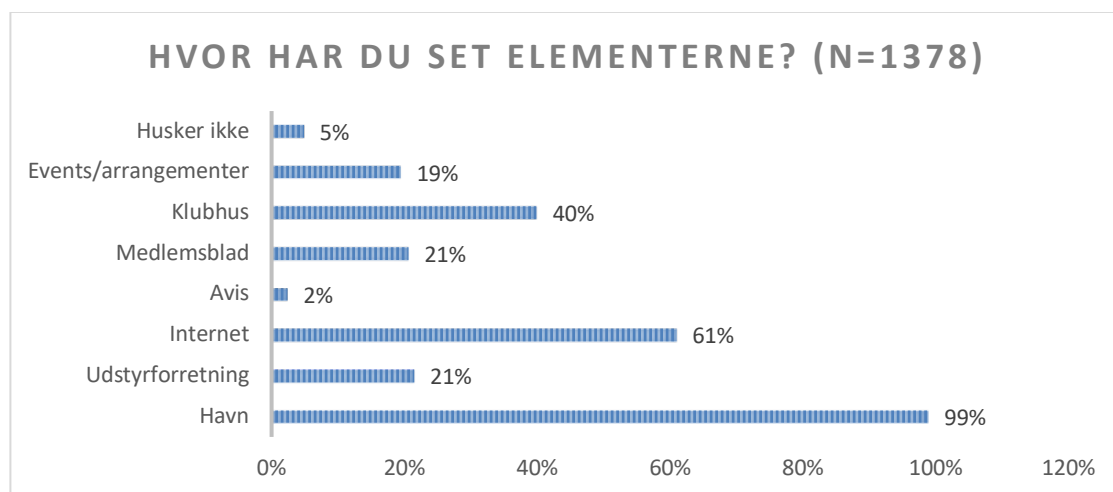


5.2 Kendskab til kampagneelementer

I 2019 er det 63 % af respondenterne, der har svaret, at de har set et eller flere af tre viste kampagneelementer fra 2018-kampagnen¹². 31 % har svaret, at de ikke har set elementerne, og 7 % har svaret *Ved ikke*.

De respondenter, som har set elementerne fra 2018, er blevet spurgt, hvor de har set dem. Af nedenstående Figur 45 fremgår det, at respondenterne primært har set 2018-materialerne på havnen (99 %) eller på internettet (61 %). 40 % af de respondenter, der har set materialerne, har set dem i klubhuset.

Figur 45

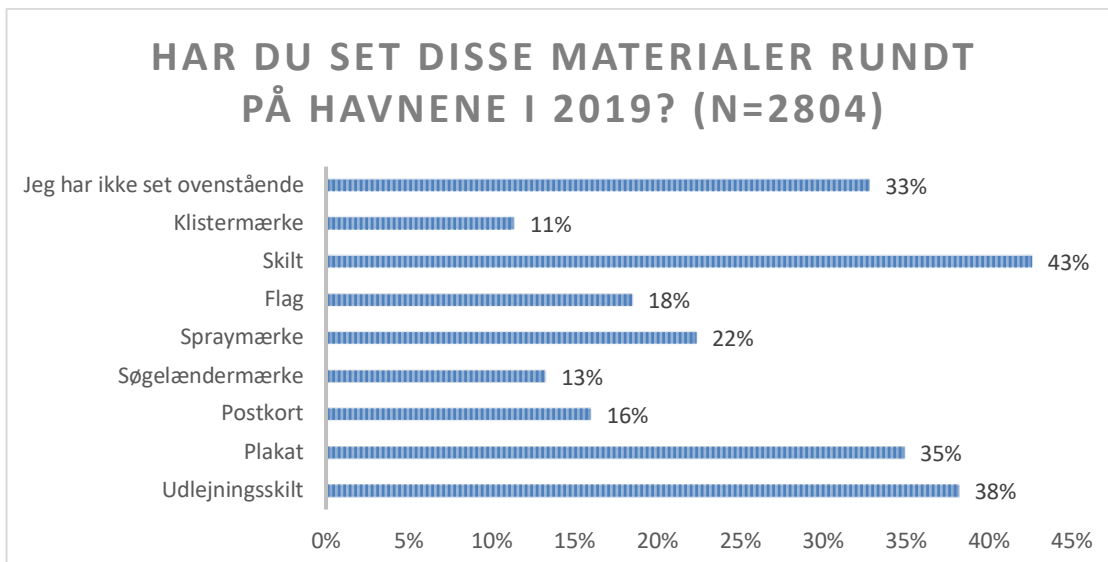


Respondenterne er desuden blevet præsenteret for en række materialer fra 2019 - temakampagnen. Som det fremgår af nedenstående Figur 46, har den største andel af alle respondenterne i 2019 bemærket *skilte* (43 %), *udlejningskilte* (38 %) og *plakater* (35 %).

22 % har bemærket spraymærket, 18 % har set flag, 16 % har set postkort, 13% har set søgelændermærket, og 11 % har set klistermærkerne. Hver tredje respondent har svaret, at de ikke har set de ovenstående materialer rundt på havnene.

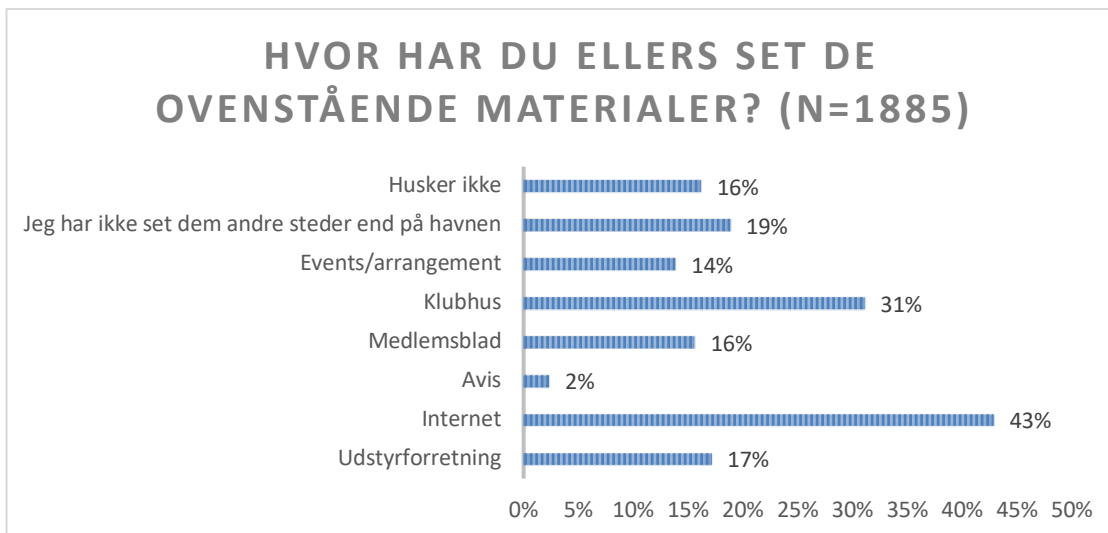
¹² De tre viste elementer er "Sejlsikkert"-mærker, et spraymærke og et still-billede fra en kampagnefilm fra 2018.

Figur 46



Som det fremgår af nedenstående Figur 47 har 43 % af de respondenter, som har set materialerne på havnene i 2019, også set dem på internettet. 31 % har set dem i klubhuset og 14 % har set dem til et event eller arrangement. 19 % har set dem til et event eller arrangement. 19 % har ikke set materialerne andre steder end på havnen.

Figur 47

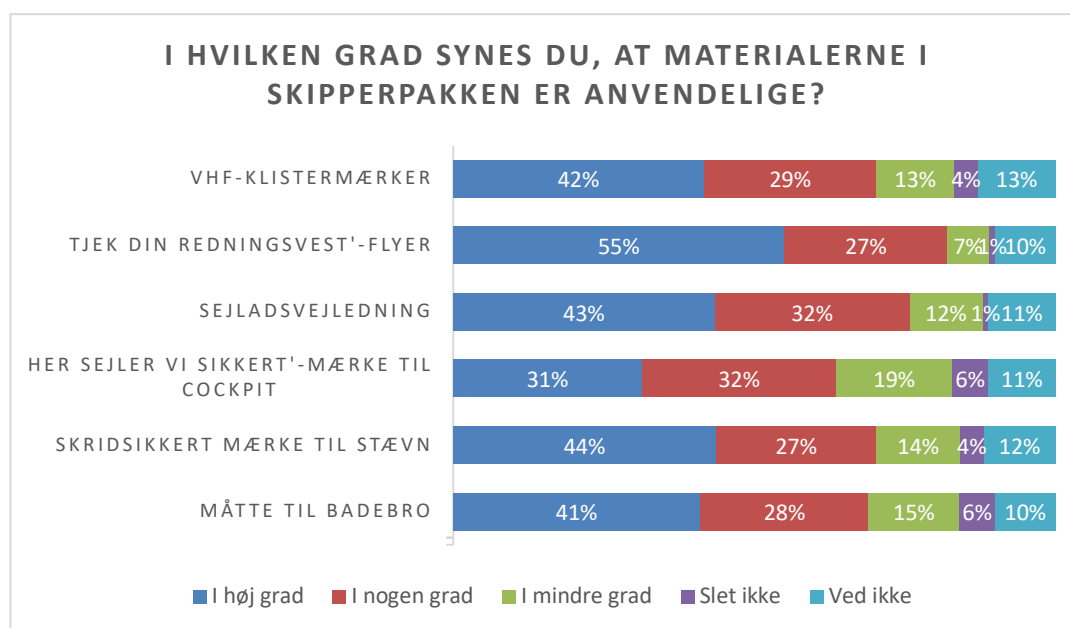


Som den fremgår af ovenstående Figur 47, har 22 % af respondenterne set søgelændermærkerne, som er blevet hængt op rundt omkring på både i havne i 2019. Dette er ud fra en tanke om, at bådens stævn kan udnyttes til direkte kommunikation med skipper om at huske vesten inden udsejling. For at blive klogere på, om en yderligere udbredelse af søgelændermærkerne eller andre mærker med buskaber om sikkerhed til søs er en mulighed, er respondenterne blevet spurgt: *Må andre hænge noget (fx reklame eller information) på din båd, såfremt det let kan tages af?* Til dette har 4 % svaret *Ja altid*, 59 % har svaret *Ja, hvis det tjener et godt formål (fx et budskab om sikkerhed til søs)*, og 37 % svarer *Nej*. Der er således en væsentlig del af målgruppen, som ikke vil have, at der sættes materialer direkte på deres båd, og en omfattende udbredelse af søgelændermærker eller lignende bør derfor nøje overvejes for at undgå irritation fra målgruppen, som eventuelt kan have en negativ effekt på deres opfattelse af kampagnen og dennes budskaber.

Skipperpakke

Som en del af Sejlsikkert-temakampagne i 2019 er der desuden blevet fremstillet særlige Sejlsikkert-skipperpakker, som indeholder materialer til skippere, herunder en bro-måtte, skridsikkert mærke til stævn, VHF-klistermærker mv.

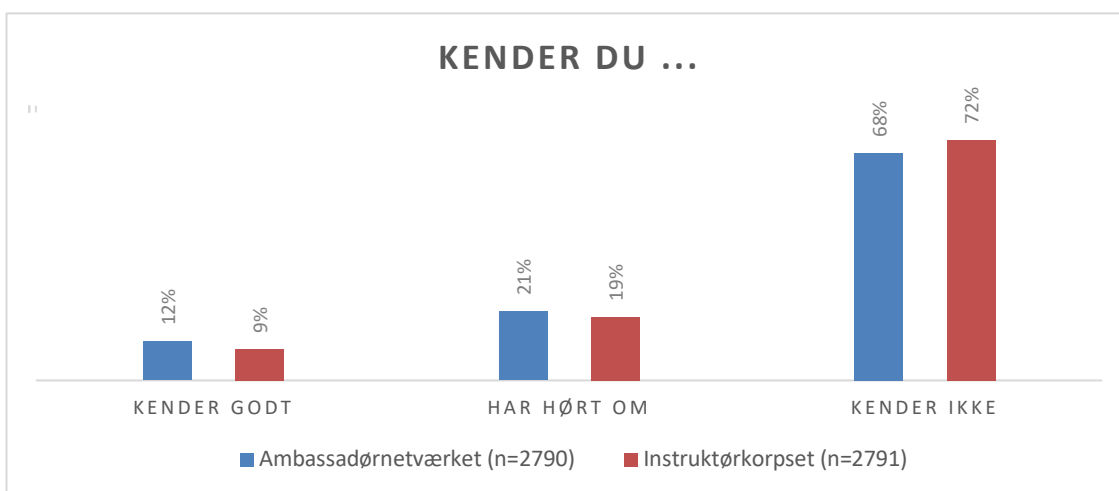
12 % af respondenterne har hørt om skipperpakken, mens 8 % har modtaget den. 80 % kender ikke til skipperpakken. Af alle, som har hørt om eller modtaget årets skipperpakke, er 86 % ejere eller medejere af en båd. Det tyder dermed på, at skipperpakkerne er nået ud til den tilsigtede målgruppe, nemlig skippere. Som det fremgår af nedenstående figur, er det særligt 'Tjek din redningsvest'-flyeren, som de respondenter, som kender til skipper-pakken, vurderer mest anvendelige.



Kendskab til ambassadørnetværket og instruktørkorps

Kendskab hhv. til ambassadørnetværket og instruktørkorpsset iblandt målgruppen er ikke så stort som til Sejlsikkert-kampagnen i sig selv, jf. nedenstående Figur 48. Hhv. 33 % og 28 % *kender godt* eller *har hørt* om ambassadørnetværket og instruktørkorpsset. Dette er en stigning fra 2017, hvor det var hhv. 28 % og 24 %, som kendte/havde hørt om ambassadørnetværket og instruktørkorpsset.

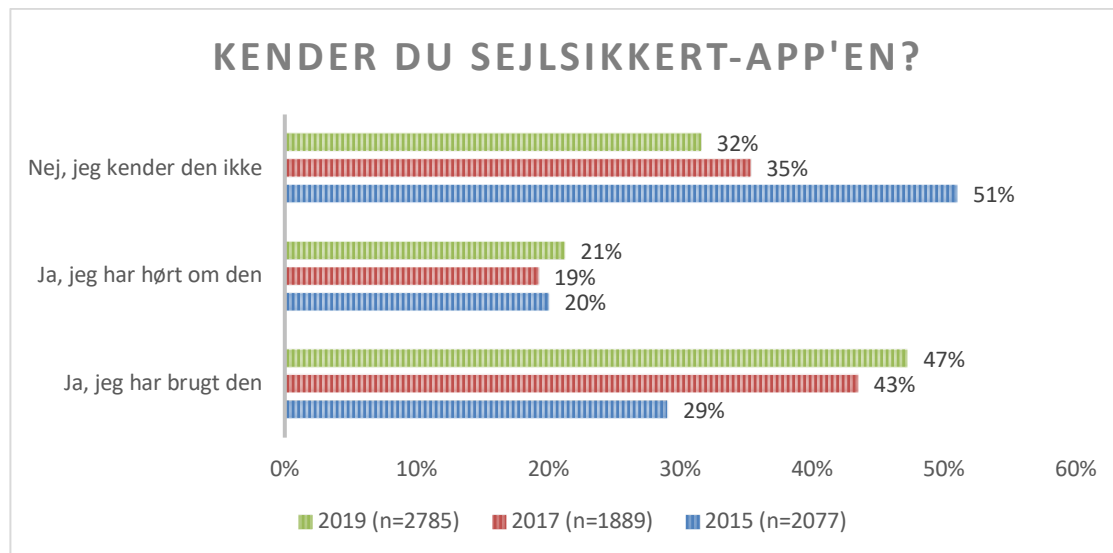
Figur 48



Kendskab til SeljSikkert-app's og hjemmeside

I 2019 er det hele 47 % af respondenterne, der har svaret, at de har brugt Sejlsikkert-app'en, jf. nedenstående Figur 49. Dette er en stigning på 18 procentpoint siden 2015. I 2019 er det desuden ca. 1/3, som ikke kender Sejlsikkert-app'en, hvilket er et fald på 19 procentpoint siden 2015.

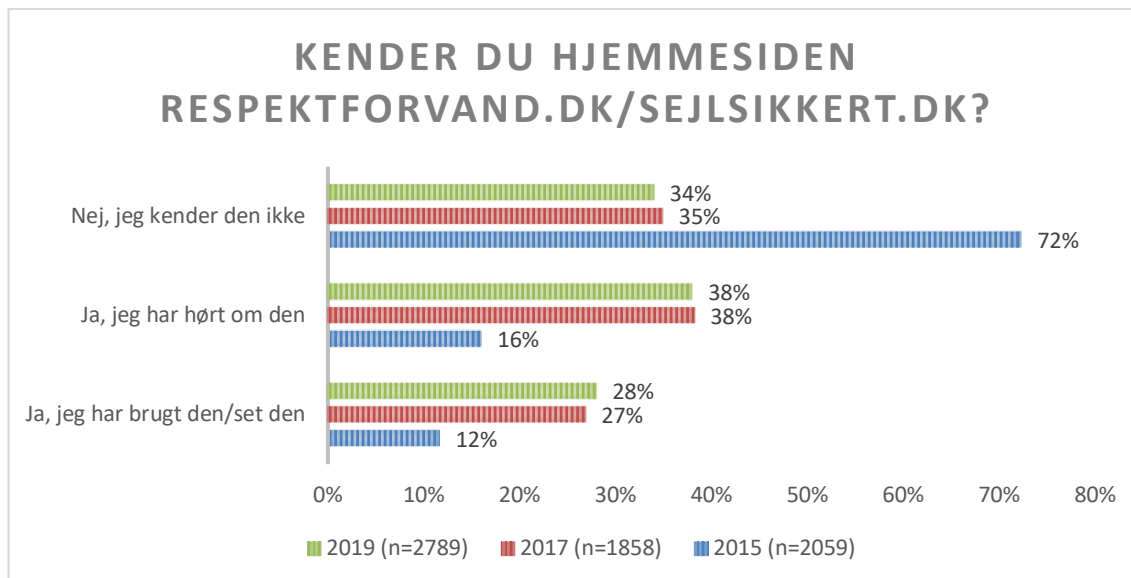
Figur 49



17 % af respondenterne har desuden angivet, at de har brugt SejlSikkert Alarm-app'en. 34 % har hørt om den, og 49 % har svaret, at de ikke kender SejlSikkert Alarm-app'en. 77 % af de respondenter, som har brugt SejlSikkert Alarm-app'en, har svaret, at de føler sig mere sikre til søs, når de bruger app'en. 52 % har svaret *Ja* til, at de oplever, at deres pårørende er mere trygge, når respondenteren er til søs, efter vedkommende er begyndt at bruge SejlSikkert Alarm. Der er ikke nogen nævneværdig forskel på, om det primært er sejlere, roere eller fiskere, der føler sig mere sikre ved at bruge SejlSikkert Alarm-app'en.

Som det fremgår af nedenstående Figur 50, er kendskabet til respektforvand.dk/sejlsikkert.dk steget markant siden baseline i 2015. Hvor 72 % i 2015 ikke kendte til hjemmesiden gælder dette kun for 34 % af respondenterne i 2019. I 2019 har 28 % af respondenterne brugt hjemmesiden, og 38 % har hørt om den.

Figur 50



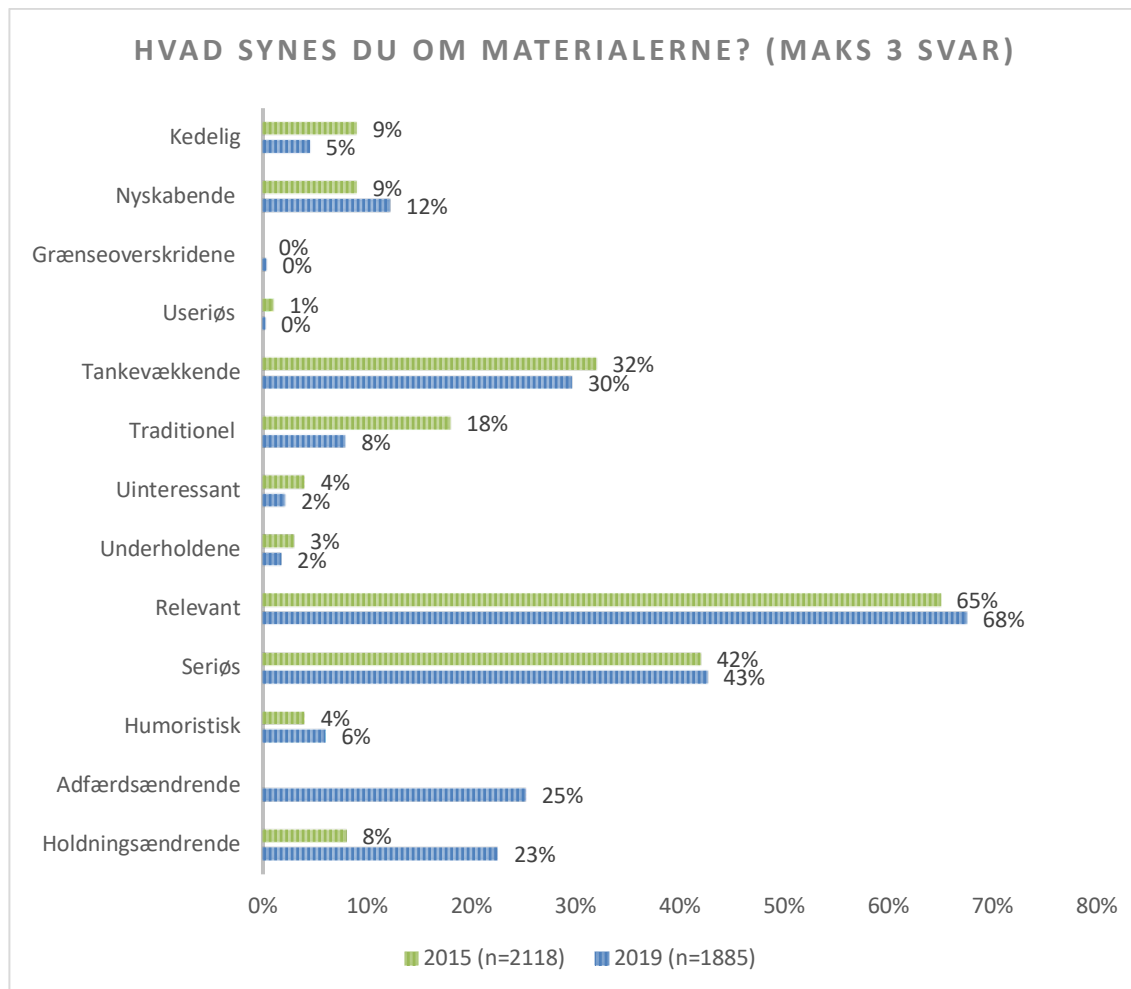
Kendskabet til hjemmesiden soesport.dk er lavere sammenlignet med sejsikkert.dk. I 2019 har 19 % af respondenterne brugt hjemmesiden, 29 % har hørt om hjemmesiden, og 52 % kender ikke soesport.dk. I 2017 var det 34 %, som havde brugt/set hjemmesiden, 25 % havde hørt om den, mens 40 % ikke kendte soesport.dk.

5.3 Vurdering af kampagnematerialer

De respondenter, som har set et eller flere af materialerne fra 2019-kampagnen, er blevet spurgt om, hvad de synes om dem. 68 % finder kampagnematerialerne fra 2019 *relevante*, 43 % finder dem *seriøse*, og 30 % finder dem *tankevækkende*. 25 % finder kampagnematerialerne *adfærdsændrende* og 23 % finder dem *holdningsændrende*. Sammenlignet med tema-kampagnen fra 2015 er dette en væsentlig forbedring, hvor kun 8 % af respondenterne angav, at materialet var holdningsændrende¹³.

¹³ I 2015 blev respondenterne forevist plakaterne fra 2015-kampagnen. Alle respondenter (uanset, om de har set materialerne før eller ej) har svaret på, hvad de synes om dem i 2015. I 2019 er det kun respondenter, som har set et eller flere af materialerne fra 2019, som er blevet spurgt om, hvad de synes om dem. I undersøgelsen fra 2017 er respondenterne blevet spurgt om, hvad de synes om alle kampagnerne fra hhv. 2015, 2016 og 2017 *samlet set*. Det er derfor ikke muligt at foretage direkte en sammenligning af, hvad respondenterne synes om kampagnerne fra 2016, 2017 og de øvrige år.

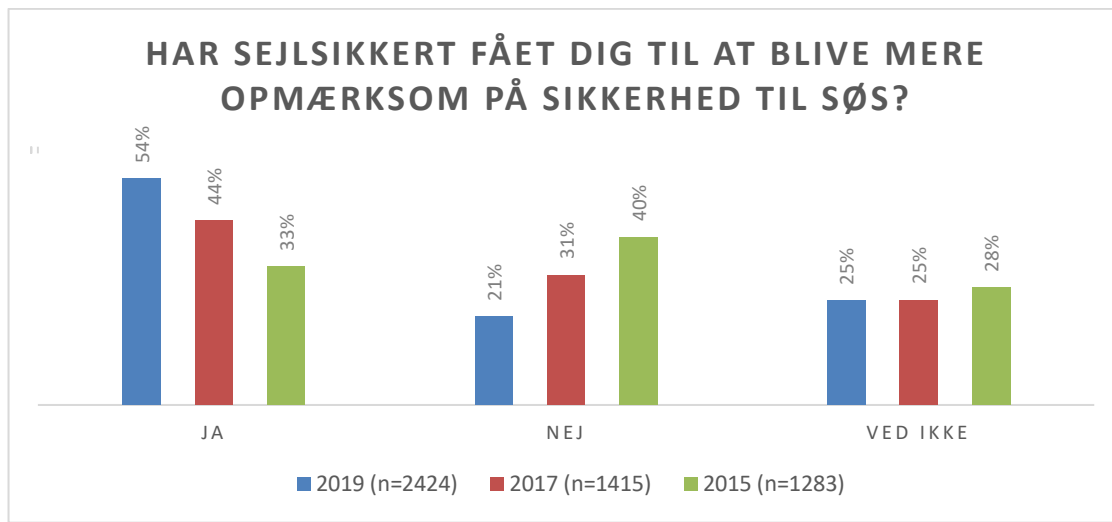
Figur 51



Selvrapporterende effekt

Af de respondenter, der kender eller har hørt om Sejlsikkert-kampagnen, mener 54 % i 2019, at kampagnen har gjort dem mere opmærksomme på sikkerhed til søs, mens 21 % ikke mener, at den har gjort dem mere opmærksomme på sikkerhed til søs, jf. Figur 52 nedenfor. Sammenlignet med 2015 er dette en meget positiv udvikling. I 2015 var det 33 %, som mente, at kampagnen havde fået dem til at blive mere opmærksomme på sikkerhed til søs, og der er dermed sket en stigning på 64 %.

Figur 52



6. INTERN EVALUERING – AMBASSADØRER, INSTRUKTØRER OG SAMARBEJDSPARTNERE

Det tredje element i evalueringen er en årlig spørgeskemaundersøgelse blandt kampagnens aktører, dvs. en intern evaluering af kampagnen. 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, samt hvorledes de vurderer kampagnens elementer og budskaber i praksis.

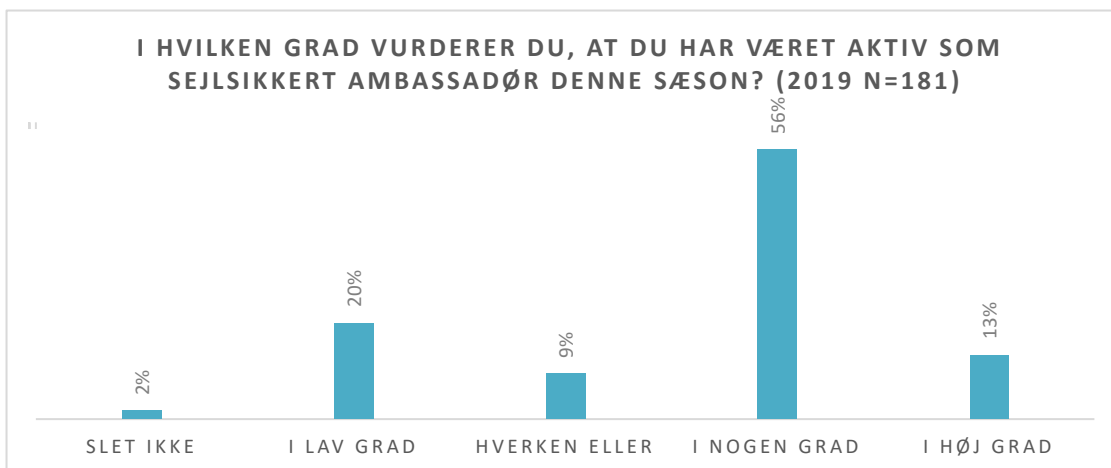
De aktører, som indgår i evalueringen, er først og fremmest SejlSikkert-ambassadørerne, som bl.a. har til opgave at fremme kampagnens budskaber ude i de danske havne. Ambassadørerne har været hovedfokus i den interne evaluering i 2016 og 2017. I evalueringen i 2018 og i 2019 inddrages desuden SejlSikkert-instruktører, som via kampagnen afholder sikkerhedsdemonstrationer, oplæg mv. i havnene, samt øvrige samarbejdspartnere herunder butikksambassadører, der eksponerer SejlSikkert-kampagnemateriale i deres forretning samt medlemmer af Søsportens Sikkerhedsråd. Den interne undersøgelse tager i 2019 udgangspunkt i kvantitative data indsamlet gennem en elektronisk spørgeskemaundersøgelse blandt ambassadørerne, instruktører og samarbejdspartnere i august og september 2019. Spørgeskemaundersøgelsen er i vid udstrækning en gentagelse af tidligere gennemførte elektroniske spørgeskemaundersøgelser, som blev gennemført i 2016, 2017 og 2018 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 450 ambassadører, 26 instruktører og 64 butikksambassadører i SejlSikkert på nuværende tidspunkt, har 202 gennemført hele spørgeskemaet. Respondenterne fordeler sig på 181 ambassadører, 14 instruktører, 6 butikksambassadører og 1 med en anden, men ikke specificeret, rolle. Dette er det højeste absolutte antal respondenter, der har været i løbet af årene 2016-2019. Spørgeskemaet fremgår i Bilag 5. For en samlet tabeloversigt over resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen henvises til Bilag 6.

6.1 Aktivitetsniveau og motivation

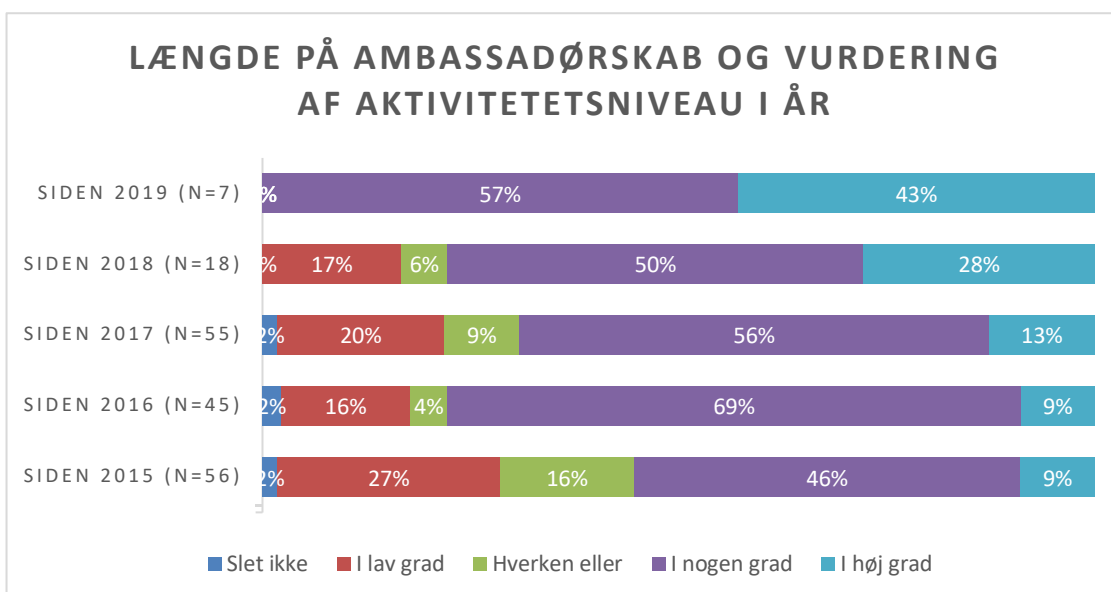
Spørgeskemaundersøgelsen viser, at tæt på 4 ud af 5 ambassadører i undersøgelsen vurderer, at de i denne sæson *i nogen grad* eller *i høj grad* har været aktive som ambassadører, jf. Figur 53. Dette vurderes umiddelbart at være en rigtig flot andel af respondenterne. I denne forbindelse skal det også nævnes, at det forventes, at de mest engagerede og aktive ambassadører har større sandsynlighed for at deltage i spørgeskemaundersøgelsen. Blandt de 14 instruktører i undersøgelsen har alle svaret, at de i nogen grad (64 %) eller i høj grad (36 %) vurderer, at de har været aktive som SejlSikkert instruktører denne sæson.

Figur 53



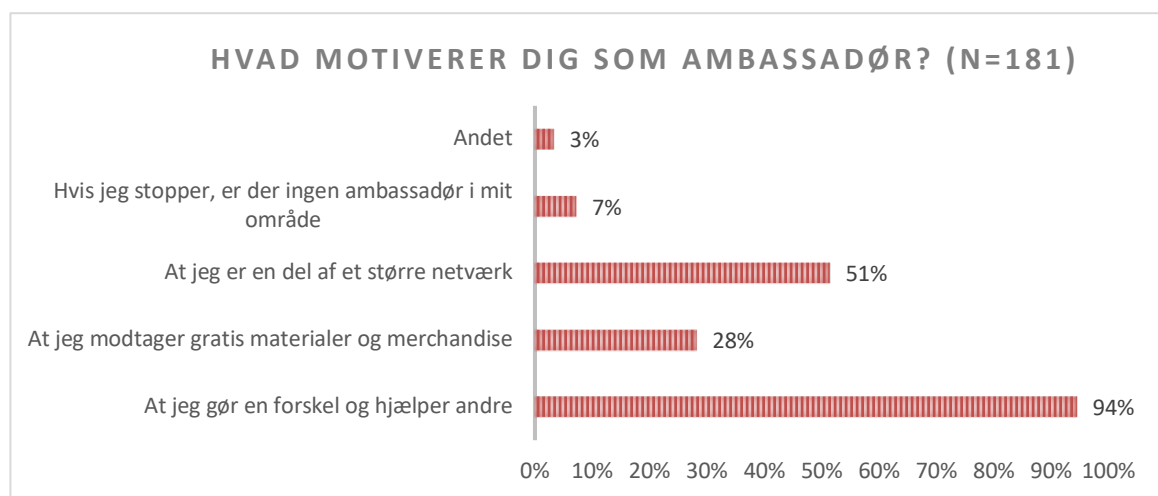
Som det fremgår af Figur 54 nedenfor, er det blandt de ambassadører, som har været ambassadører siden 2015, at de fleste ikke-aktive ambassadører findes. Tendensen er dog ikke helt entydig blandt de ambassadører, der har været med siden 2016, 2017 og 2019. Det er dog en større og større andel af ambassadørerne, der svarer, at de *i høj grad* har været aktive i denne sæson, jo kortere tid de har været ambassadører. Blandt de 7 ambassadører, som er startet i 2019, vurderer alle enten *i nogen grad* eller *i høj grad*, at de har været aktive i 2019.

Figur 54



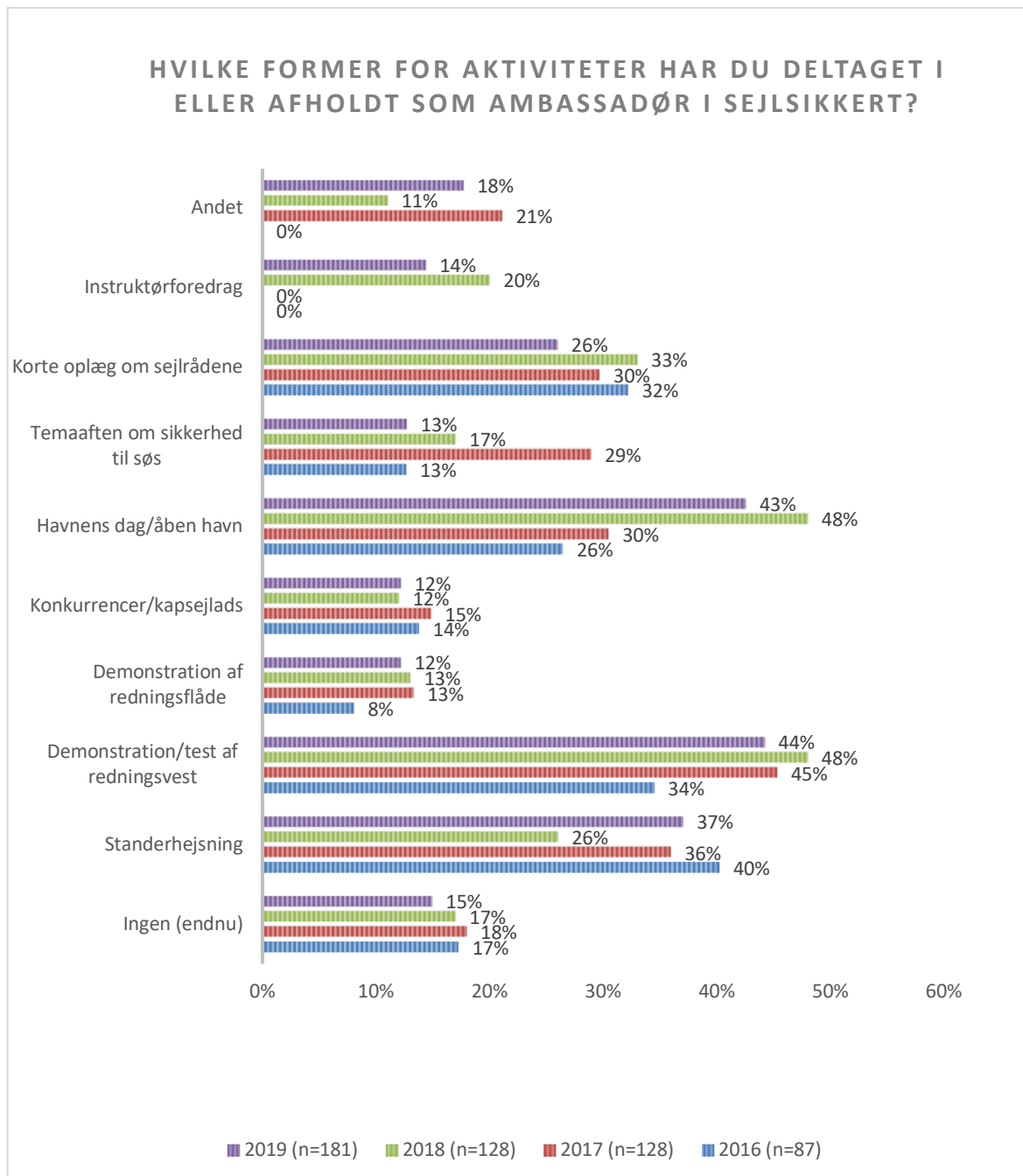
I undersøgelsen i 2019, er ambassadørerne blevet spurgt om, hvad der motiverer dem. Af Figur 55 herunder fremgår det, at den største andel af ambassadørerne motiveres af *at gøre en forskel og hjælpe andre* (94 %) samt *at være en del af et større netværk* (51 %). 6 ambassadører har svaret "Andet" og uddybet deres svar. Her fremgår det bl.a., at det at modtage opdateret information om sikkerhed til søs, og at ambassadør-aktiviteterne er i fin tråd med øvrige censor-aktiviteter, er god motivation.

Figur 55



De fleste af ambassadørerne har deltaget i eller afholdt flere forskellige former for aktiviteter. 27 ambassadører angiver, at de endnu ikke har deltaget i eller afholdt en aktivitet, hvilket svarer til 15 % jf. Figur 56 herunder. Andelen af ambassadører, der ikke har deltaget i eller afholdt en aktivitet i 2019, er stort set den samme som i de tidligere år.

Figur 56



Som det fremgår af Figur 56, er det fortsat særligt aktiviteterne *demonstration/test af redningsvest*, *korte oplæg om sejlrådene* samt *Havnens Dag/åben havn*, som ambassadørerne

i 2019 svarer, de har arrangeret eller deltaget i¹⁴. Aktiviteten *Standerhejsning* har ligeledes været aktuel for en forholdsvis stor andel af ambassadørerne (37 %) sammenlignet med sidste år. Der er her en stigning på 11 procentpoint sammenlignet med 2018.

I undersøgelserne i 2016 og 2017 havde respondenterne ikke mulighed for at vælge svarkategorien *instruktørforedrag*, som 20 % af ambassadørerne i 2018 svarer, de har deltaget i, og 14 % af ambassadørerne i 2019.

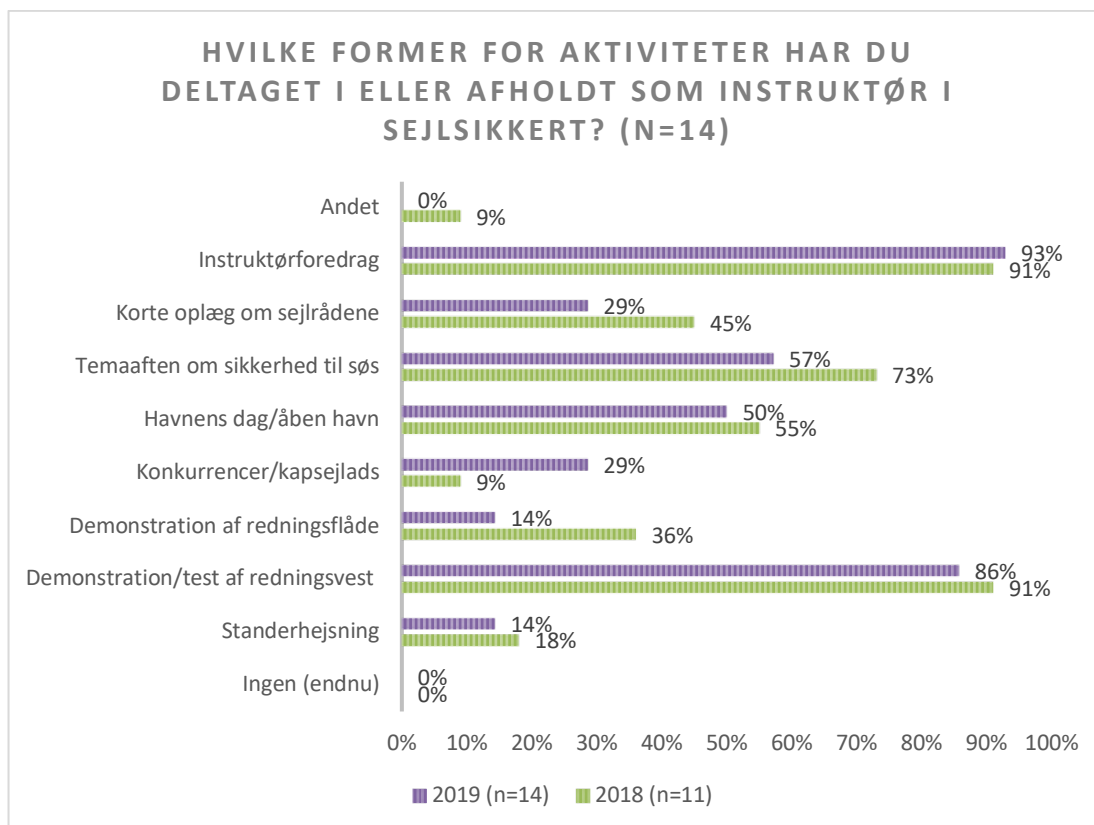
Desuden har 18 % af ambassadørerne arrangeret eller deltaget i *andre* aktiviteter end de angivne svarmuligheder¹⁵. Af disse er der flere, der uddyber deres svar med, at de har uddelt materialet på havnen, til både i havnen og i forbindelse med arrangementer, delt budskaberne på Facebook samt anvendt materialerne i undervisning og ved duelighedsprøver mv.

Alle 14 instruktører i undersøgelsen, har afholdt eller deltaget i én eller flere aktiviteter i 2019 jf. Figur 57 herunder. 12 ud af 14 har afholdt eller deltaget i demonstration/test af redningsvest, 13 ud af 14 har deltaget i eller afholdt instruktørforedrag og 8 ud af 14 har deltaget i eller afholdt temaaftener om sikkerhed til søs. Færrest har deltaget i eller afholdt standerhejsning (2 ud af 14) og demonstration af redningsflåde (2 ud af 14).

¹⁴ Respondenterne er blevet spurgt, om de har deltaget i aktiviteterne i Sejlsikkert-regi, dvs. ikke begrænset til et bestemt år.

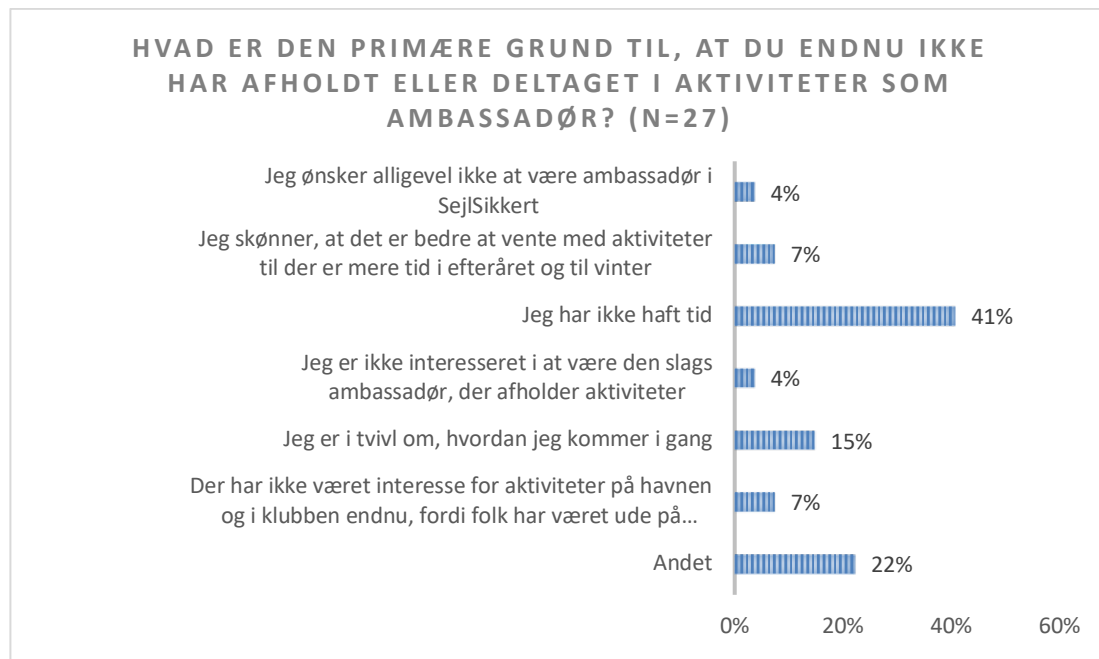
¹⁵ Svarkategorien *Andet* var ikke en mulighed i spørgeskemaet i 2016.

Figur 57



Af de 27 ambassadører, som endnu ikke har afholdt eller deltaget i nogen aktiviteter, svarer 41 %, at de ikke har haft tid, som den primære årsag hertil. I 2018 var det 23 % af de ikke-aktive ambassadører, der angav manglende tid som den primære grund. 15 % af de ikke-aktive ambassadører i 2019 svarer, at de er i tvivl om, hvordan de kommer i gang. Blandt de ambassadører, der har svaret *Andet* er begrundelserne primært, at ambassadøren lige er startet som ambassadør.

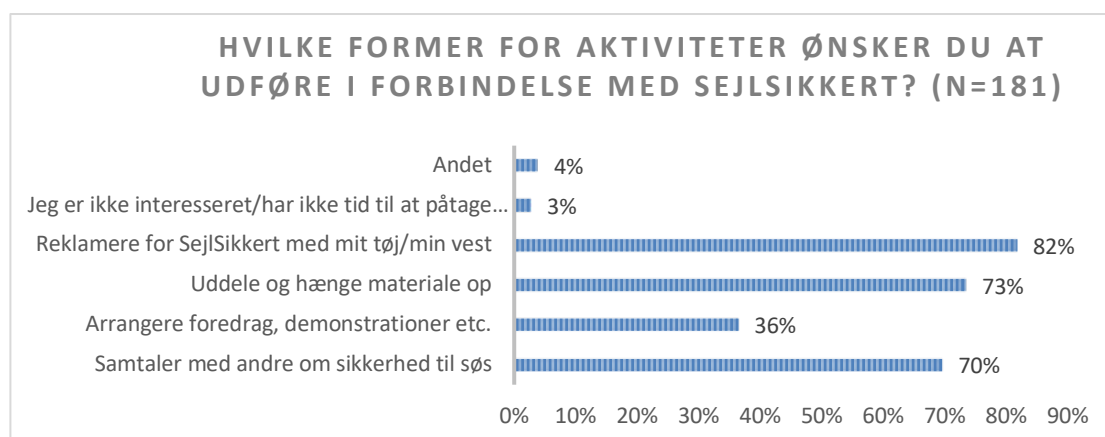
Figur 58



Selvom nogle ambassadører har svaret, at de ikke har haft tid til at afholde eller deltage i aktiviteter, er det dog langt størstedelen af ambassadørerne, der finder arbejdsmængden, forbundet med rollen som ambassadør, som passende, nemlig 89 %. 11 % svarer, at de godt kunne påtage sig mere arbejde. Ingen har svaret, at arbejdsmængden er for stor.

Adspurgt, hvilke aktiviteter ambassadørerne ønsker at foretage fremover, er det særligt det at reklamere via tøj og redningsvesten (82 %), at uddele og hænge materialer op (73 %), og at have samtaler med andre om sikkerhed til søs (70 %). Det er kun 36 % af ambassadørerne, der ønsker at arrangere foredrag, demonstration mv.

Figur 59



Det er ligeledes 42 % af ambassadørerne og instruktørerne, som vil hænge SejlSikkert-materiale på andres både, såfremt det ikke skader båden og er let for ejeren selv at fjerne igen. 45 % har svaret *Nej* og 15 % har svaret *Ved ikke*. Det er ca. halvdelen af ambassadørerne og instruktørerne (51 %), der har brugt/afprøvet de søgelændermærker, som de fik tilsendt i deres ambassadør-/instruktørpakke. 49 % har ikke brugt/afprøvet mærkerne.

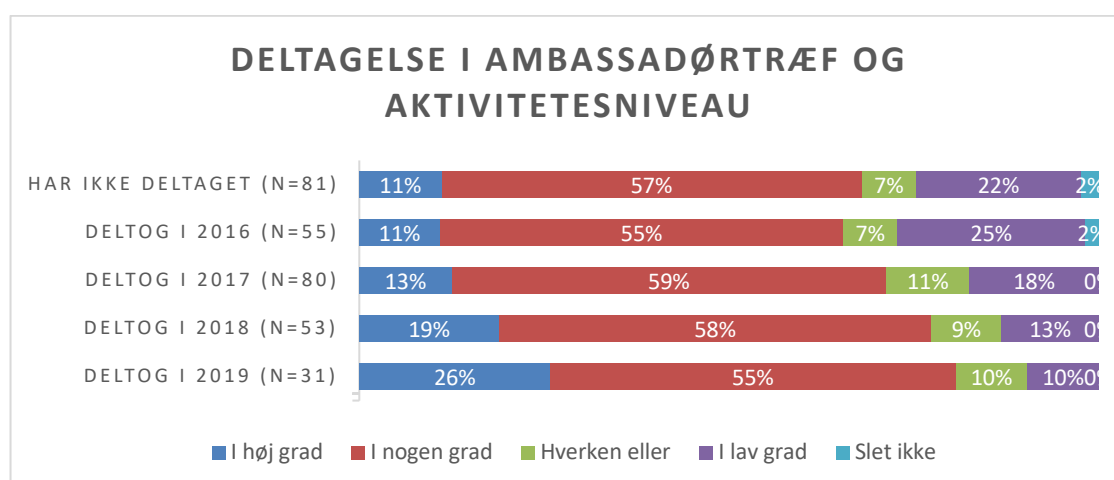
6.2 Introduktion til rollen som ambassadør

Blandt ambassadørerne i undersøgelsen er det størstedelen, der har været med som ambassadører i SejlSikkert siden 2015 (56) eller 2017 (55). 45 har været med siden 2016, mens 18 har været med siden 2018 og 7 er kommet med i år.

55 % af ambassadørerne har deltaget i et eller flere kick-off møder/Ambassadørtræf fordelt over de seneste 5 år. Af nedenstående Figur 60 fremgår det, at ambassadørernes deltagelse i ambassadørtræf kun i lav grad hænger sammen med, hvorvidt de vurderer, at de har været aktive som ambassadører denne sæson. Der er således kun en lidt større andel af de ambassadører, som ikke har deltaget i et ambassadørtræf på noget tidspunkt, som har vurderet, at de *i lav grad* eller *slet ikke* har været aktive denne sæson.

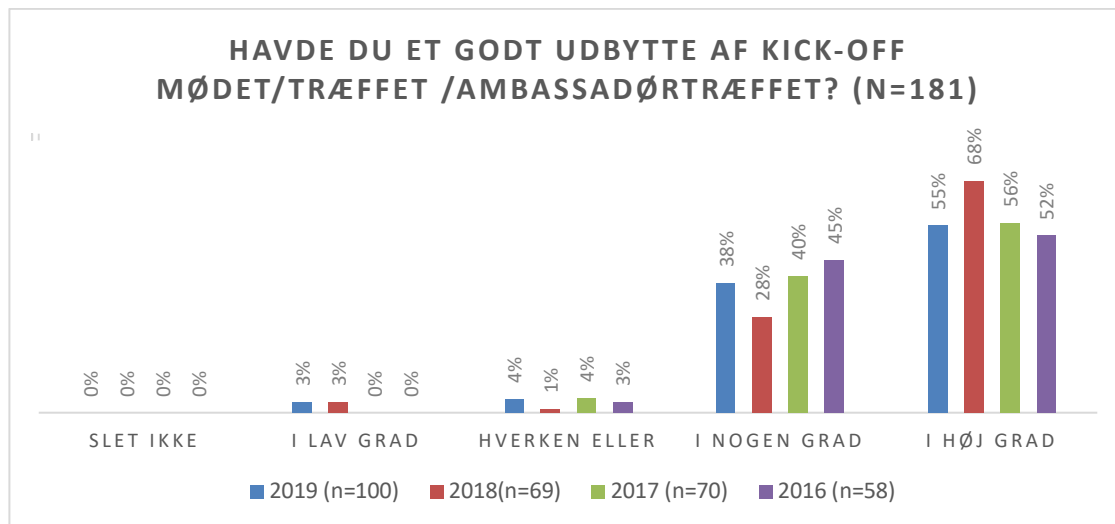
Det er blandt de ambassadører, der deltog i et ambassadørtræf i 2016, at vi finder den største andel af mindre aktive ambassadører.

Figur 60



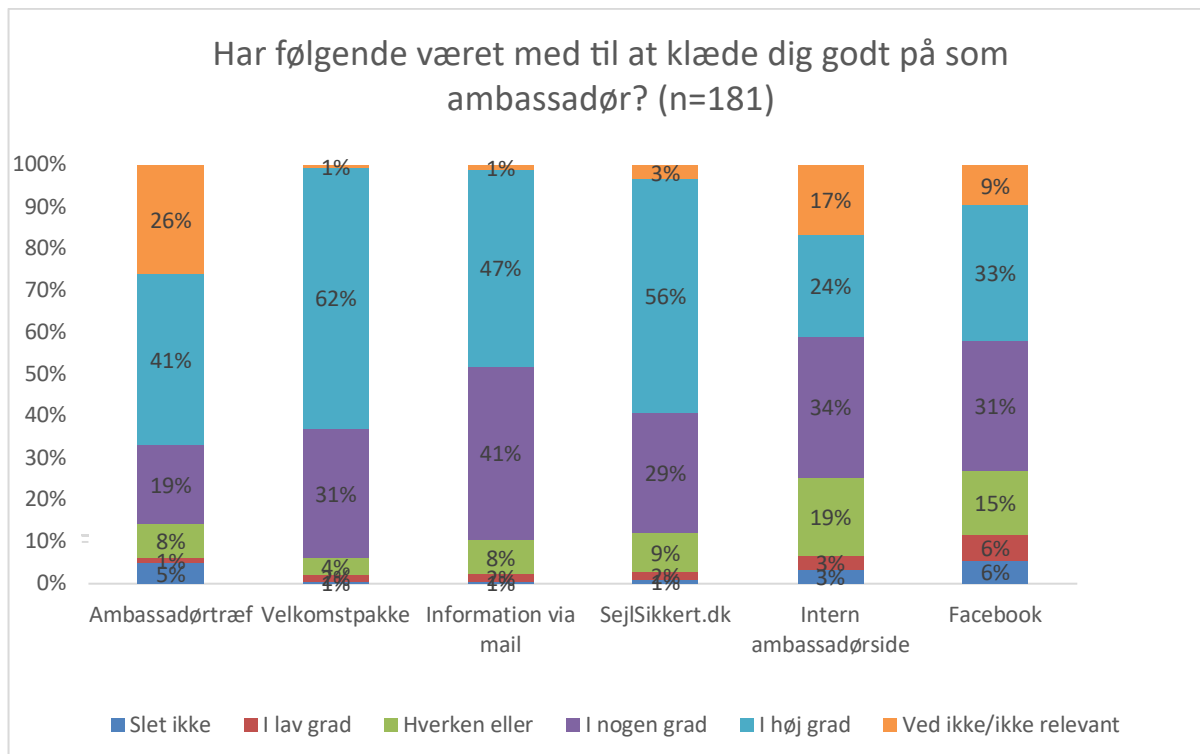
Som det fremgår af Figur 61 nedenfor, er det også fortsat størstedelen af ambassadørerne, der synes, at de havde et godt udbytte af træffet *i nogen grad* eller *i høj grad*. Sammenlignet med sidste år er der dog en lidt mindre andel, der har svaret, at de *i høj grad* havde et godt udbytte af deltagelsen i ambassadørtræffet.

Figur 61



Ser vi nærmere på, hvorvidt ambassadørtræffet har været med til at klæde ambassadørerne på, er det 60 %, der svarer, at ambassadørtræffet i høj grad eller i nogen grad har været med til at klæde dem godt på som ambassadører. En endnu større andel svarer dog, at *Velkomstpakken* (93 %), *information via mail* (88 %) og *Sejlsikkert.dk* (85 %) i nogen eller i høj grad har været med til at klæde ambassadørerne godt på. Som det fremgår af Figur 62 nedenfor, er det generelt en stor andel af ambassadørerne, der angiver, at de forskellige elementer har været med til at klæde dem godt på til deres rolle.

Figur 62



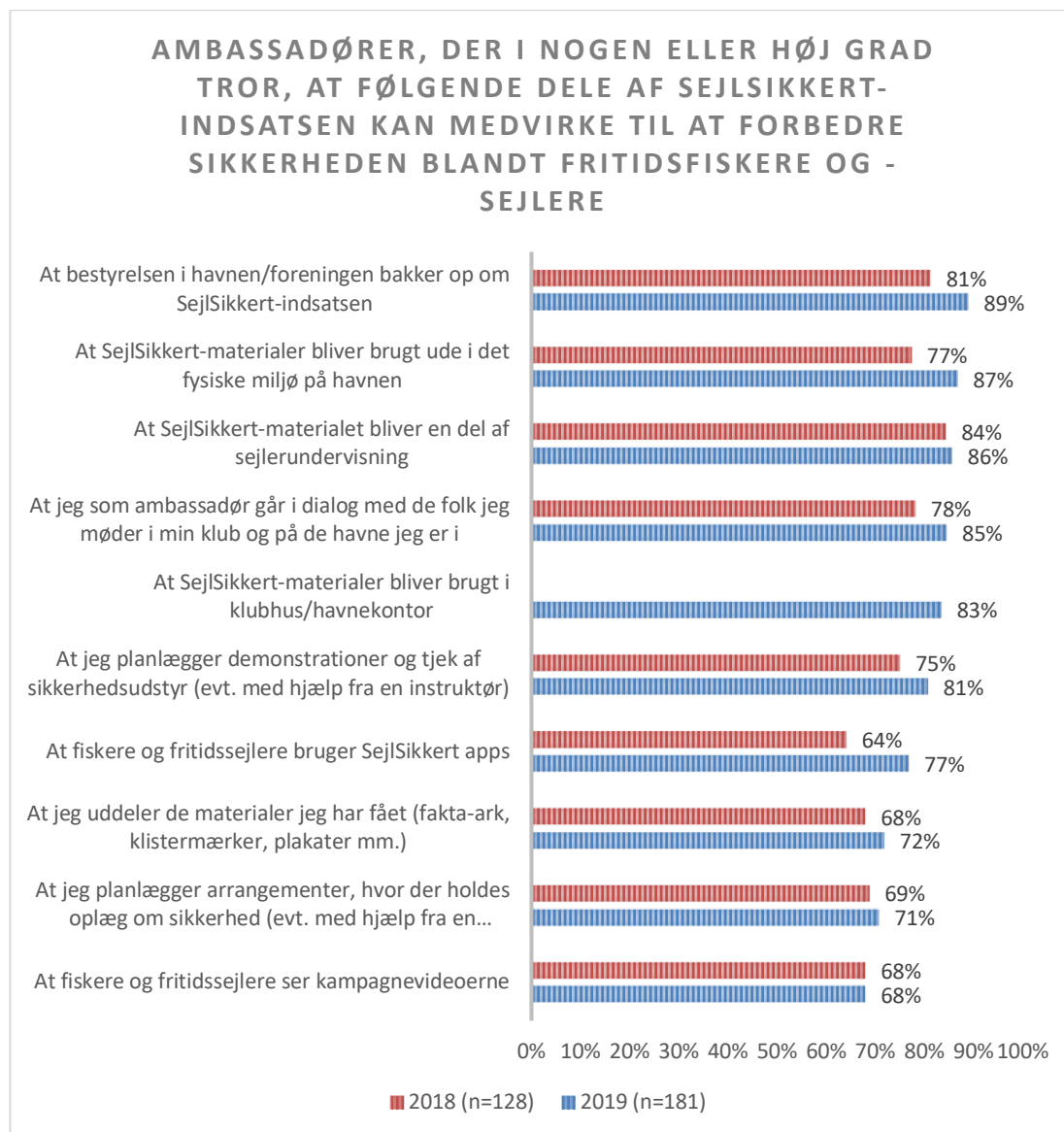
Blandt instruktørerne er den overordnede vurdering ligeledes, at de forskellige elementer har klædt dem godt på til rollen som instruktør. For de forskellige elementer er det generelt mindst 11 ud af de 14 respondenter, der vurderer, at det *i nogen* eller *høj grad* har været med til at klæde dem godt på – dog undtaget Facebook og den fælles Dropbox-mappe, som hhv. 4 og 8 ud af 14 instruktører vurderer, *i høj grad* eller *i nogen grad* har været med til at klæde dem godt på til deres rolle. Der er særligt positive vurderinger af instruktøruddannelsen, hvor alle instruktører i undersøgelsen vurderer, at denne *i nogen grad* eller *i høj grad* har været med til at klæde dem på til rollen som instruktør.

6.3 Aktørernes brug af materialer

Der er flest ambassadører, der vurderer at havnebestyrelsen/-foreningens opbakning om Sejlsikkert-indsatsen *i nogen grad* (41 %) eller *i høj grad* (48 %) kan medvirke til at forbedre sikkerheden til søs blandt fiskere og fritidssejlere. 87 % af ambassadørerne vurderer dertil, at det, at Sejlsikkert-materialer bliver brugt ude i det fysiske miljø på havnen, *i nogen* eller *i høj grad* kan medvirke til det samme. Dette er 10 procentpoint højere end i 2018, jf. Figur 63

nedenunder, hvilket vidner om, at SejlSikkert-kampagnes fokus på fysiske materialer til brug i det fysiske miljø har forstærket ambassadørernes holdning til, at dette er en god idé.

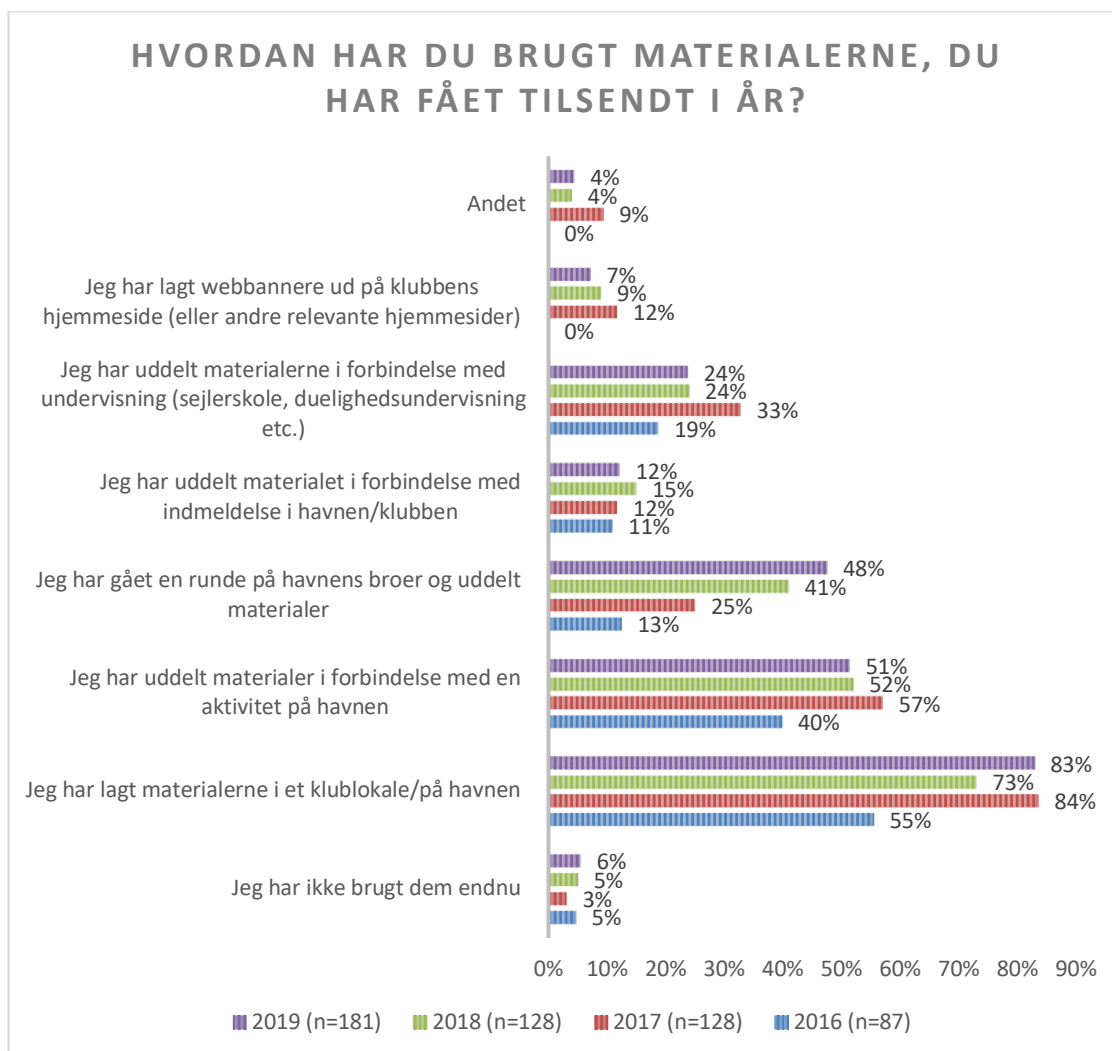
Figur 63



85 % af ambassadørerne vurderer ligeledes, at dialog med folk, de møder, *i nogen* eller *i høj grad* kan medvirke til at øge sikkerheden, hvilket er 7 procentpoint mere end sidste år. 79 % af respondenterne har da også haft samtaler om sikkerhed til søs med fritidssejlere og fiskere mindst én eller flere gange om måneden. Ud af disse har 36 % haft samtaler om sikkerhed til søs én eller flere gange om ugen.

Det er 6 % af ambassadørerne i undersøgelsen i 2019, der slet ikke har brugt materialerne, hvilket stort set er på niveau med de tidligere år. Ambassadørernes brug af materialer er illustreret i Figur 64 nedenfor. Siden sidste år er der særligt sket en stigning i andelen, der har gået en runde på havnens broer og uddelt materialer. Årets kampagnes fokus på at få konkrete materialer helt ud på broerne, hvor modtagergrupperne befinder sig, er således blevet støttet af ca. halvdelen af ambassadørerne (48 %). Størstedelen af ambassadørerne (83 %) har lagt materialerne i et klublokale/på havnen.

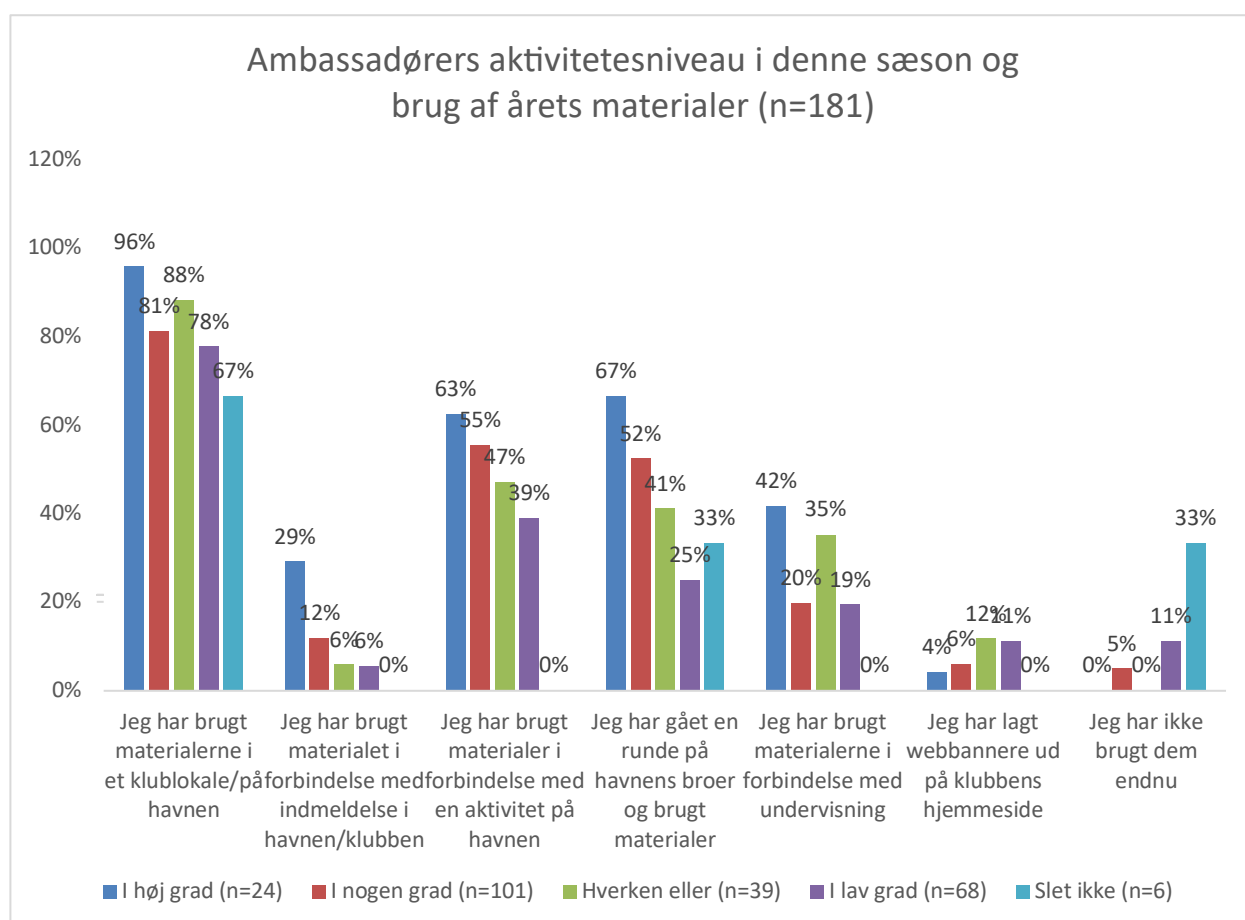
Figur 64



Som det fremgår af nedenstående Figur 65 er det, ikke overraskende, blandt de ambassadører, der *i høj grad* eller *i nogen grad* vurderer, at de har været aktive som ambassadører i denne sæson, at materialerne er blevet brugt mest. Denne tendens går på tværs af stort set alle

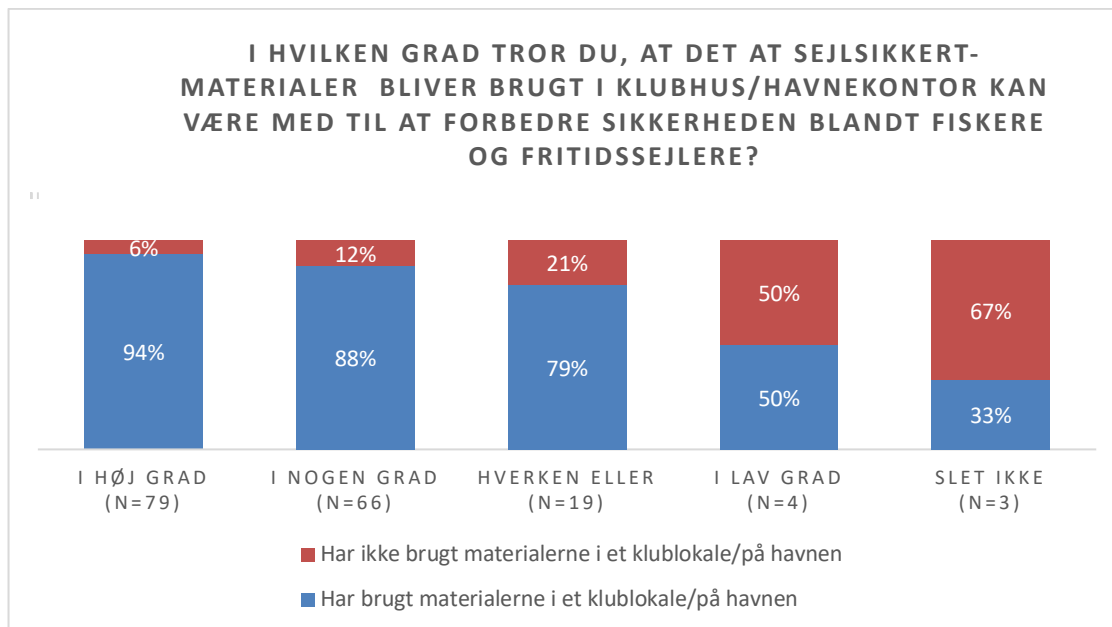
anvendelserne af materialerne. Det er fx næsten alle de aktive ambassadører, der har brugt materialerne i et klublokale/på havnen. Det er dog også værd at bemærke, at der blandt de ambassadører, der *hverken eller, i lav grad eller slet ikke* har vurderet, at de har været aktive som ambassadører i denne sæson, er forholdsvis høje andele, der har brugt materialerne. Fx har 78 % af de ambassadører, der har vurderet, at de i lav grad har været aktive, brugt materialerne i et klublokale/på havnen. 39 % har desuden brugt materialer i forbindelse med en aktivitet på havnen.

Figur 65



Der synes desuden at være en sammenhæng mellem, om man mener, at det at bruge materialerne kan forbedre sikkerheden, og om man rent faktisk får brugt materialerne. Som det fremgår af nedenstående Figur 66, er der en større andel af de personer, som *i høj grad* eller *i nogen grad* mener, at anvendelse af Sejlsikkert-materialerne i klubhus/havnekontor kan være med til at forbedre sikkerheden, som også har brugt materialerne i et klublokale/på havnen. Det er hhv. 94 % og 88 % af de ambassadører, som *i høj* eller *i nogen grad* mener, at materialerne kan forbedre sikkerheden, som har brugt dem i et klublokale/på havnen.

Figur 66



Adspurgte, om respondenterne har forslag til nye materialer, kommer flere med bud i det åbne tekstfelt. Herunder er samlet et mindre redigeret udpluk af forslagene. Alle forslag fremgår af Bilag 6.

"Klistermærker og materialer henvendt til børn ala male- og opgavebøger om baderåd."

"Noget som gør folk opmærksomme på at vesten er for at redde folk og at det er for at deres familie kan få dem hjem, hvis der sker noget på vandet".

"Det er super relevant, at der kommer en dialog omkring fritidsfiskere. Den er skudt helt ved siden af i det område jeg agerer i. Her er tal om en kultur, der er markant anderledes end den er hos fritidssejlere. Derfor må der andre metoder til for at komme ind under huden på dem."

"Skipper-kuverter med materialer er gode. Har lagt dem ud i klubben, og de er væk"

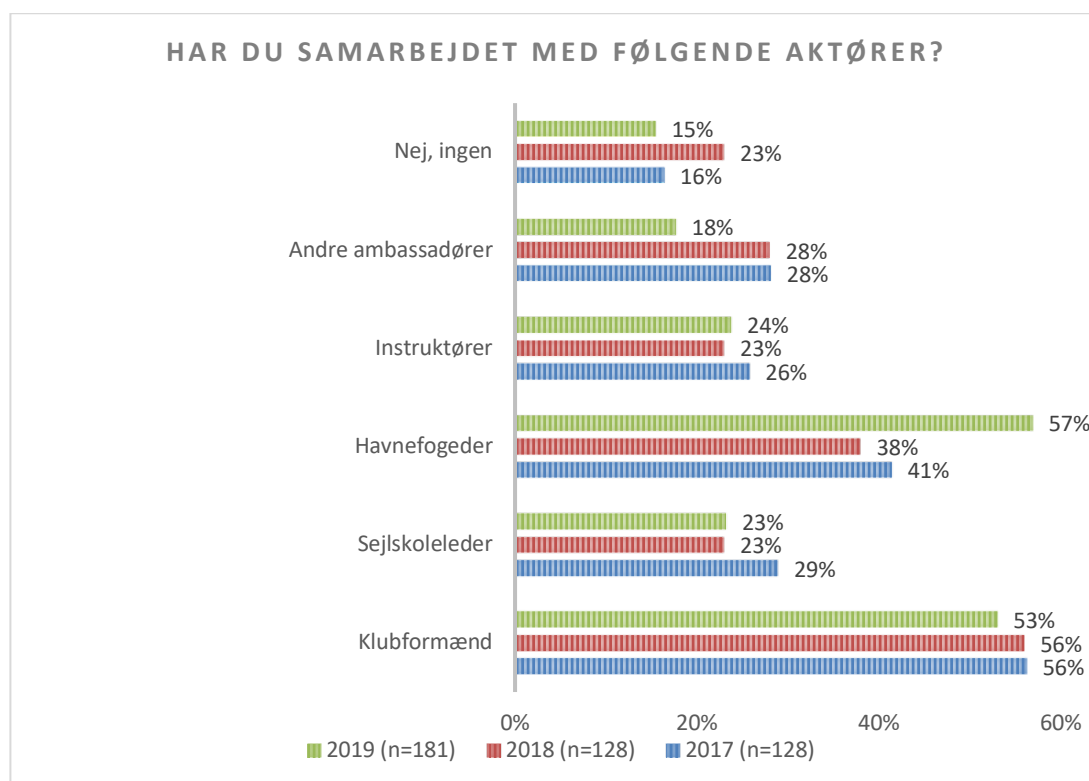
"Læs-let-materiale, som skipper kan bruge overfor sine gæster ombord"

6.4 Samarbejde mellem aktører

I 2019 er ambassadørerne blevet spurgt, om de har samarbejdet med andre aktører, hvilket er illustreret i Figur 67 herunder. Den største andel har arbejdet sammen med klubformænd (53 %) og havnefogeder (57 %). Ved sidstnævnte er der sket en stigning på hele 19 procentpoint. Samarbejdet med disse aktører bliver blandt ambassadørerne også vurderet til at være betydningsfuldt ift. at forbedre sikkerheden til søs, jf. Figur 63. 18 % af ambassadørerne i undersøgelsen har samarbejdet med andre ambassadører, hvilket er 10 procentpoint færre end tidligere år, mens omkring ¼ af ambassadørerne har samarbejdet med instruktører eller

sejlskoleledere, hvilket er på niveau med sidste år. 15 % har ikke arbejdet sammen med nogen af de nævnte aktører, hvilket er en forbedring på 8 procentpoint siden sidste år.

Figur 67



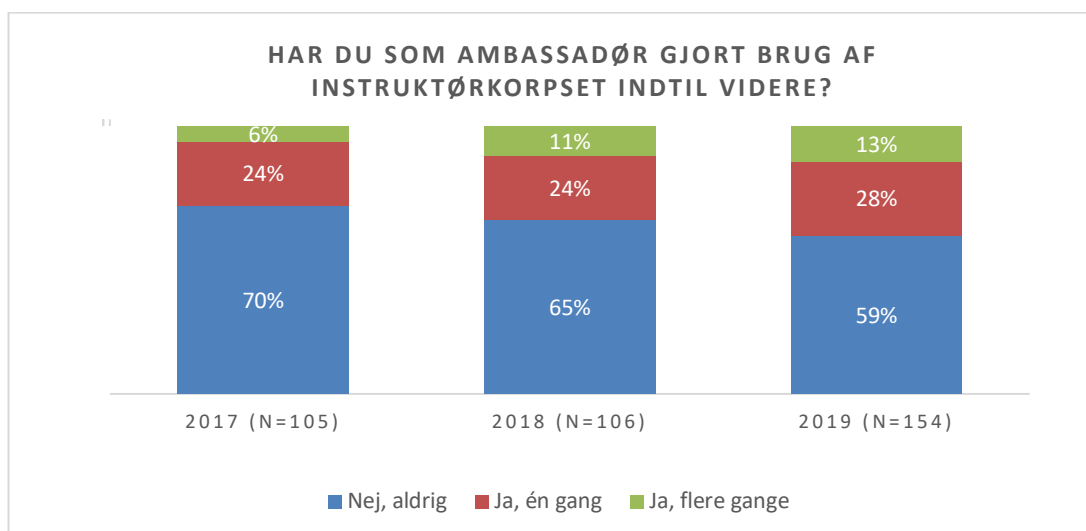
Blandt de ambassadører (32), som har samarbejdet med andre ambassadører, vurderer, størstedelen (56 %), at det *i nogen grad* har været en succes. 28 % vurderer, at det *i høj grad* har været en succes, mens 16 % vurderer, at det *hverken eller* eller *i lav grad* har været en succes. I 2018 var det 50 %, der vurderede, at samarbejdet *i høj grad* har været en succes, og 39 % vurderede, at det *i nogen grad* var en succes. Samarbejdet mellem ambassadørerne og vurderingen af samarbejdet er således faldet en smule siden sidste år.

Instruktørerne har igen i år i højere grad samarbejdet med andre aktører end tilfældet er for ambassadørerne. Alle de 14 instruktører, der deltager i spørgeskemaundersøgelsen, har samarbejdet med andre om Sejlsikkert. 11 ud af de 14 instruktører har samarbejdet med klubformænd, mens 10 har samarbejdet med sejlskoleledere. Derudover har 8 ud af de 14 samarbejdet med havnefogeder eller med andre instruktører eller ambassadører. Der er således sket en lille forbedring i andelen af instruktører i undersøgelsen, som har samarbejdet med ambassadører sammenlignet med sidste år. I 2018 var det 5 ud af 11 instruktører (svarende til 45 %), mens det i 2019 er 8 ud af 14 instruktører (svarende til 57 %). Baseret på de forholdsvis få besvarelser fra instruktører, er det dog ikke muligt at slå fast, om samarbejdet mellem instruktører og ambassadører er forbedret.

2 af de 6 butiksambedadører, der har deltaget i undersøgelsen, har ikke samarbejdet med nogen af de nævnte aktører. 1 butiksambedadør har samarbejdet med SejlSikkert-ambassadører, 1 har samarbejdet med havnefoged, mens 3 har samarbejdet med instruktører.

6.5 Brug af instruktørkorpset

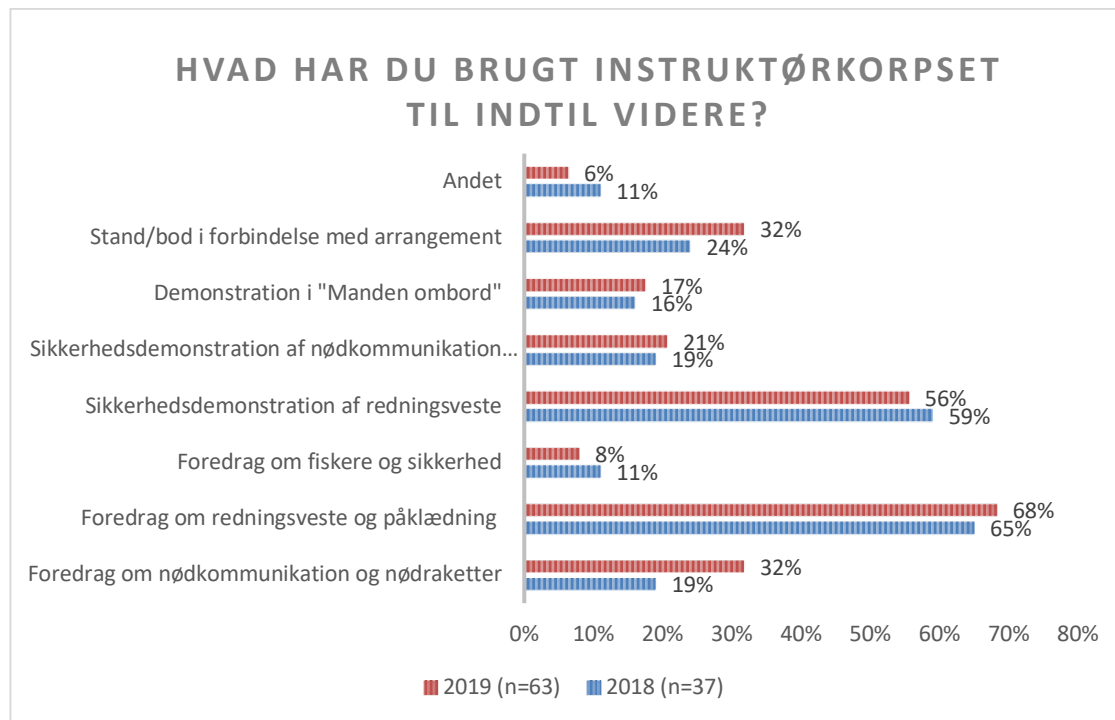
I 2019 er det 41 % af de aktive ambassadører¹⁶, der har gjort brug af instruktørkorpset. Dette er en stigning på 6 procentpoint siden 2018, hvor 35 % af de aktive ambassadører havde gjort brug af instruktørkorpset én eller flere gange, mens det i 2017 var 30 %. Der er således sket en forbedring i de aktive ambassadørers brug af instruktørkorpset.



Af de ambassadører, som har gjort brug af instruktørkorpset indtil nu, har de fleste brugt dem til foredrag og demonstrationer omhandlende sikkerhed. 68 % og 56 % af ambassadørerne, som har brugt instruktørkorpset, har brugt dem til hhv. at holde foredrag om redningsveste og påklædning samt sikkerhedsdemonstration af redningsveste eksempelvis, jf. Figur 68 nedenfor. Næsten samtlige ambassadører, der har brugt instruktørkorpset indtil videre, har oplevet, at det i nogen grad (38 %) eller høj grad (51 %) har været en succes.

¹⁶ Kun ambassadører, som har deltaget i eller afholdt nogen former for aktivitet endnu, har fået dette spørgsmål i spørgeskemaet.

Figur 68



Størstedelen af de 14 instruktører i spørgeskemaundersøgelsen vurderer ligeledes, at det *i høj grad* har været en succes (12), når de har deltaget i eller afholdt en demonstration eller et foredrag som instruktør. En enkelt vurderer, at det *i nogen grad* har været en succes, og en svarer *hverken eller*.

De ambassadører, som endnu ikke har gjort brug af instruktørkorpset, er blevet spurgt om den primære årsag hertil. 36 % af de ambassadører, der aldrig har anvendt en instruktør, har angivet, at det primært skyldes, at de selv kan dække det, som en instruktør kan. 16 % af ambassadørerne angiver, at de ikke kender nok til instruktørkorpset og derfor ikke har brugt det endnu. I undersøgelsen i 2018 var det hver fjerde, der havde angivet dette som den primære grund til ikke at anvende instruktørkorpset. 3 % har ikke kunne finde en instruktør, som ville eller kunne. Sidste år lå tallet på 10 %, så her er der således også sket en forbedring. 19 % har svaret, at de ikke er interesserede i at arrangere foredrag, demonstration ect.¹⁷ 25 % af ambassadørerne har svaret noget andet end de angivne muligheder, besvarelserne fremgår af Bilag 6. Nogle af disse har i fritekstkommentarer angivet, at manglende kvalitet i foredraget samt sen tilbagemelding fra instruktørens side har været medvirkende til, at de ikke har anvendt korpset. Dertil nævner flere, at de kan få instruktørforedrag fra andre personer i deres klub eller fra dem selv. En ambassadør nævner også, at vedkommende savner et netværk, så man hurtigere kan rekvirere en instruktør, når man brug for en til en aktivitet.

¹⁷ Dette var ikke en svarmulighed i de tidligere år.

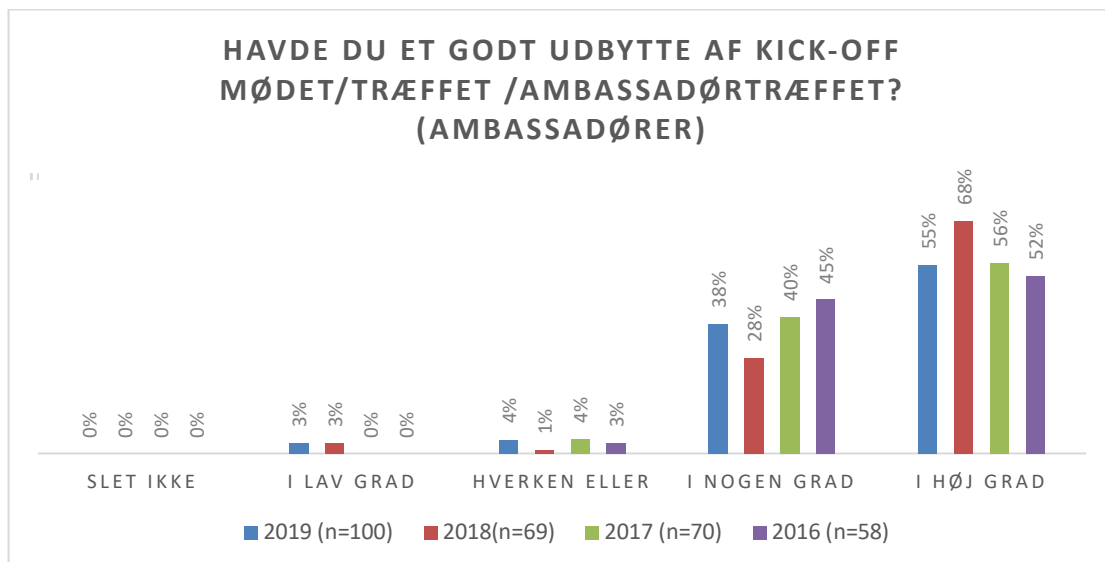
6.6 Samarbejde med SejlSikkert-sekretariatet

Ambassadørtræf

57 % af ambassadører og instruktører i undersøgelsen i 2019 har deltaget i et ambassadørtræf i enten 2016, 2017, 2018 eller 2019.

For dem, der har deltaget i et ambassadørtræf, har udbyttet været særdeles positivt. Blandt ambassadørerne har 93 % svaret, at de *i nogen* eller *i høj grad* har haft et godt udbytte af deres deltagelse i ambassadørtræffet, jf. Figur 69 nedenfor. Blandt instruktørerne er det 100 %, der *i nogen* eller *i høj grad* har haft et godt udbytte af deres deltagelse.

Figur 69



Informationsstrømmen

Evalueringens samlede data indikerer, at informationsstrømmen fra SejlSikkert-sekretariatet er på et tilpas niveau. På den måde er det sandsynligt, at ambassadørerne oplever at være en del af projektet og samtidig ikke 'overinformeres', således at ambassadørerne mister motivationen og engagementet i projektet. Hele 92 % af ambassadørerne svarer i 2019, at informationsmængden fra SejlSikkert-sekretariatet har været tilpas. Samme billede gør sig gældende for instruktører og butiksambassadører, hhv. 13 ud af 14 og 5 ud af 6 synes, at informationsmængden er tilpas. 1 instruktører og 1 butiksambassadør svarer dog, at de modtager for lidt information.

Facebook-gruppe for ambassadører

En del af SejlSikkert-indsatsen er Facebook-gruppen for ambassadører (instruktører kan også være medlem), som fungerer som en platform, hvorigennem sekretariatet kan viderebringe informationer, og ambassadører og instruktører kan udveksle erfaringer og koordinere aktiviteter etc. En større og større andel af ambassadørerne er blevet medlemmer af gruppen i løbet af evalueringsårene. I 2019 angiver 80 % af ambassadørerne, at de er medlem. 8 ud af de 14 instruktører er desuden medlemmer af Facebook-gruppen, mens 1 af de 6 butikksambassadører er medlem.

Af de 48 respondenter, som ikke er medlem af Facebook-gruppen, angiver den største andel af dem, at det skyldes, at de ikke kan lide Facebook (44 %). 31 % svarer, at de ikke vidste, at gruppen fandtes. I 2018 var det 44 %, der svarede dette, og kendskabet til gruppen synes således at være forøget. Endvidere tilkendegiver mange (21 %), at de ikke er en del af målgruppen, mens 10 % ikke synes, at gruppen er interessant for dem.

Blandt respondenterne, som er medlemmer af Facebook-gruppen, finder 89 % indholdet på Facebook-gruppen relevant *i nogen grad* (54 %) eller *i høj grad* (35 %).

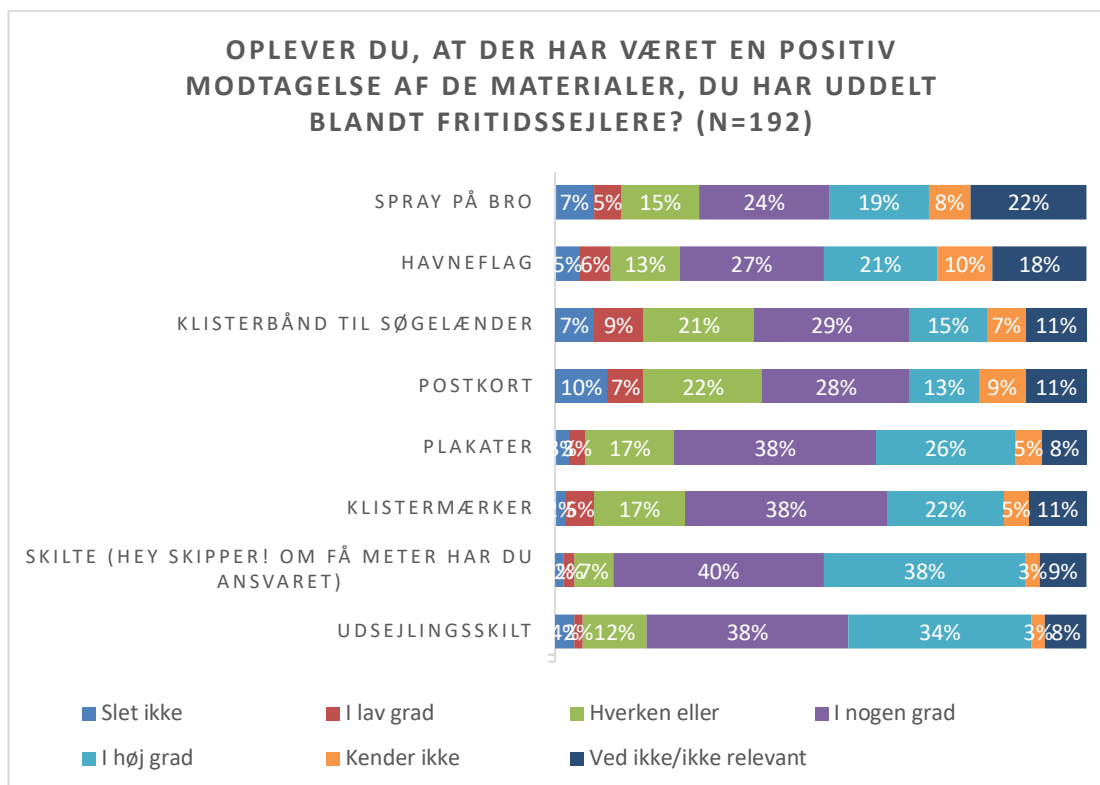
6.7 Aktørernes vurdering af SejlSikkert-kampagnen

Fysiske materialer

Modtagelsen af kampagnens forskellige materialer er fortsat blandet blandt kampagnens målgrupper ifølge ambassadører, instruktører og butikksambassadører. Dele af materialerne bliver meget positivt fremhævet, mens andre dele af materialerne opleves mindre positivt modtaget i målgrupperne, som det også fremgår af Figur 70 herunder.

Blandt de materialer, som modtages meget positivt af fritidssejlere, er *Skilte (Hey Skipper! Om få meter har du ansvaret)*, som 78 % *i nogen* eller *i høj grad* oplever en positiv modtagelse af blandt fritidssejlere. *Udsejlingsskilt*, som er blevet mere udbredt i år efter forsøgsordningen i 2018, vurderes ligeledes positivt med 72 %, som *i nogen* eller *i høj grad* vurderer, at det er modtaget positivt af fritidssejlere. Mindst positiv modtagelse blandt fritidssejlere opleves *Spray på bro* (43 %) og *postkort* (41 %), som ligeledes er blandt de materialer, som flest ikke kender.

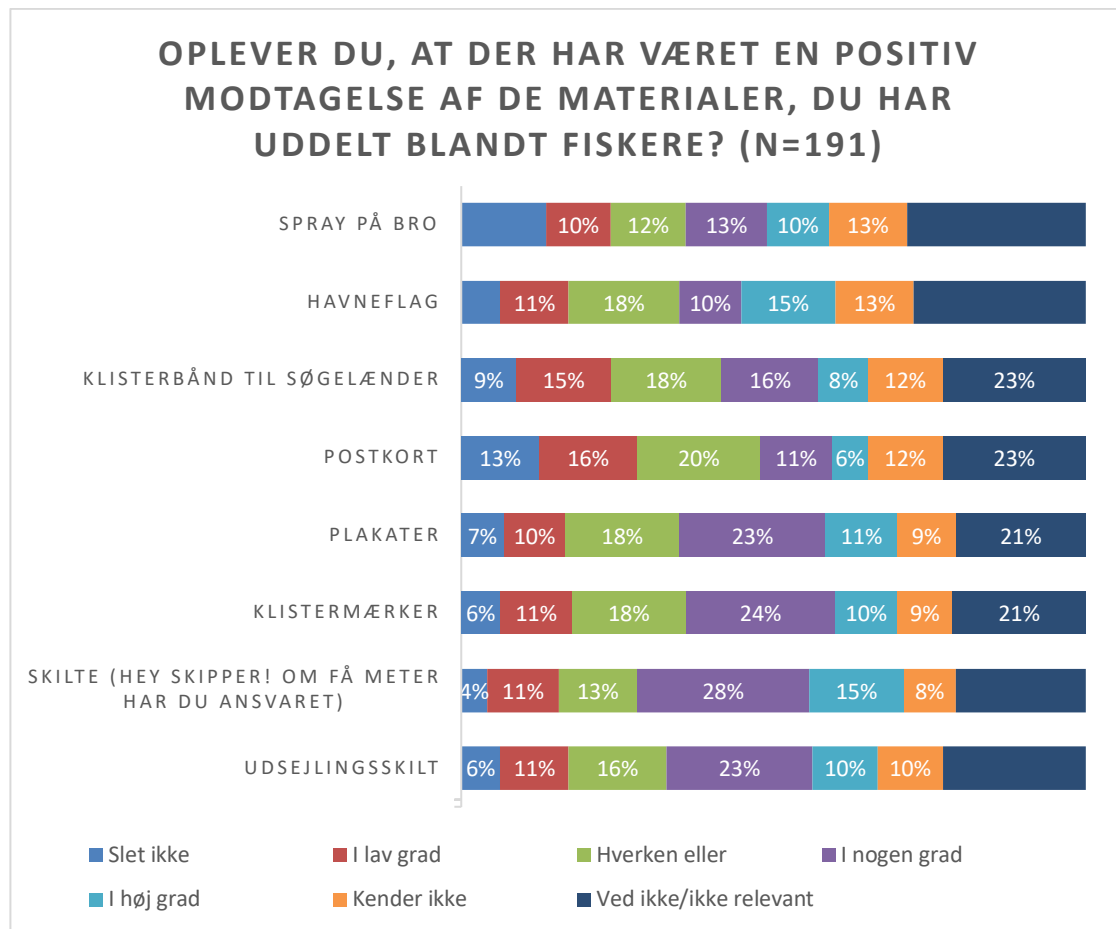
Figur 70



Respondenterne oplever, at materialerne generelt modtages mindre positivt blandt fiskerne sammenlignet med fritidssejlerne. Dette gjorde sig også gældende ved de tidligere spørgeskemaundersøgelser. Figur 71 herunder viser, at aktørerne mest oplever, at *Skilte (Hey Skipper! Om få meter har du ansvaret)* (43 %), *Udsejlingsskilt* (33 %), *Klistermærker* (34 %) og *Plakater* (34 %) i *nogen* eller i *høj grad* modtages positivt af fiskere. Dette er dog langt lavere andele end modtagelsen hos fritidssejlerne.

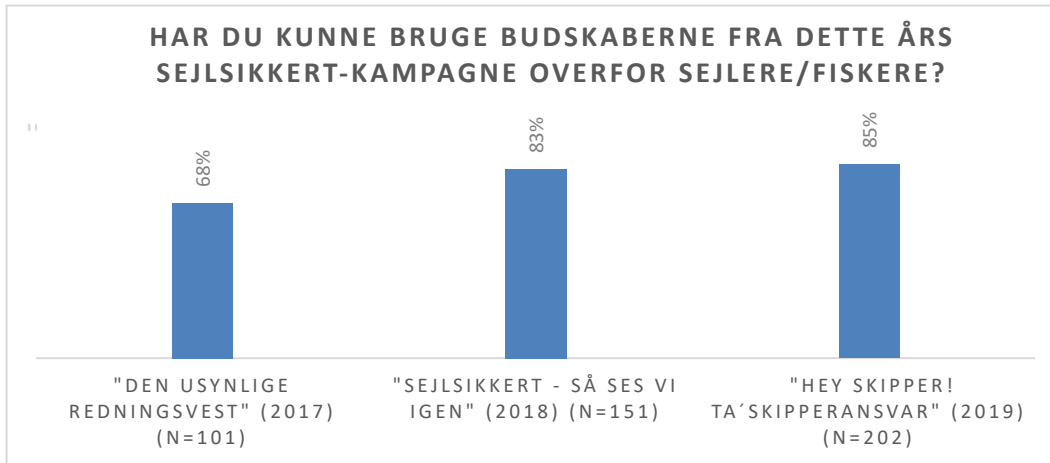
Det er også værd at bemærke, at en større andel generelt har svaret *ved ikke/ikke relevant* til spørgsmålene omhandlende fiskernes modtagelse af materialerne, hvilket muligvis kan vidne om, at materialerne findes mindre relevant for fiskere, at respondenterne i mindre grad er i kontakt med fiskere, eller at fiskere i mindre grad befinder sig på havnen sammenlignet med sejlerne.

Figur 71



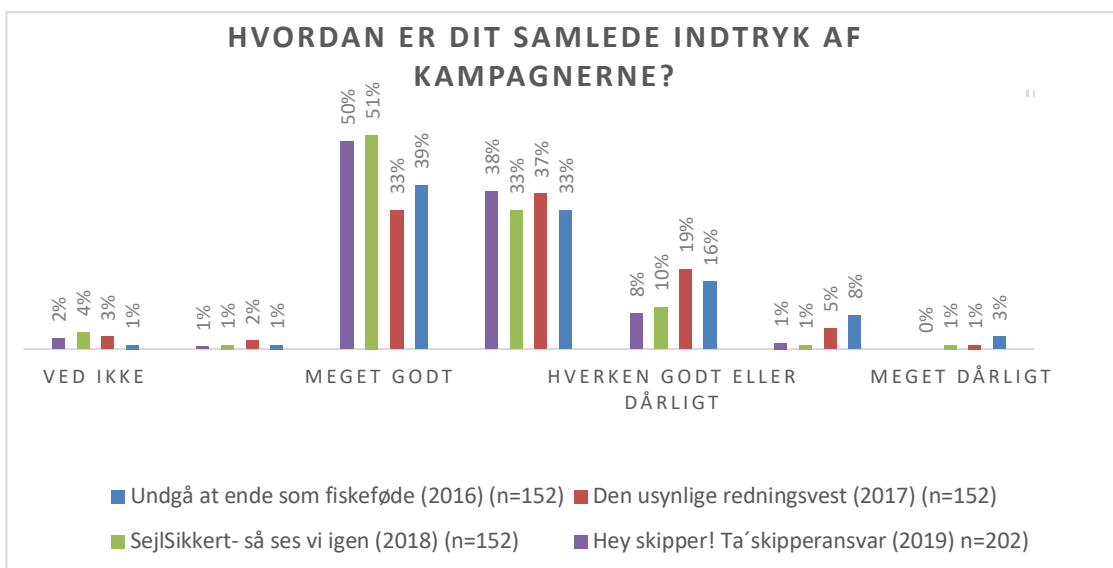
85 % af respondenterne vurderer, at de kan bruge budskaberne fra årets kampagne "Hey Skipper! Ta'skipperansvar" overfor målgruppen af fiskere og sejlere. Dette er stort set på niveau med vurderingen af 2018-kampagnen "SejlSikkert – så ses vi igen", som 83 % svarede, at de kunne bruge overfor sejlere og fiskere. Budskaberne synes således fortsat at være i trit med aktørernes virkelighed på havnene, og de seneste to års kampagner vurderes samlet set meget mere positivt sammenlignet med 2017-kampagnen "Den usynlige redningsvest", som kun 68 % vurderede, de kunne bruge overfor fiskere og sejlere, jf. Figur 72 herunder.

Figur 72



Det er ligeledes de to seneste års temakamper, som aktørerne samlet set har det bedste indtryk af. I undersøgelsen i 2018 var 72 % af respondenternes samlede indtryk af 2016-kampagnen "Undgå at ende som fiskeføde" enten *meget godt* eller *godt*. Det samme gjorde sig gældende for 70 % af respondenternes indtryk af 2017-kampagnen "Den usynlige redningsvest". 84 % havde *et godt* eller *meget godt* indtryk af 2018-kampagnen "SejlSikkert – så ses vi igen" i 2018. I undersøgelsen i 2019 har 88 % af respondenterne et *godt* eller *meget godt* indtryk af 2019-kampagnen "Hey Skipper – Ta' skipperansvar", og er således den temakampagne, som aktørerne vurderer mest positivt.

Figur 73



Digital kampagne

Årets digitale kampagne bestod af fire korte animationsfilm til facebook samt en lidt længere præsentationsfilm, der viser tema-kampagnens materialer.

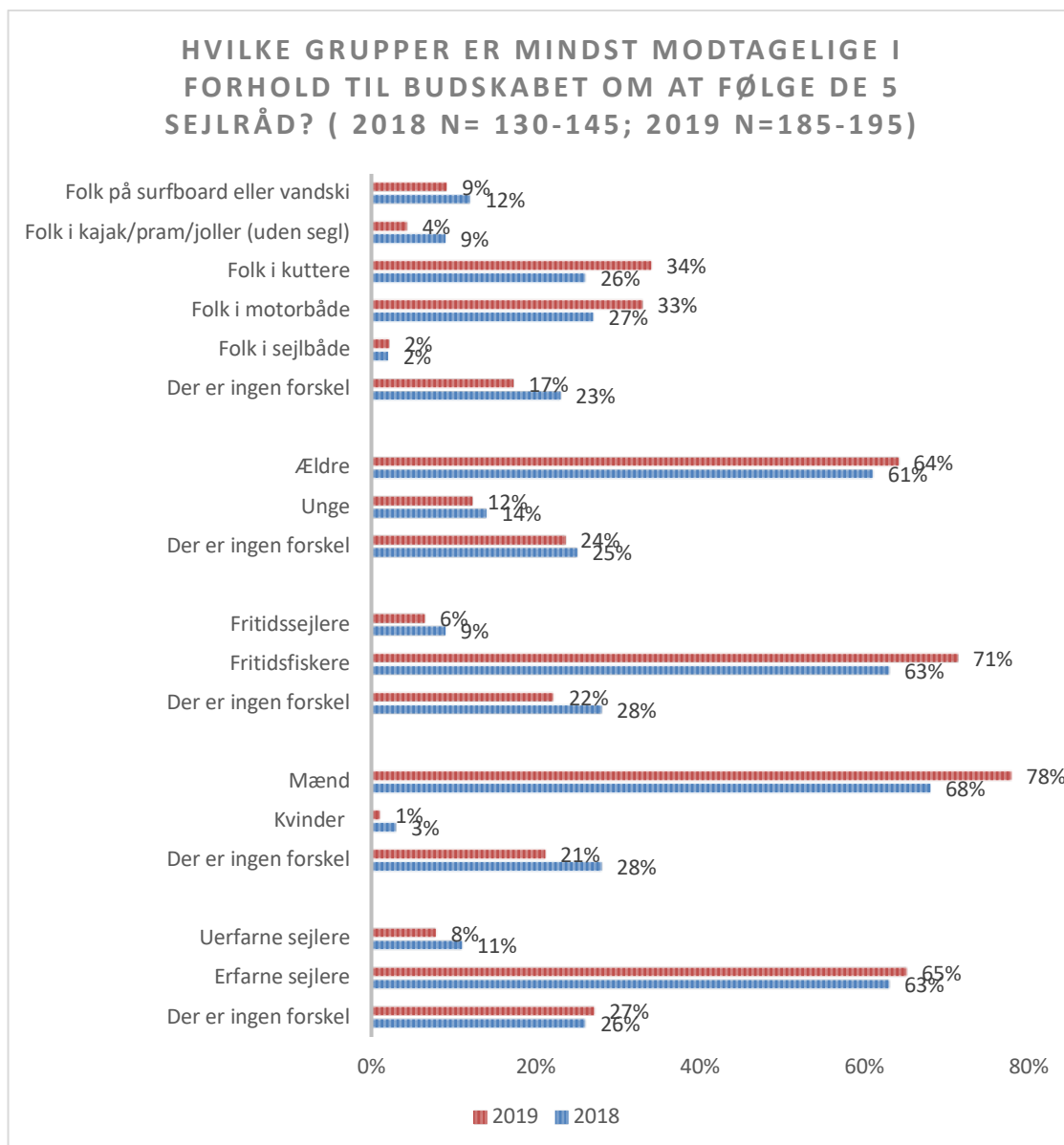


Den største andel af respondenterne har set præsentationsvideoen (86 %), mens ca. halvdelen (47 %) har set animationsfilmene. Det er også størstedelen af de respondenter, som har set begge materialer, som bedst kan lide præsentationsvideoen (65 %).

Ifølge respondenterne er de mindst modtagelige målgrupper overfor budskabet om at følge De 5 sejlråd fortsat hhv. ældre, fiskere, mænd, erfarne sejlere og folk i kuttere eller motorbåde¹⁸. Dette er illustreret i Figur 74 nedenfor.

¹⁸ I figuren er de respondenter, der har svaret *ved ikke* frasorteret, så andelen er alene baseret på besvarelser, hvor en målgruppe aktivt er valgt (hvormed respondentbasen er mellem 130 og 195 i figuren).

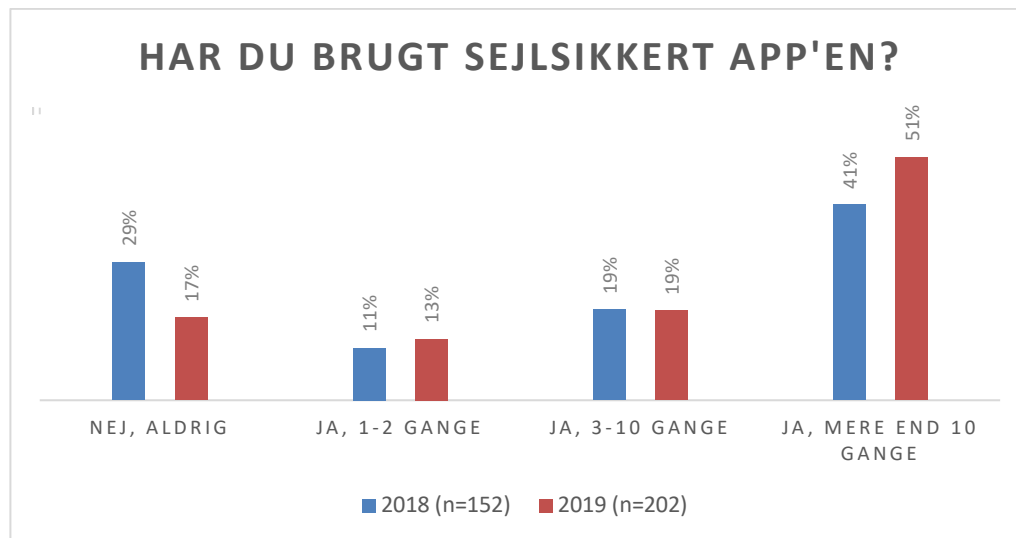
Figur 74



Aktørernes brug af SejlSikkert-app og hjemmeside

De fleste af respondenterne bruger flittigt SejlSikkert-app'en. 51 % af respondenterne har brugt den mere end 10 gange, jf. Figur 75, hvilket er en stigning på 10 procentpoint siden sidste år. Andelen af respondenterne, der har brugt app'en én gang eller mere er 83 %.

Figur 75



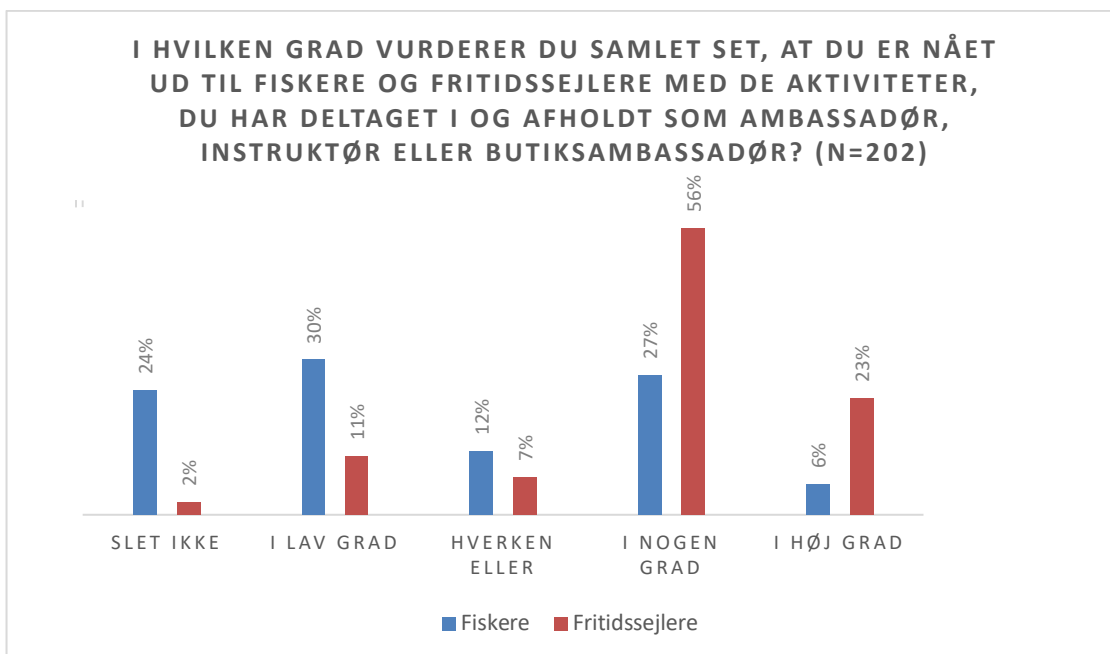
Den nye app Sejlsikkert Alarm er endnu kun blevet brugt én gang eller mere af 27 % af respondenterne. 73 % har således endnu ikke brugt app'en.

Næsten alle respondenterne i undersøgelsen har besøgt hjemmesiden sejlsikkert.dk (93 %). Langt størstedelen har *i nogen* eller *i høj grad* fundet de informationer, de har haft brug for. Det gør sig gældende for hele 96 % af respondenterne. I 2018 gjorde det sig gældende for 92 % af respondenterne og i 2017 var det 87 %. Respondenterne har også haft mulighed for at komme med forslag til fremtidigt indhold på hjemmesiden. Her er der bl.a. ønsket oplysninger om at sejle i de kolde perioder, herunder rette påklædning til vintersejlsads og vandaktivitet. Dertil nævnes det, at gamle pjecer og materialer bør være tilgængelige online.

Sejlere versus fiskere

Som det fremgår af nedenstående Figur 76, er der fortsat en udbredt oplevelse blandt ambassadører, instruktører og butiksambassadører af, at det er vanskeligere at formidle budskaber om sikkerhed til søs til fiskere sammenlignet med fritidssejlere. 79 % af respondenterne vurderer, at de *i nogen* eller *i høj grad* er nået ud til fritidssejlere med deres aktiviteter. I undersøgelsen i 2018 var det 77 %. Det er dog kun 33 % af respondenterne, der vurderer, at de i samme grad er nået ud til fiskerne (38 % i 2018 og 32 % i 2017). Aktørerne synes således i mindre grad sammenlignet med sidste år at være nået ud til fiskerne. Det er hele 54 %, som mener, at de *slet ikke* eller kun *i lav grad* er nået ud til fiskerne.

Figur 76



Som i undersøgelserne i 2016, 2017 og 2018 er der 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. Ved undersøgelsen i 2019 er 68 % af aktørerne fritidssejlere, mens 19 % er fiskere.