

Evaluering av Båtkampanjen 2010



AV-OG-TIL

Evalueringsrapport nr. 1/2010

Kari Randen (red)

Trude Gaare (forfatter)

Oslo, 15. november 2010

1	KAMPANJEIDÉ	6
1.1	ALKOHOLFRIE SONER	6
1.2	BÅT OG BADING SOM ALKOHOLFRI SONE	7
	MÅLGRUPPE	8
	MÅLSETTING	8
1.3	KAMPANJEMETODE	8
	KAMPANJENS FOKUS	11
2	GJENNOMGANG AV KAMPANJEN	12
2.1	AKTØRENE	12
2.2	ORGANISERING	13
	PROSJEKTANSVAR	13
	PROSJEKTGRUPPE	13
	PROSJEKTGRUPPENS ARBEID	14
2.3	VIRKEMIDLER I <i>KLAR FOR SJØEN 2010</i>	15
	RESSURSDOKUMENT	16
	INTERNETT	16
	PRESSE	18
	BROSJYRE	20
	<i>KLAR FOR SJØEN</i> -QUIZ	21
	IPHONE-APPLIKASJON	21
	VANNTETT BAG	22
	FLYTENDE KORTHOLDER	22
	LAKRISBÅTER	22
	KINOREKLAME	23
	DISTRIBUSJON TIL AKTØRENE OG DERES NETTVERK	23
	OVERSIKT OVER TILSTEDEVÆRELSE PÅ ARRANGEMENTER	23

3	<u>GJENNOMFØRING AV KLAR FOR SJØEN</u>	23
3.1	NASJONALT ENGASJEMENT	23
	MINNEMARKERING FOR OMKOMNE I FORBINDELSE MED BRUK AV FRITIDSBÅT	24
	NETTSATSINGEN	26
	SPREDNING AV MATERIELL TIL PUBLIKUM	31
3.2	LOKAL AKTIVITET	33
3.3	MEDIEOMTALE	36
4	<u>RESULTATMÅLING AV KAMPANJEN</u>	39
4.1	MANGE LA MERKE TIL KAMPANJEN	39
	HVEM HAR LAGT MERKE TIL I KAMPANJEN?	40
4.2	HOLDNINGER TIL BRUK AV ALKOHOL I MARITIME SITUASJONER	41
4.3	ALKOHOLFORBRUK I MARITIME SITUASJONER	43
4.4	ANTALL DRUKNEDE	44
4.5	ANDRE FAKTORER ENN KAMPANJEN SOM VIRKER INN PÅ DRUKNINGSTALLENE	45
	SESONGVARIASJONER I NORDMENNENS ALKOHOLFORBRUK	45
	VÆRET I BÅTSEONGEN	46
	ANTALL FRITIDSBÅTER, KUNNSKAP OG SIKKERHET	47
	FLERE HENDELSER SOM KREVER ASSISTANSE	48
	BRUK AV REDNINGSVEST	49
5	<u>AVSLUTNING</u>	49
6	<u>VEDLEGG</u>	51
	PRESSEPLAN PR. 10. MAI	51
	PUBLISERINGSPLAN, KAMPANJENETTSIDEN, BLOGG OG TWITTER	52
	ARRANGEMENTSPLAN <i>KLAR FOR SJØEN 2010</i>	53
	PRESSEMELDINGER (ET UTVALG)	55
	OVERSIKT OVER PRESSESAKER 2010:	64

Sammendrag og konklusjon

Kampanjen *Klar for sjøen* ble også i 2010 gjennomført i tråd med kampanjemetoden anbefalt av Verdens Helseorganisasjon. Et bredt spekter av aktører lokalt og nasjonalt var med på å fronte budskapet, gjennom direkte dialog med målgruppen, distribusjon av materiell og pressearbeid.

Klar for sjøen var et samarbeid mellom Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Redningsselskapet, Røde Kors, Sjøfartsdirektoratets Vis Sjøvett, Politiet, Kystvakten, Kystverket, Oslofjorden Båteierunion, NORBOAT og AV-OG-TIL. Partene planla og gjennomførte arbeidet sammen, AV-OG-TIL var prosjektleder og sekretariat.

Visjonen bak kampanjen er å redusere antall ulykker og antall druknede, mens målsetningen med *Klar for sjøen* i 2010 ble konkretisert til å øke oppmerksomheten rundt faren ved promille og føring av båt, og å øke oppmerksomheten rundt drukningsfaren ved promille og kroppens møte med kaldt vann. Det var naturlig å ta utgangspunkt i ferietiden, siden alkoholkonsumet er større da enn andre tider av året, samt at bruk av båt og sjø er et naturlig innslag i manges ferie, fritid og sommeraktiviteter. Hovedmålgruppen var båtførere.

Kampanjens kjernebudskap var edru båtføring. "Å være klar for sjøen er å være klar i hodet". Kampanjen bestod i hovedsak av målrettede tiltak som fokuserer på kjernebudskapet.

Kampanjens tre viktigste virkemidler for å nå fram til målgruppen med budskapet har vært:

- Direkte dialog - kampanjepartnerne, både sentralt og lokalt, har hatt direkte dialog med målgruppen når de har deltatt på en rekke ulike arrangementer, og gjennomført en rekke aktiviteter over hele landet i juni, juli og august.
- Distribusjon av kampanjemateriell - kampanjepartnerne sentralt og lokalt, samt disses nettverk utenfor kampanjen, har distribuert kampanjemateriell i et omfattende omfang til publikum langs hele kysten. Årets kampanjemateriell var en brosjyre, flytende kortholdere, lakrisbåter, vanntette bager og en iPhone-applikasjon.
- Redaksjonell dekning av kampanjens kjernebudskap i riks-, regional- og lokalmedier var en svært viktig del for å nå ut til publikum. Synliggjøringen av det brede samarbeidet bak kampanjen signaliserte til opinionen at dette er et viktig problem, som igjen ga økt troverdighet.

Det ble utarbeidet et ressursdokument til de involverte parter sentralt og lokalt, slik at de hadde en nødvendig faktakunnskap om temaet og en god argumentasjon i møte med presse og publikum. Dokumentet ble også brukt i planleggingen av pressearbeidet. Samarbeidspartners internett- og intranettsider ble også brukt aktivt for å informere om faren ved båt og bading kombinert med alkohol. Kampanjenettsiden ble videreutviklet og en blogg ble opprettet.

Kampanjepartnerne har deltatt i rundt 46 arrangementer ved sjø og vann, og snakket med publikum om båt og sjøliv og alkohol. I tillegg har de møtt publikum gjennom sine daglige aktiviteter og kontroller. Partnerne har gjort materiellet tilgjengelig for publikum både på arrangementer, gjennom aktiviteter og på forskjellige møteplasser og knutepunkt. Det har blitt distribuert ca 26.000 brosjyrer. Det var et svært stort mediefokus gjennom den tre måneder lange kampanjen. Minimum 166 mediasaker ble viet temaet promille og båtliv. Alle de store riks-, regions- og lokalmediene tok saken opp en eller flere ganger i løpet av juni, juli og august.

Totalt har 3 millioner voksne i Norge lagt merke til ett eller flere av kampanjevirkemidlene i 2010. 72 %, tilsvarende 2,8 millioner personer, har lagt merke til debatt i pressen. 29 %, som tilsvarer 1,1 millioner personer, har lagt merke til materiell. 17 %, som tilsvarer 669.000 personer, har sett arrangementer/aksjoner.

De aller fleste mener man bør avstå fra bruk av alkohol i nærheten av sjø og vann. Folks holdninger til å drikke alkohol når man fører båt er stabil. Hele 94 % mener man bør la være. Holdninger til avhold fra alkohol når man er passasjer i fritidsbåt varierer i større grad. I 2010 var det 49 % som svarte at man bør la være å drikke alkohol når man er passasjer i fritidsbåt, mot 43 % i 2009.

Når så mange aktører samarbeider om kampanjens viktige og langsiktige arbeid, gir det en styrke som ingen kunne oppnådd på egenhånd. Ingen kan enkeltvis klare å løfte det vi løfter sammen. Selv om det store flertallet mener båtfører bør la være å drikke alkohol på sjøen, er kampanjen et viktig virkemiddel for å opprettholde de gode holdningene, og å påvirke folks atferd på sjøen. I henhold til kampanjemetoden som det er jobbet etter, og de mål som er satt, er det oppnådd gode resultater, og kampanjen må sies å være vellykket.

1 Kampanjeidé

AV-OG-TIL arbeider etter en bredspektret, samordnet kampanjestrategi, hvor samarbeid mellom flere aktører og gjennomføring av ulike tiltak gir gode resultater. Slik samordning av ressurser og kompetanse øker kampanjens intensitet og budskapet gjentas og spres gjennom flere ulike kanaler. I sum vil det da bli lettere å nå mottakerne.

I 2004 ble det etablert et samarbeid mellom Sjøfartsdirektoratets Vis Sjøvett, Politidirektoratet, Redningsselskapet og AV-OG-TIL, som i 2005 ble utvidet med Norges Røde Kors. I 2006 kom i tillegg Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Kystverket og Kystvakta med i kampanjen. I 2008 ble Oslofjorden Båteierunion med i kampanjen. I 2009 ble bransjeforeningen NORBOAT med i kampanjesamarbeidet. Erfaringene fra samarbeidet i tidligere års kampanjer ble videreført i kampanjen *Klar for sjøen 2010*.

Denne rapporten evaluerer informasjonskampanjen *Klar for sjøen 2010*. Det foreligger egne evalueringsrapporter for båtkampanjer gjennomført tidligere år.

1.1 Alkoholfrie soner

Alkoholfrie soner har siden 1980-tallet vært et samlende alkoholpolitisk virkemiddel rettet mot den voksne delen av befolkningen. Profilen på budskapet er å opprettholde noen sammenhenger og situasjoner som alkoholfrie – av hensyn til sikkerhet og ulykkesrisiko samt kvaliteten på det sosiale miljøet alkoholen inngår i.

I den norske befolkningen er det stor aksept for at alkoholfrie soner bør være rettesnor for drikkevaner. Den norske drikkekulturen er langt på vei innrettet slik at vi drikker alkohol til bestemte anledninger, og ikke i hverdagen. På den måten begrenses alkoholinntak i situasjoner som på ulikt vis vil være å betrakte som risikosituasjoner. De senere årene har det også blitt mer vanlig å drikke alkohol til maten og til hverdags. En slik endring i drikkevanene kommer i tillegg til de vanene vi allerede har fra før. Det vil med andre ord si at vi i noe større grad drikker alkohol både til hverdags og fest. Dette presser de alkoholfrie sonene.

Kommunikasjon om alkoholfrie soner rommer også perspektivet om at alkoholbruk er tosidig. På den ene siden er de positive opplevelser og forventninger befolkningen har til alkohol, og på den andre siden er den risiko og skade alkohol påfører befolkningen. De alkoholfrie sonene tydeliggjør situasjoner hvor alkoholbruk medfører økt risiko og skade.

1.2 Båt og bading som alkoholfri sone

Klar for sjøen var et tiltak for å styrke båt- og badeliv som alkoholfri sone. Kampanjens kjernebudskap har vært alkoholfri båtferdsel, og kampanjen har i hovedsak bestått av målrettede tiltak som fokuserer på kjernebudskapet.

Valg av temaområde tar utgangspunkt i at minst 1/3 av de som omkommer ved drukning fra fritidsbåt er påvirket av alkohol. Kampanjen gjennomføres på sommeren med utgangspunkt i ferietiden, siden alkoholkonsumet er større da enn andre tider av året, samt at bruk av båt og sjø er et naturlig innslag i manges ferie, fritid og sommeraktiviteter.

Kampanjens fokus på båtliv som alkoholfri sone er gjort ut fra følgende begrunnelse:

1. Sikkerheten

Den største risikoen er knyttet til ufrivillig fall i vannet pga. dårlig balanse. Dette gjelder alle i båten, ikke bare føreren. Bading med alkohol i blodet gir en uakseptabel økning av risikoen for drukning.

2. Uoppmerksomhet

Selv med lav promille vil evnen til oppmerksomhet og reaksjonsevne bli svekket. Dette setter egen og andres sikkerhet i fare ved at en påvirket båtfører i mindre grad er oppmerksom på andre trafikanter og "myke elementer" i vannet.

3. Risiko

Alkohol setter i gang flere reaksjoner i kroppen. Alkoholpåvirkning reduserer sterkt kroppens evne til å opprettholde kroppstemperaturen, og overlevingstiden i vann reduseres til omtrent det halve. Dette gjør at berusede personer har lettere for å fryse i hjel enn personer som ikke er påvirket av rusmidler.¹ Alkoholpåvirkning gir også nedsatt reaksjonsevne og evne til å tenke klart og fornuftig. For å kunne vurdere en

¹ Sjøfartsdirektoratet, "Mennesket og vannet". Temahefte 1, 2002

situasjon korrekt er det viktig å holde seg edru. For eksempel er det vanskelig å bedømme avstand i vann i edru tilstand, og det blir ikke enklere hvis man er alkoholpåvirket. Man vet at berusede personer og personer i bakrus har stor tendens til å drukne selv ved korte svømmedistanser, noe som skyldes kombinasjon av dårlig dømmekraft og stort varmetap.

Det kan også være risikabelt å stupe ut i vannet for å kjøle seg ned på varme sommerdager hvis man har drukket alkohol. Det er også en opplagt risiko å drikke alkohol når man passer på andre som bader. I slike situasjoner kreves det at man har både reaksjons- og oppmerksomhetsevne på topp.

Målgruppe

Kampanjens hovedmålgruppe har vært voksne båtførere.

Målsetting

Visjonen er å redusere antall ulykker og antall druknede.

Målsettingen for kampanjen 2010 ble følgelig konkretisert til:

Fokus på risikoen ved kombinasjon av alkohol og båt/sjø, skal

- øke oppmerksomheten rundt faren med promille og båtkjøring
- øke oppmerksomheten rundt drukningsfaren med promille og kroppens møte med kaldt vann

Synovate-målinger utført i august, etter *Klar for sjøen 2010*, legges til grunn som måleverktøy.

1.3 Kampanjemetode

AV-OG-TIL jobber innenfor en bredspektret kampanjeforståelse. Det arbeides gjennom flere kanaler og med et omfattende spekter av aktører. Det arbeides systematisk med frivillige organisasjoner, lokaltilpassede tiltak gjennom AV-OG-TIL Lokalt, det jobbes opp mot de rusfaglige og politiske miljøer, og det arbeides opp mot industrien og mot forhandler- og grossistnivå. Dette gir en tett vev og samordning av krefter innenfor frivillige organisasjoner, offentlig sektor, næringsliv og innenfor mer uformelle stedlige maktstrukturer og arenaer, som igjen gir økt fokus og engasjement over tid. Det lokale arbeidet er basert på teorier om forebygging og lokalsamfunn i tråd med en

empowerment-strategi med sikte på mobilisering og oppslutning fra stedlige arenaer. Faglige arbeider av forfatterne Aarø, Aarsæther og Røiseland har vært utgangspunkt for tilnærmingen, foruten Wagenaars erfaringer med rusmiddelforebyggende lokalsamfunnsbaserte tiltak (Wagenaar & Perry, 1994).

I planleggingen av kommunikasjonsstrategier bygger AV-OG-TIL bl.a. på tottrinns modellen (two-step model of communication) og innovasjonssprednings-teorien (Diffusion of Innovations Theory). Totrinns modellen er en solid modell som har dominert kommunikasjonsfaget i over 30 år. Modellen understreker at informasjonsprosessen mellom avsender og mottaker ikke bare omhandler massemedia som den eneste informasjonskanalen med påvirkningskraft på enkeltindivider. Mottakeren blir like mye påvirket og mottar like mye informasjon fra andre individer rundt seg. Denne modellen knytter altså sammen massekommunikasjon med mellommenneskelig kommunikasjon, og vektlegger påvirkningskraften til opinionsledere.² AV-OG-TILs kampanjemodell vektlegger lokal aktivitet og informasjonstjenester nettopp fordi man nå vet hvor viktig det er at et budskap ikke bare kommer ovenfra og ned, men blir diskutert og videreført på grasrotnivå. De nære mediene og lokale nettverk er derfor høyt prioritert.

Kommunikasjonsstrategier i kampanjearbeid handler om å legge en overordnet plan for hvordan budskapet best når ut til målgruppen. Det brukes både *aktiv direkte* og *aktiv indirekte informasjon* i slike strategier. *Aktiv direkte informasjon* omhandler annonsering i massemedier, brev, brosjyrer eller publikasjoner sendt direkte til målgruppen, eller oppsøkende informasjon. *Aktiv indirekte informasjon* kan være redaksjonell mediedekning etter egen henvendelse gjennom tips, pressemeldinger og pressekonferanser, bruk av sosiale nettverk som organisasjoner, opinionsledere og lignende eller møteplasser hvor det utveksles informasjon og erfaringer. Er målet å øke kjennskap, kunnskap eller skape oppmerksomhet er massemedier velegnet, men dersom ønsket effekt er å endre holdninger og handlinger må man bruke både massemedier og mellommenneskelig kommunikasjon.³

² S Windahl, B. Signitzer og J.T. Olson, *Using Communication Theory, An Introduction to Planned Communication*. London: Sage Publications Ltd. 1992. s. 51-58

³ Statens informasjonstjeneste: *Den satt! Veileder for større opplysningstiltak*. 2000. s. 38

Innovasjonssprednings-teorien (*Diffusion of Innovations Theory*) ser på hvordan og hvorfor en innovasjon, i vårt tilfelle et nytt atferdsmønster som innretter seg etter anbefalingen om åtte alkoholfrie soner, kan føre til både positive og negative endringer hos enkeltindivider. Prosessen mot en beslutning rundt tema innebærer nemlig mange ulike stadier. Det begynner på *kunnskapsstadiet*, hvor man tilegner seg informasjon om hvorfor man bør følge anbefalingen.⁴ I forbindelse med en kampanje produserer AV-OG-TIL for eksempel et ressursdokument til skolering av talspersoner i nettverket, for å sikre at tilstrekkelig informasjon når ut til mottakerne. Videre i prosessen går mottakeren så over på følgende stadier: *Overtalelsesstadiet* (holdningen blir formet – enten i positiv eller negativ retning), *avgjørelsesstadiet* (man tar i mot eller avslår anbefalingen), *gjennomføringsstadiet* (atferdsmønsteret forandres) og *bekreftelsesstadiet* (etter at avgjørelsen er tatt søker man ofte bekreftende informasjon om at dette var det rette valget). Bruk av massemedia anses for å være egnet til å påvirke enkeltindivider i de første stadiene, mens mellommenneskelig kontakt er mer avgjørende for endring av holdning og atferd i de senere stadier.⁵

Informasjon og opplysning er del av et sett av tiltak, og må ta sikte på langsiktig gevinst. Det er ikke rimelig å vente raske endringer eller å isolere effekten på et felt som i så stor grad er påvirket av en rekke elementer. Men det politiske rommet for gjennomførbarhet, aksept/legitimitet er påvirkelig – som nivået på alkoholforbruk og skader er det. Vitenskaplig baserte tiltak kombinert med politisk vilje og folkelig støtte utgjør slik et samspill. Bekjempingen av fyllekjøring i store deler av den vestlige verden er et eksempel på resultat av en slik strategi.⁶

I USA har det føderale Institute of Medicine og National Research Council lagt fram en stor rapport som omhandler drikking blant mindreårige (*Reducing Underage Drinking: A Collective Responsibility*, 2003). Rapporten omhandler hvordan mange forskjellige aktører og grupper bidrar til problemet, og hvordan disse kan mobiliseres for å avhjelpe det. For å redusere drikking blant mindreårige slås det fast at det trengs kooperative

⁴ S Windahl, B. Signitzer og J.T. Olson, *Using Communication Theory, An Introduction to Planned Communication*. London: Sage Publications Ltd. 1992. s. 56-58

⁵ S Windahl, B. Signitzer og J.T. Olson, *Using Communication Theory, An Introduction to Planned Communication*. London: Sage Publications Ltd. 1992. s. 59-62

⁶ Griffith Edwards (red) et al, *Alcohol Policy and the Public Good*, Oxford University Press (for WHO Europe), 1994. Et sammendrag på norsk er gitt ut av Eurocare, "Et sammendrag av Alcohol Policy and the Public Good", 1995, s 25.

bidrag på ulike nivåer innen det offentlige, alkoholindustrien, blant forhandlere, underholdningsindustrien, blant foreldre og innen voksenarenaer i lokalsamfunn. Rapporten tar derfor, som WHO, til orde for *bredspektret/samordnet* (comprehensive) strategi. Det foreslås en lang rekke forebyggende tiltak - opplysning overfor foreldre og ungdommer, forandringer i avertering, strengere kontroll med salg og skjenking, politikontroll, alkoholavgiftene m.m.⁷

Kampanjens fokus

Kampanjen skal informere om risikoen alkohol utgjør for drukning fra båt, og ved fall i vannet. Alkohol fører til svekket oppmerksomhet, reaksjonsevne og konsentrasjonsevne. Videre svekkes kroppens evne til varmeregulering, slik at nedkjøling skjer raskere. Budskapet i informasjonen har vært å la være drikke alkohol når man fører båt, samt å drikke mindre enn man pleier når man er i "maritime" omgivelser. Det ble, i tråd med ovenfor nevnte metode, lagt vekt på at budskapet skulle formidles saklig og faktabasert, uten "pekefinger".

I mars 2009 ble forståelsen av kampanjens slagord "Å være klar for sjøen er å være klar i hodet" testet hos voksne over 15 år, og kampanjens målgruppe – båtførere. Undersøkelsen ble utført av analysebyrået Visendi AS. I Visendis omnibus ble 1102 personer stilt åpent spørsmål om forståelsen av slagordet. 67 prosent svarte at de forbinder utsagnet med alkohol og rusmiddelbruk i sammenheng med ferdsel på og ved sjøen. Blant de som førte båt en eller flere ganger sommeren før, svarte 73 prosent at de knyttet slagordet til alkohol og rusmiddelbruk. Disse resultatene er svært gode, og bekrefter at bruk av slagordet er med på å fremme kampanjens budskap om edru båtførere.

⁷ Institute of medicine, *Reducing Underage Drinking: A Collective Responsibility*, 9. sept. 2003, Hele rapporten: <http://www.nap.edu/books/0309089352/html/>

2 Gjennomgang av kampanjen

2.1 Aktørene

Politidirektoratet (POD), underlagt Justis- og politidepartementet, har ansvaret for den faglige ledelsen, styringen og utviklingen av politi- og lensmannsetaten. I samarbeidet om *Klar for sjøen* inngår særlig politidistriktenes sjøtjeneste.

Sjøfartsdirektoratet, underlagt Nærings- og handelsdepartementet, har som overordnet mål å oppnå høy sikkerhet for liv, helse, fartøy og miljø. Vis sjøvett er et nettverk av frivillige som koordineres av Sjøfartsdirektoratet.

Redningsselskapet (NSSR) er en humanitær forening med formål å redde liv og berge verdier, og opprettholder og utfører rednings- og hjelpetjeneste. NSSR driver også opplysningsarbeid og forebyggende virksomhet for å bedre sikkerheten for sjøfarende.

Røde Kors er en humanitær organisasjon med ca 135.000 medlemmer, og vel 13.000 av disse er fordelt på 320 hjelpekorps – en frivillig redningsorganisasjon. Et av organisasjonens hovedmål er å beskytte liv og helse i videste forstand.

Kongelig Norsk Seilforening/Norges Seilforbund er Norges største seilforening, stiftet i 1883. Kongelig Norsk Seilforening (KNS) har ca. 4000 medlemmer, og er tilsluttet Norges Seilforbund.⁸

Kongelig Norsk Båtforbund (KNBF) er Norges eneste landsomfattende interesseorganisasjon for eiere og brukere av fritidsbåt. KNBF driver informasjonsarbeid om båtspørsmål, og har 190 tilsluttede båtforeninger og 28.000 medlemmer⁹.

Kystvakten driver bl.a. rednings-/bistandsarbeid på havet og generell bistand til politiet og andre statsetater, og er gitt begrenset politimyndighet.¹⁰

⁸ Kilde KNS hjemmeside

⁹ Kilde KNBFs hjemmeside

¹⁰ Kilde Kystvaktens hjemmeside

Kystverket er Fiskeri- og kystdepartementets etat for sjøtransport, sjøsikkerhet, havner og beredskap mot akutt forurensing.¹¹

Oslofjorden Båteierunion (OBU) er en interesseorganisasjon for båtfolket. Organisasjonen har som formål å arbeide for båtlivsinteressene i og rundt Oslofjorden, og har 54 tilsluttede båtforeninger.

NORBOAT er en interesseorganisasjon for båtbransjen i Norge. Organisasjonens formål er å sikre interessene til de profesjonelle aktørene i båtbransjen, samt båtlivets rammebetingelser. NORBOAT har ca 400 medlemmer.

AV-OG-TIL er en kampanjeorganisasjon som arbeider for alkoholfrie soner. Bak AV-OG-TIL står politiske partier, offentlige virksomheter, faglige og frivillige organisasjoner. AV-OG-TIL har et videre samarbeid med 13 kommuner og 5 kompetansesenter på rusfeltet i AV-OG-TIL Lokalt (lokalsamfunnsprosjekt).

2.2 Organisering

Prosjektansvar

AV-OG-TIL var økonomisk og administrativ ansvarlig for kampanjen. AV-OG-TILs virksomhet finansieres av tilskudd fra Helsedirektoratets rusmiddelavdeling gjennom årlig tildeling. *Klar for sjøen* 2010 inngikk som en del av den totale rammen for AV-OG-TILs virksomhet. Budsjettrammen for *Klar for sjøen* 2010 var på 1,9 millioner kroner.

AV-OG-TIL ga fortløpende informasjon gjennom hele planleggings- og gjennomføringsfasen til AV-OG-TILs styre. Det ble også gitt informasjon til AV-OG-TILs medlemsorganisasjoner i forbindelse med årsmøtet i april.

Prosjektgruppe

Det ble etablert en prosjektgruppe sentralt, bestående av representanter fra samarbeidspartene. Prosjektgruppens mandat var følgende:

¹¹ Kilde Kystverkets hjemmeside

- Prosjektgruppen planlegger og gjennomfører *Klar for sjøen 2010*, i henhold til kampanjens idé og mål.
- Prosjektgruppen fastsetter fremdriftsplan og milepælsplan for arbeidet.
- Ansvar for oppfølging av de enkelte oppgavene delegeres i møtene.
- Prosjektgruppen varer frem til gjennomført evaluering av *Klar for sjøen 2010*
- Prosjektgruppen ledes av AV-OG-TIL.
- Prosjektgruppen rapporterer formelt til styret for AV-OG-TIL. Referater fra prosjektgruppens møter godkjennes av prosjektgruppen, og distribueres deretter til alle kampanjepartnere.
- Rapport for kampanjen sendes samarbeidspartene når den er godkjent av prosjektgruppen.
- Den enkelte samarbeidspart dekker eventuell godtgjøring (lønn, reise osv) for egne representanter.
- KNS bærer kostnader for lokaler. AV-OG-TIL bærer kostnader for enkel bevertning på møter.

Prosjektgruppen besto av:

- Anne Kristine Nergaard, avløst av Stine M. Rofeldt, Redningssselskapet
- Lorna Dyrkolbotn, Sjøfartsdirektoratet – Vis Sjøvett
- Jan Erik Næss, Kongelig Norsk Seilforening/Norges Seilforbund/Kongelig Norsk Båtforbund/Oslofjorden Båteierunion
- Sveinung Stangeland, Politidirektoratet
- Morten Grøtvedt, Røde Kors
- Dag Liseth, NORBOAT
- Trude Gaare, AV-OG-TIL

Prosjektgruppen valgte samme organisering som kampanjen i 2009. Hver enkelt samarbeidspartner ble fulgt opp direkte i oppstartsfasen og underveis ved behov. AV-OG-TIL ledet prosjektgruppens arbeid, etter fullmakt fra denne.

Prosjektgruppens arbeid

Kampanjen ble organisert i en prefase (ultimo januar til ultimo mai), en operativ fase (ultimo mai og ut august) og en postfase (evaluering). Det var månedlige møter fra januar til juni. I januar ble samarbeidsparter og roller avklart, fremdriftsplan satt, effektevaluering av kampanjen ble bestemt og virkemiddelbruk ble fastlagt. I februar ble kampanjens informasjonsmaterieell gjennomgått, plan for intern informasjon og motivering i lokalleddene satt og informasjonskanaler diskutert. I mars ble ressursdokument påbegynt, arbeidet med intern informasjon og motivering i lokalleddene fortsatte, planlegging av minnemarkering påbegynt, produksjon av virkemidler ble igangsatt. I april startet pressearbeidet. Det ble laget presseplan,

internlansering av kampanjen ble planlagt med nyhetssaker for samarbeidspartnerne intra- og internettsider, og lokallag fikk informasjon om kampanjen og bestilling av materiell pr e-post eller brevpost. I mai ble det produsert ressursdokument, distribusjon av materiell startet, utvikling og design av kampanjenettside og blogg gjort. I den operative fasen (juni, juli og august) ble iPhone-applikasjonen lansert og markedsført, minnemarkeringen ble forberedt og gjennomført, en reklamefilm for kino og nett ble produsert. Det ble arbeidet med pressesaker på lokalt og sentralt nivå. Det ble produsert saker til kampanjeweib, blogg og twitter for jevnlig publisering.

Møte	Tema
# 1 – 14. januar	Overordnede føringer for kampanjen Organisering
# 2 – 18. februar	Materiell Intern info/motivering i lokalleddene
# 3 – 18. mars	Ressursdokument Minnemarkeringen Intern info/motivering i lokalleddene Kampanjeinfo/materiellbestilling Materiell
# 4 – 22. april	Aktivitetsplan (aksjonsplan) Presseplan Minnemarkeringen Internettstrategi - interaktivitet
# 5 – 20. mai	Aktivitetsplan (aksjonsplan) Presseplan Minnemarkeringen
#6 – 10. juni	Aktivitetsplan (aksjonsplan) Sosiale medier + iPhone-app Minnemarkeringen Vi er i gang, justeringer?
#7 – 21. oktober	Evaluering av kampanjen

2.3 Virkemidler i *Klar for sjøen* 2010

Det ble i kampanjen valgt virkemidler som er relevante for målgruppen når de er i maritime situasjoner, eller forbereder seg til det. Det ble lagt opp til enkle, men effektive produkter, som var lette å ta i bruk. Målgruppen for virkemidlene var i hovedsak voksne og ungdom fra 15 år. Produktene som ble laget skulle fungere både som inngangsport for samtaler med publikum, stunt for PR-oppmerksomhet og sette fokus på temaene i kampanjen. Kampanjens virkemidler, som blir presentert under: ressursdokument, internett (kampanjenettside, blogg, annonser og twitter), presse, brosjyre, quiz, iPhone-applikasjon, vanntett bag, kortholder, lakrisbåtpose og kinoreklame.

Ressursdokument

I *Klar for sjøen* var det viktig at samarbeidspartnerne og nettverket hadde tilgang til utdypende og saklig informasjon om båtliv, bading og den risikoen alkohol representerer når man driver med maritime aktiviteter. Derfor ble det skrevet et ressursdokument¹² med fakta, analyser og bearbeiding av ulike kilder, og oppdatert med ny forskning og statistikk på området. Her ble det blant annet redegjort for Sjøfartsdirektoratets drukningsstatistikk, SSBs drukningsstatistikk, Transportøkonomisk institutts risikoberegninger og fakta om menneskets fysiologi i forhold til maritime aktiviteter og alkohol. Synovates undersøkelse rundt folks holdninger til og faktisk bruk av alkohol i maritime aktiviteter ble presentert, alkoholomsetningens oppsving på sommeren ble lagt fram, og utviklingstrenden med større og raskere fritidsbåter og dårligere båtkunnskap ble diskutert. Ressursdokumentet ble utarbeidet av AV-OG-TIL, og kvalitetssikret og godkjent av prosjektgruppen. For å lette kommunikasjonsarbeidet for de mange involverte ble det laget et notat med kort presentasjon av de viktigste fakta og argumenter.

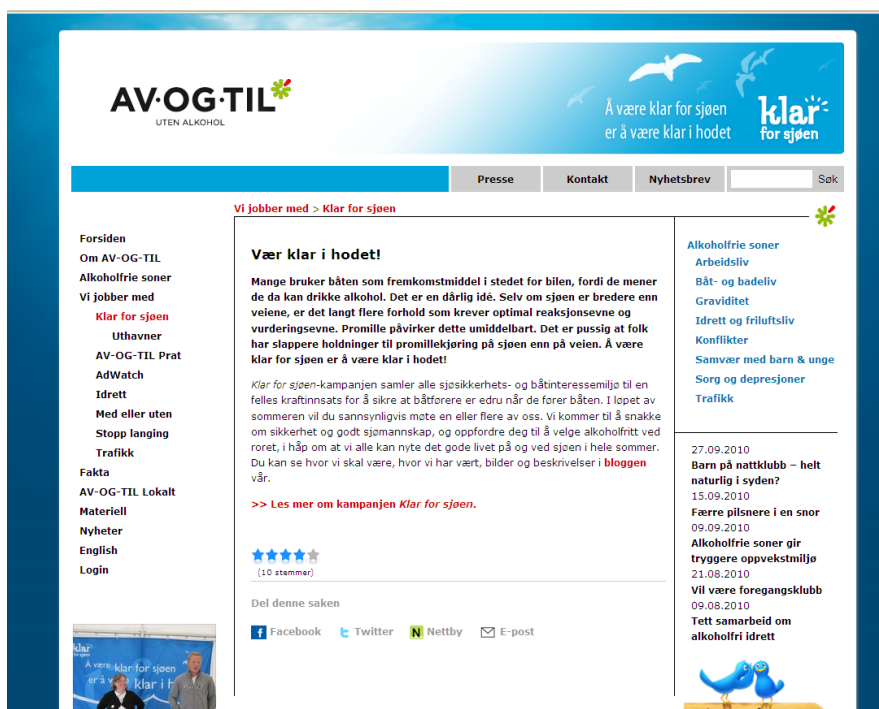
Ressursdokumentet til *Klar for sjøen* ble sendt til de involverte parter sentralt og lokalt på forespørsel, slik at de hadde en nødvendig faktakunnskap om saken og en god argumentasjon i møte med presse og publikum. Lokalt tilpassede saker ble utarbeidet av lokalkontakter. Dokumentet ble brukt i den felles pressestrategien. Underveis i kampanjen fikk AV-OG-TIL tilbakemeldinger fra lokale aktører som var aktive på pressefronten, om at ressursdokumentet var til hjelp og nytte.

Internett

I evalueringen av 2008-kampanjen ble det konkludert med at internett som kanal, kunne brukes mer aktivt for å informere publikum om faren ved å kombinere båt og alkohol. Prosjektgruppen gjorde derfor internett til et satsingsområde i 2009, og dette ble videreført i 2010. Målet var å nå flere i målgruppen via internett, samt gjenta og befeste budskapet om edru båtføring. Satsingen på internett ble også valgt for å engasjere målgruppen, for å kunne gå bredere og dypere i temaet promille og sjøsikkerhet, og for å kunne presentere kampanjen, dens partnere og aktiviteter grundig. Sentralt i denne satsingen sto videreutvikling av kampanjenettsiden

¹² Marte Sletten og Trude Gaare, Klar for sjøen '10 - Ressursdokument, AV-OG-TIL-rapport nr 1/2010

www.avogtil.no, og deltakelse i sosiale medier. En *Klar for sjøen*-blogg (www.kfs.origo.no) ble opprettet for å ha en bedre egnet plattform for publikumsdeltakelse på nett, og for å synliggjøre det store nettverket bak kampanjen og de mange arrangementer og aktiviteter hvor publikum kunne treffe kampanjepartnerne. Origo ble valgt bl.a. på grunn av deres tette samarbeid med lokalaviser landet rundt (A-pressen), og dermed muligheter for spredning av innlegg (blogginlegg, bilder og kalenderoppføringer). For å generere trafikk til, og deltakelse på bloggen, ble det utviklet annonser for bruk i lokalpressens nettaviser. I tillegg til dette ble det lagt vekt på, og tilrettelagt for at alle kampanjepartnere gjennom sommeren skulle fremme budskapet og kampanjen på sine hjemmesider, i sine blogger, Facebook-profiler og på Twitter.



Kampanjenettsidens design i kampanjeperioden.



Klar for sjøen-bloggen på
www.kfs.origo.no



En av fem annonser i lokale nettaviser.

Presse

Den komplekse kommunikasjonsprosessen mellom avsender og mottaker gjør det viktig at budskapet og informasjonskanalen er best mulig tilpasset målgruppen. Godt planlagte kommunikasjonsstrategier og omstendelige presseplaner vektlegges derfor høyt.¹³ En presseplan fungerer som et verktøy i prosessen med å skape oppmerksomhet om kampanjens formål og målsetting, man kan fordele utspill jevnt gjennom kampanjeperioden, og samarbeidspartnere kan på koordinert vis gå ut med ulikt vinklede utspill. Presseplaner er alltid dynamiske i den forstand at de endres i tråd med det løpende mediebildet og sakene kan bytte rekkefølge alt etter hvor mulig det er å få sakene ut. Presseplanen fungerer som en godt forberedt temaliste med

¹³ Statens informasjonstjeneste: *Den satt! Veileder for større opplysningstiltak*. 2000. s. 46

nyheter, case, historier, utsagn, meninger og fakta. Det er aldri gitt om og hvilke redaksjoner en får solgt sakene inn til.

Det var ønskelig å få pressedekning av kampanjen både på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå, gjennom flere ulike mediekkanaler, noe som det ble fokusert på under arbeidet med presseplanen. Jo flere kanaler målgruppen møter et budskap i, dess større sjanse er det for at det fører til forsterkning og oppfattelse av budskapet, og jo nærmere kanalen er målgruppen, jo mer tyngde får saken. Dette øker sjansen for mer aktiv prosessering og til holdningsendring. De lokale tiltakene, initiativene og mediasakene stimulerer igjen til kommunikasjon om emnet blant lokalbefolkningen. Dette er verdifullt for å styrke påvirkningskraften. Det var også jobbet bevisst for å få jevnt pressefokus hele sommeren.

Det var ikke nødvendig at alle aktører sto som avsender av alle presseutspillene, siden samarbeidspartene har sine forskjellige kjerneområder. Men de sakene som kunne linkes til kampanjens budskap om promille var det naturlig å innlemme i den felles presseplanen. Samarbeidspartene ble oppfordret til å nevne promille og tipse journalister om kampanjen, når man var i kontakt med presse i forbindelse med egne utspill. Mange oppslag, små og store, gir til sammen stor pressedekning og når et bredt publikum.

Videre er det temaet som er det sentrale budskapet, ikke avsenderens merkevarebygging. Derfor er det i pressearbeidet ikke viktig hvem av samarbeidspartnerne som formidler budskapet, eller om AV-OG-TIL blir nevnt. For AV-OG-TILs del er det noen ganger også ønskelig at andre samarbeidspartnere fronter framstøt og tiltak, fordi det gir legitimitet og tyngde. Det var likevel en viktig del av pressearbeidet i denne kampanjen å få synliggjort det store arbeidet samarbeidsaktørene legger ned på dette feltet. Dette fordi synliggjøring av ressursene og kompetansen bak kampanjen signaliserer til opinionen at dette er et viktig problem, som igjen gir økt troverdighet. I tillegg vil synliggjøringen av hver partners bidrag skape et eierforhold til kampanjen, som igjen virker motiverende i arbeidet med kampanjen.

En dynamisk presseplan med aktuelle saker og vinklinger ble utarbeidet av AV-OG-TIL og diskutert på prosjektmøtene i april, mai og juni. Det ble fokusert på aspekter som promille, båt, sikkerhet og ansvar. Presseplanen pr 10. mai ligger som vedlegg.

Temaer og vinklinger det ble jobbet med:

- båtføreres holdninger til alkohol på og ved sjøen
- båtføreres faktiske alkoholbruk
- stor sommeroffensiv – de mange aktørene som står bak kampanjen
- minnemarkering for omkomne fra fritidsbåt - pårørende
- promille gir nedsatt koordinasjonsevne og økt reaksjonstid – derfor bør båtfører være edru
- *Klar for sjøen* tilstede på arrangementer for å minne folk om hvor viktig det er å være edru på og ved sjøen
- Ny undersøkelse om vestbruk, koble med promille og minnemarkering

Mediene er interesserte i tall, og Synovate-målingene er her en viktig kilde. Alle samarbeidspartnerne som hadde relevant statistikk og bakgrunnsinformasjon ble oppfordret til å bidra med disse til pressesaker, for eksempel omkomne fra fritidsbåt, antall kontroller og promilletatte, ulykkestall etc.

Brosjyre



Vår reaksjons- og vurderingsevne svekkes raskt når vi drikker alkohol. Det gir økt risiko for farlige (og pinlige) episoder.



Ønsker du å treffe andre på sjøen som har drukket alkohol?

Vår reaksjons- og vurderingsevne svekkes raskt når vi drikker alkohol. Det gir økt risiko for farlige (og pinlige) situasjoner.

Klar for sjøen-brosjyren stiller spørsmål om alkohol i forskjellige maritime situasjoner. Den har lite tekst, hvor hensikten er å skape mer refleksjon rundt situasjonene på sjøen.

Klar for sjøen-quiz

Er du klar for sjøen?

1. Kampanjen Klar for sjøen vil
A. Informere om farene knyttet til å kombinere båt og badning med alkohol
B. Informere om sommerens nyheter på båtfronten
C. Få folk til å slutte å drikke i sommer
2. Hva er promillegrensen i Norge for småbåtførere?
A. 0,2 B. 0,5 C. 0,8
3. Hva er den største risikoen ved å falle i vannet eller bade med alkohol i blodet?
A. Gå glipp av moson på land
B. En kjører at en bryser raskere og vil fort på land.
C. Kroppstemperaturen synker raskere uten at en merker det og faren for drukning øker
4. Hvem er mest utsatt for drukning fra båt i Norge?
A. Mann B. Kvinne C. Ungdom
5. De fleste dødsulykker med fritidsbåt skjer?
A. Langt til sjøs på høsten
B. Innensjøers en sommerdag
C. Når det er kaldt i vannet og bålen er forleyd
6. Med en promille på 0,8 vil en person normalt ha?
A. Støtt tale, hukommelsesproblemer og nedsatt bevegelse
B. Full kontroll
C. Nedsatt koordinasjonsevne og økt reaksjonstid



Bak Klar for sjøen står
Kongelig Norsk Sjøforbund, Kongelig Norsk Sjøfartsting, Norges Sjøforbund, Osloforbunden
Sjøfartsting, NOROGAT, Norsk Kyst, Redningsvesenetsforbund, Vå Spirett, politet, Kystvakten,
Kystverket og AV-OG-TIL.

Klar for sjøen-quiz med enkle spørsmål om båt- og badeliv og promille ble brukt for å komme i dialog med målgruppen på arrangementer, for å skape ettertanke og øke kunnskapen. Quiz kunne lastes ned på kampanjenettsiden, eller bestilles ferdig trykket.

iPhone-applikasjon



Som et supplement til kampanjens tradisjonelle kanaler, ble det utviklet en iPhone-applikasjon, til bruk for båtfolk mens de var på sjøen. Applikasjonen inneholder en oversikt over uthavner mellom Farsund og Halden med kart, satellittfoto og liste med koordinater. I tillegg inneholder applikasjonen nyttig informasjon for båtlivet og faktainformasjon om alkohol og sikkerhet. KNS ved generalsekretær Jan-Erik Næss har samlet alle uthavnene, AV-OG-TIL har utviklet applikasjonen.

Vanntett bag



Den vanntette bagen ble videreført fra fjorårets kampanje. Bagen ble brukt som en litt eksklusiv premie mot målgruppen, i *Klar for sjøen*-quiz eller andre konkurranser.

Flytende kortholder



I 2007 ble det produsert kortholdere på størrelse med et kredittkort, disse passer til båtførerbevis og ble i 2010 et enda mer hensiktsmessig produkt for kampanjen. Disse har en blå bakside, med en gjennomsiktig forside. Kortholderne er billigere å produsere og har derfor vært en mer standard utdelingseffekt på mindre konkurranser rundt omkring i landet.

Lakrisbåter



Lakrisbåter i små, blå poser med *Klar for sjøen*-logo og budskapet trykket på, ble produsert for å brukes som strøartikkel sammen med brosjyren. Lakrisbåtene fungerer godt for å komme i dialog med målgruppa, spesielt barnefamilier.

Kinoreklame



Noen AV-OG-TIL-kommuner bruker kinoreklame i sin kommunikasjon med innbyggerne, og ønsket å fremme *Klar for sjøen*-budskapet i denne kanalen. Reklamen kan sees på www.youtube.com/alkovett

Distribusjon til aktørene og deres nettverk

Distribusjon ble administrert av AV-OG-TIL. Informasjon om kampanjen og bestillingsskjema for materiell ble sendt alle kampanjepartnere lokalt i e-post og brevpost direkte fra AV-OG-TILs kontor, etter adresselister fra kampanjepartnerne. Se punkt 3.1 for oversikt over distribuert materiell.

Oversikt over tilstedeværelse på arrangementer

Det ble laget en samlet oversikt over deltakelse på arrangementer, som et styringsverktøy for å samkjøre de ulike delene i kampanjen. Den gir oversikt over arrangementer samarbeidspartene kan benytte som arena for utdeling av materiell og annen markering av kampanjen, for å koble lokal presse og lokal aktivitet i kampanjen effektivt sammen, og for å ha oversikt over tilfeller der flere samarbeidspartnere ville være representert på samme arrangement. Oversikt per 31. august er vedlagt.

3 Gjennomføring av *Klar for sjøen*

3.1 Nasjonalt engasjement

Kampanjepartnerne har på forskjellige måter jobbet for å implementere kampanjen i egne organisasjoner gjennom hele våren, noe som har vært viktig for å skape oppslutning om og engasjement i kampanjen på alle nivåer. Flere kampanjepartnere brukte egne hjemmesider til å informere om kampanjesamarbeidet. Redningsselskapet, Røde Kors, Kystverket og politiet brukte intranett. Røde Kors brukte nyhetsbrev til hjelpekorpsene, POD rundskriv, NORBOAT nyhetsfax, KNBF nyhetsbrev og AV-OG-TIL nyhetsbrev til alle medlemmer. Prosjektgruppens medlemmer har alle vært i direkte kontakt med sine lokale aktører og nettverk, og oppfordret disse til å delta i kampanjen.

Prosjektgruppens medlemmer har også tatt initiativ til å innlemme kampanjen på messer de på nasjonalt plan har deltatt. Og de har tatt initiativ til at kampanjen har blitt presentert på egne, interne arrangementer – som for eksempel politiets sjølederseminar, Røde Kors' korpsledersamling, Redningsselskapets sjøvettansvarlig-samling, OBU's årsmøte, KNBFs Båting og metodekurs for AV-OG-TIL-kommunene.

Minnemarkering for omkomne i forbindelse med bruk av fritidsbåt

Klar for sjøen-aktørene arrangerte i fjor den første markering til minne om de som har omkommet i forbindelse med bruk av fritidsbåt. Responsen og tilbakemeldingene var entydig positiv, prosjektgruppen besluttet derfor å arrangere minnemarkering også i år. Det ble lagt opp til bruk av enkle, men virkningsfulle virkemidler, for å få båtførere til å reflektere rundt eget forhold til alkohol og båtbruk. Ønsket var en enkel, og verdig markering.

Prosjektgruppen planla arrangementet. NORBOAT sto for forberedelser og den praktiske gjennomføringen av konvoien, med båter fra Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Redningsselskapet, Oslo havnepoliti, NORBOAT, Landsforeningen for trafikkskadde, Skjærgårdstjenesten og Røde Kors Hjelpekorps. AV-OG-TIL sto for forberedelser og det praktiske rundt arrangementet på land og pressearbeidet i forbindelse med markeringen. Minnemarkeringen ble markedsført via partnernes nettsider, blogger, pressemeldinger, e-post til alle kampanjepartnere og de lokale enheter som hadde bestilt kampanjemateriell, plakater på turistinformasjonen og andre knutepunkt i nærområdet, og det ble delt ut flyers på Rådhusplassen og Aker Brygge i timen før arrangementet.

Minnemarkeringen ble gjennomført på Honnør Brygge i Oslo, på formiddagen den 23. juni. Datoen ble valgt fordi sankthans tradisjonelt er en dag hvor mange er på eller ved sjø og vann. På programmet for den drøyt halvtimes lange markeringen sto: musikalsk åpning ved Sjømannskoret, introduksjon av Kari Randen i AV-OG-TIL på vegne av kampanjepartnerne, appell ved nærings- og handelsminister Trond Giske, trompetsolo ved Tine Thing Helseth, konvoi med nedleggelse av ti kranser, avslutning ved Sjømannskoret. Deltakelsen på land var stor. Her var representanter fra kampanjepartnerne og deres nettverk, interesseorganisasjoner, båtfolk, publikum og

turister som stoppet opp i det fine været. Det var anslagsvis 200 personer på Honnørbrygga.

Tilbakemeldingene var at dette var et flott initiativ, at tilskuere opplevde markeringen som verdig, høytidelig, tankevekkende, passende lang, poengtert og på sin plass. Minnemarkeringen ble viet plass i NRK P1 Dagsnytt, P4-nyhetene, nettmedier og i en rekke lokalaviser.



320 liv tapt på sjøen

Etter tilbakemeldinger i fjor, ble det i år lagt til rette for og oppmuntret til at lokale kampanjepartnere skulle arrangere minnemarkeringer andre steder i Norge. Det ble vist

interesse for dette flere steder, men av ulike grunner ble det kun gjennomført i Finnmark, av Redningsselskapet og deres samarbeidsparter.

Nettsatsingen

Som tidligere nevnt, ble det også i år lagt en offensiv strategi for nettbruk i kampanjen. Den inkluderte ytterligere tilpasninger av kampanjenettsiden (www.avogtil.no), utvikling av blogg (www.kfs.origo.no), tiltak for å tiltrekke besøkende og få de til å bruke tid på bloggen, profilering av kampanjen og saker via alle kampanjepartneres hjemmesider, Facebookprofiler, blogger og twitter, samt en plan for hyppig publisering av nyhetssaker gjennom hele kampanjeperioden (vedlagt).

Kampanjenettsiden ble "koblet opp mot" blogg og Twitter, for å synliggjøre hva som foregikk der, samt enkelt føre besøkende videre til bloggen. Ved kampanjens slutt er det registrert 4 356 besøkende på kampanjesiden (2 958 unike). Dette er 1,18 % færre enn i 2009. De besøkende har brukt i gjennomsnitt 2 minutter og 21 sekunder på siden, mot 2:39 i fjor. Det ser allikevel ut til at vi her har truffet målgruppen bedre enn i fjor, da færre har gått rett ut fra siden (lavere bounce rate) og siden om kampanjen er den mest besøkte undersiden denne perioden.

På bloggen ble det lagt til rette for profilering av kampanjens aktiviteter over hele landet. Her ble arrangementer kampanjepartnerne deltok på lagt inn i en egen kalender, bilder ble publisert, mer uformelle referater og betraktninger ble publisert som innlegg. Bloggformatet gjorde det også mulig å automatisk hente inn, og synliggjøre kampanjepartnerens innlegg i egne sosiale medier. Redningsselskapets blogg om redningsskøytene genererte mange innlegg, og tweets fra Røde Kors, Redningsselskapet og AV-OG-TIL ble fortløpende listet opp. Både kalenderoppføringer, innlegg og bilder fra bloggen ble tatt opp i lokalaviser på nett og trykk, og fikk dermed en bredere eksponering. Bloggen hadde 4 799 besøkende (4 185 unike), som brukte i gjennomsnitt 1 minutt og 8 sekunder på siden. Bloggen hadde desidert flest besøkende i perioden 17. juli til 15. august, som viser at annonseringen har hatt en betydelig effekt for trafikk til bloggen.

For å engasjere båtfolk på bloggen, og også trekke besøkende til den ble det gjennomført en humoristisk og uhøytidelig avstemning. Lett sommerunderholdning tilpasset bloggformatet. Avstemningen på bloggen hadde 3 842 unike besøkende og 884 avgitte stemmer. Dette er flere enn fjorårets spill som hadde 3 404 unike besøkende.

Det ble i en fire ukers-periode fra 17. juli annonsert for avstemningen og kampanjen. Annonsene ble plassert i lokalmedier i de fylkene kampanjen hadde flest aktiviteter i den aktuelle perioden: Vestfold, Agderfylkene, Hordaland, Møre og Romsdal, Trøndelagsfylkene og Finnmark. Annonseringen i lokale nettaviser hadde omlag like mange visninger (6 millioner) i år som i fjor. Annonsene hadde en høyere klikkprosent enn i fjor, og ga 4 581 besøkende til bloggen.



The screenshot shows the homepage of bergens360.no. The header is red with the logo and navigation links: Forsiden, Kalender, Samtaler og innlegg, Bilder, Om lokalsonen. The main content area features a post titled 'Elias' with a large image of a white boat on the water. Below the image is the text: 'Liten, men veldig populær! Eliasbåten på båttreffet i Kjerkesvågen 3. juli 2010.' To the right of the post is a sidebar with the bergens360 profile, including a 'Bli medlem' button and a search bar. A callout box on the right side of the screenshot contains the text: 'Eksempel på både annonseringen, og hvordan kampanjebloggens bilder ble plukket opp og vist i lokalmedier.'

Sekretariatet brukte Twitter jevnlig gjennom kampanjeperioden og ga informasjon om: kampanjestart, holdninger til alkohol og sjø, iPhone-applikasjonen, minnemarkeringen, lokale arrangement kampanjepartnere var tilstede på, blogginnlegg, pressesaker kampanjepartnere har uttalt seg i, og alkoholbruk blant båtførere.



AV-OG-TIL utarbeidet forslag til webnyheter, bilder og bruk av *Klar for sjøen*-logo, til bruk på samarbeidspartnerens intranett- og internettsider, Facebooksider og andre aktuelle webfora. Politiet, Redningsselskapet, Sjøfartsdirektoratet, Kystverket, KNBF, KNS, OBU, NORBOAT og flere AV-OG-TIL-kommuner la ut informasjon om kampanjesamarbeidet og nyheter fra kampanjen på sine hjemmesider gjennom hele sommeren. Kampanjen har også blitt synliggjort av andre i nettverket, som for eksempel Actis – rusfeltets samarbeidsorgan og Vinmonopolet.

Alle aktivitetene på nett sett under ett, er det tydelig at kampanjen og budskapet har hatt økt synlighet på her enn tidligere. Det kreves langsiktighet også i denne kanalen, men den er viktig for å støtte opp om de andre virkemidlene i kampanjen.

[Ledige stillinger](#) | [Om politiet](#) | [Kontakt oss](#) | [Innhold](#)

POLITI

Tjenester | Aktuelt | Strategier og analyser | Råd fra politiet

Sted er ikke valgt

Du er her: [Forsiden](#) >

[Pass](#) | [Tips politiet](#) | [Ungdom](#) | [Anmeld et forhold](#)

Forsiden

- Anmeld et forhold
- Pass
- Tips politiet
- Bli politi
- Tillatelser
- Politiattest
- Statistikk og analyser
- Magasinet Norsk Politi
- Høringer
- Publikasjoner
- Barnhusene
- Kontakt oss

Klar for sjøen i sommer

Hvert år mister mange nordmenn livet på sjøen. Bare de ti siste årene har 320 mennesker omkommet ved bruk av fritidsbåt.

Tidligere advokat dømt til fengsel for underslag

I en ØKOKRIM-sak har Oslo tingrett dømt en tidligere advokat til fengsel i fire år for grovt underslag og bedrageri. To år av dommen er betinget. Han må også betale erstatning på over fire millioner kroner til tidligere klienter som han har underslått midler fra.

Det nye nødnettet er åpnet

Tirsdag 17. august ble det nye digitale nødnettet offisielt åpnet. Markeringen fant sted i Østfold der politi, brann og helse har tatt nødnettet i bruk.

Død person er ikke Belur Sardar

Foreløpige undersøkelser av levningene etter en person funnet ved Hagatjern i Hedre Eiker viser at det ikke er Belur Sardar som ble funnet nedgravd i terrenget. Etter all sannsynlighet er det levningene etter en mann, og alder er foreløpig anslått til under 40 år. Politiet ønsker informasjon om savnede personer etter funnet.

NØDNUMMER 112 | DIREKTENUMMER 02800

RSS

Eksempler på kampanjepartners profilering av kampanjen og saker fra kampanjen på egne hjemmesider.

Redningsselskapet

Redd liv!
Ledige stillinger på redningsskøytene >>

Eliasklubben | Ung | Småbåtregisteret | Stormvik | Landslotteriet

Nyheter

Distriktnytt

Kontakt

Medlemskap

Kystpatroljen

Kurs og opplæring

Barn og ungdom

Støtt oss

Sjøvett

Redningsskøytene

Sjøredningskorps

Om Redningsselskapet

Presse

Finn nærmeste redningsskøyte med din iPhone

Du er her: Forsiden > Nyheter

Nyheter
Viser 71 - 80 av 1590 artikler

Finn uthavner på iPhone
11.06.2010 | Ingar Sagedal Bie | (1)

Er du ute med båten og vil finne din helt egen øy eller sted å legge til? En helt ny og gratis iPhone-applikasjon fra kampanjen Klar for sjøen skal hjelpe båtførere til å finne perlene blant uthavner langs kysten i sommer.

>> Les mer

RS "Erna Olsen" sjøsatt på Femunden
09.06.2010 | Ingar Sagedal Bie | (0)

Fra Roros-avisa Arbeidets Rett har vi fått en sak om sjøsætningen av redningsskøyta "Erna Olsen" 7. juni. Les om den økte beredskapen på Femunden.

>> Les mer

Uthavner | Kart

Dragsund - Høya - Drobak
N:59.42.43 E:10.30.43

KystPatroljen
Bli medlem

Hvor er redningsskøyta?

<http://www.nssr.no/Nyheter/Nyhet?key=106917>



Kongelig Norsk Båtforbund

for et bedre båtliv!

Bli KNBF-medlem du også! Klikk her!

Hovedsiden
Nyheter
KNBFs arkiv
Bli medlem
Foreningsmedlemskap
Medlemsartikler

Søk



Jan H. Syvertsen
Generalsekretær

Det er trist...
Tidligere temaer

HER KAN DU SE KNBF'S DVD-PRESENTASJON
Klikk her

Terapi-knappen for meninger om KNBF, båt og båtliv

SLAPPKISTA
se tilbudene her!

Nyttig informasjon

- KNBF Forbundsstyre
- KNBF Sekretariat
- KNBF Komiteer
- KNBF Regioner
- Aktivitetskalender



Premiekalkulatoren gir deg svaret!

Den store norske Båttørreproven



Gratis eksamenstest og demo www.livredd.no

Vi oppfordrer alle medlemmer til å gå inn på de nye regionsidene for å holde seg informert om aktiviteter og møter i sin egen region. Du finner regionsidene til venstre under "Nyttig informasjon" under menypunktet "KNBF Regioner".

Siste nytt

22. Juni 2010

MINNEMARKERING FOR OMKOMNE PÅ SJØEN

Minnemarkering for omkomne i veitrafikken er en årlig foreteelse som på en verdig måte setter fokus på sikkerhet langs veien. Inntil i fjor har det ikke vært noen slik markering på sjøen. Aktørene bak Klar for sjøen-kampanjen arrangerte da for første gang en minnemarkering for de som har mistet livet ved bruk av fritidsbåt. En tilsvarende markering blir arrangert på Honnørbygga i Oslo sankthansaften. Et samlet båt-Norge minnes de omkomne og oppfordrer båtfolk til å reflektere om egen og andres sikkerhet på sjøen.

Les mer...

Lagt inn av Alexander Bergholmen

NY KLUBBFORSIKRING FRA FENDER MARINE
www.fender.no

Momskompensasjon

GRASROT ANDELEN

KNBF Bøye-prosjekt

Miljøveileder

Nyhetsarkiv

A A A
NAVIGARE
INNHOLDSLISTE
KONTAKT
ABONNERE
ENGLISH
PRESSE

SØK

Fartøy og Sjøfolk	AKTUELT	UTSKRIFT	KONTAKT OSS
Internasjonalt arbeid og Regelverk	Du er her: Forside / Aktuelt / Åtte av ti sier de bruker flytevest		
Sikkerhet	<h3>Åtte av ti sier de bruker flytevest</h3> <p>Publisert: 23. Juni 2010. Oppdatert: 23. Juni 2010.</p>		
Sjøvett og fritidsfartøy	Ser man på antall omkomne forbundet med bruk av fritidsbåt over de siste femten til tjue årene har dette gått betraktelig ned. Likevel kunne trolig mange flere liv vært spart på sjøen dersom enda flere var flinke til å bruke flyteplagg.		Telefon 52 74 50 00 Telefaks 52 74 50 01
Om Sjøfartsdirektoratet	Undersøkelsen, som er gjennomført av InFact på vegne av NORBOAT, viser at hele 86 prosent av oss alltid eller som oftest bruker redningsvest eller annet flyteplagg når vi er ute i fritidsbåt.		Sjøfartsdirektoratet Postboks 2222 N-5509 Haugesund, Norway KONTAKTSKJEMA E-post
Jobb hos oss	Undersøkelsen viser også at mer enn dobbelt så mange menn som kvinner oppgir at de aldri bruker flyteplagg. Hele 28 av de totalt 31 omkomne i fritidsbåtulykker i 2009 var menn.		Besøksadresse: Smedasundet 50A 5528 Haugesund
Aktuelt	Økt bevissthet I en pressemelding framhever NORBOAT særlig Sjøfartsdirektoratet og Vis Sjøvett at de har arbeidet med å øke bevisstheten omkring bruk av flyteutstyr i en årrekke. Det er allerede påbudt å ha flyteutstyr om bord til alle i en fritidsbåt, men ikke påbudt å ha den på. De siste 10 årene er det omkommet 320 personer i forbindelse med bruk av fritidsbåt.		KART
Skjema	Sjøfartsdirektoratet skal nå i gang med en kampanje om bruk av redningsvester.		Fakturaadresse: Sjøfartsdirektoratet Fakturamottak SSØ Postboks 4104 2307 Hamar Org.nr NO 974 761 262
Publikasjoner	- Dette setter fokus på et alvorlig problem. Sjøfartsdirektoratet er veldig opptatt av at det å ta på seg redningsvesten bør være like naturlig som å ta på seg bilbelte, dersom flere brukte vest, ville færre druknet, sier sjøfartsdirektor Olav Akselsen, som oppfordrer alle som ferdes på sjøen til å utvise sjøvett.		Du finner oss også på:  Find us on Facebook
Spørsmål og svar	Onsdag 23. juni på Honnørbygga i Oslo ble det holdt en markering for å minnes omkomne. Markeringen ble arrangert av Klar for sjøen, næringsminister Trond Giske holdt en appell om sikkerhet til sjøs, Sjømannskoret og trompetsolist Tine Thing Helset bidro musikalsk, og det var kransenedleggelse fra konvoi.		
Offentlig journal	Klar for sjøen er et samarbeid mellom Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis Sjøvett, Politidirektoratet, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Kystvakten, Kystverket, NORBOAT og Oslofjorden båteierunion.		

<http://www.sjofartsdir.no/no/Aktuelt/Atte-av-ti-sier-de-bruker-flytevest/>

KYSTVERKET

KONTAKT OSS

/Aktuelt/Nyhetsarkiv

Minnemarkering for omkomne på sjøen

For andre året på rad arrangerer aktørene bak kampanjen "Klar for sjøen" minnemarkering for de omkomne fra fritidsbåt. Håpet at minnemarkeringen vil bidra til refleksjon, og til at alle blir mer forsiktede på sjøen i sommer.

Av: kystverket.no
22.06.2010

Minnemarkering for omkomne i veitrafikken er en årlig foretelse, som på en verdig måte setter fokus på sikkerhet langs veien. Inntil i fjor har det ikke vært noen slik markering på sjøen. Aktørene bak kampanjen "Klar for sjøen" arrangerte da for første gang en minnemarkering for de som har mistet livet ved bruk av fritidsbåt.

En tilsvarende markering blir arrangert på Honnørbygga i Oslo, ved Rådhusplassen, sankthansaften (onsdag 23. juni). Et samlet båt-Norge minnes de omkomne og oppfordrer båtfolk til å reflektere om egen og andres sikkerhet på sjøen.

Markeringen fra klokken 10.00 til cirka klokken 10.40. Næringsminister Trond Giske holder appell, og er etter det offisielle programmet tilgjengelig for pressen fram til kl. 10.45.

Representanter fra båt- og sjøsikkerhetsorganisasjoner er til stede på Honnørbygga og i konvoien som er en del av markeringen. Landsforeningen for trafikkskadede representerer skadede og pårørende etter båtulykker.

Program:

- Musikalsk åpning ved Sjømannskoret
- Velkomst ved Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL
- Appell ved næringsminister Trond Giske
- Trompetsolo ved Tine Thing Helseth
- Nedleggelse av kranser fra konvoi
- Sjømannskoret avslutter

Bak initiativet står partnere i "Klar for sjøen"-kampanjen: Kongelig Norsk Båtforbund, Kystverket, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis Sjøveit, politiet, Kystvakten, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

<http://www.kystverket.no/default.aspx?did=10091565>

Spredning av materiell til publikum

Alle samarbeidsaktørene var ansvarlig for distribusjon av materiell til publikum. Strategien var at mottakerne distribuerte brosjyrer og annet materiell videre, slik at det var tilgjengelig på ulike steder der publikum oppholder seg. Aktuelle steder var for eksempel offentlige kontorer (legekontor, servicesenter, turistkontor, lensmenn og politistasjoner osv), marinaer, bensinstasjoner og butikker, hoteller og overnattingssteder, forsikringsselskap, strender, ute på sjøen etc. Det var ikke gjort noen generell avtale om distribusjon, og det var opp til de lokale aktørene å sørge for at materiell ble gjort tilgjengelig. For å forsterke utdeling av materialet til publikum ble det sendt ut informasjonsbrev fra sekretariatet til alle lokallag, hvor det ble formidlet at materialet burde deles ut aktivt, ikke bare ble plassert "passivt" på en stand med forventning om at publikum selv forsyner seg av materiell.

Strategien videre var at samarbeidsaktørene hadde materialet tilgjengelig i de ulike sammenhenger man møter publikum, dette er naturlige arenaer for utdeling av

materiell. Siden de aller fleste i befolkningen i løpet av sommeren befinner seg ved vann for å bade, for å kjøre båt eller på annen måte nyte kyst og innlandsvann, er strategien bak kampanjen å møte publikum med informasjon i de opplagte kanalene for badende og båtfolk.

Mange av samarbeidsaktørene er også på forskjellig vis involvert i ulike arrangementer ved vann og langs kysten i løpet av sommeren, og strategien var å bruke disse arenaene til utdeling av materiell. Alle samarbeidsaktørene ble oppfordret til selv å ta kontakt med arrangører for ulike arrangementer der det var lokale "maritime" arrangementer man selv ikke var arrangør av, slik at materialet kunne deles ut også ved slike anledninger.

Fordeling av utsendt materiell:

Samarbeidspartnere	Brosjyrer	Kortholdere	Bager	Lakrisbåter	Sonebrosjyre
Politidirektoratet	5750	1900	1120	5250	1200
Redningsselskapet	6950	1650	1010	4200	1600
Røde Kors	1750	1050	470	1650	1100
Sjøfartsdirektoratet	3650	750	170	1500	500
Kongelig Norsk Båtforbund	1550	325	95	1800	800
Kongelig Norsk Seilforbund Norges Seilforbund	2700		1200	1200	
Kystvakten	500	100	75	300	200
Oslofjorden Båteierunion	500	300	200	500	
Kystverket					
AV-OG-TIL-kommuner	2350	650	300	2200	1300
NORBOAT	100		15	50	

I tillegg ble det distribuert materiell til en rekke andre mindre aktører i samarbeidspartnernes nettverk. Til sammen har det blitt distribuert ca 26 000 brosjyrer, 15 300 kortholdere, 6 400 bager, 14 000 lakrisbåtposer.

Kampanjeinformasjon ble i år sendt ut fra midten av april til begynnelsen av mai. Vi opplevde at bestillinger i hovedsak ble gjort raskt etter at kampanjeinformasjon ble sendt ut, materialet ble distribuert fra medio mai, slik at de lokale aktørene hadde dette til sine aktiviteter tidlig i sesongen.

iPhone-applikasjonen "Uthavner" ble i kampanjeperioden lastet ned 2 550 ganger. Det ble en populær applikasjon (lå på topp 10-listen i sin kategori), som også etter endt kampanje fortsatt lastes ned.

3.2 Lokal aktivitet

Det har vært en betydelig lokal aktivitet i hele nettverket. Politiet og Kystvakten har samarbeidet om kontroller og vært tilstede ved mange arrangementer langs kysten, Redningsselskapet har hatt båtaksjoner og Elias-arrangementer, Røde Kors har hatt egne arrangementer og deltatt på andres ved sjø og innsjøer, Vis Sjøvett har deltatt på lokale arrangementer og gjennomført egne sjøvettdager, båtforeninger og seilforeninger har hatt forskjellige arrangementer ved sine marinaer, og flere AV-OG-TIL kommuner har bidratt i kampanjen. Publikum har møtt *Klar for sjøen* på over 46 forskjellige arrangementer over hele landet, hele sommeren. Det har vært båtmesser, familiedager, båtførerkurs, musikkfestivaler, båtfestivaler, fiskefestivaler, skalldyrfestivaler, båtpatruljer, maritime dager, Tall Ships Races, ungdomsleire, kystkultur dager, lokale festdager, og sjøvettdager – for å nevne noen. Mange forskjellige arrangementer, som har til felles at de handler om sjøliv, eller arrangeres i tilknytning til sjø eller vann. Vedlagte arrangementsoversikt er ikke komplett, da flere lokallag ikke hadde full oversikt over sine konkrete planer da materiell ble bestilt i mai.

Før, under og etter disse arrangementene har lokallagene distribuert materiell, gjennomført *Klar for sjøen*-quiz og jobbet med presse. Sistnevnte både på egenhånd og i samarbeid med AV-OG-TIL. Vi har registrert et stort engasjement for kampanjen blant de lokale aktørene. Engasjementet viser seg igjennom i hvilken grad de har benyttet materiellet i sine møter med publikum, hvordan de har funnet flere bruksområder for materiellet enn det prosjektgruppen har foreslått, hvordan de har tatt initiativ til å komplimentere med ytterligere materiell, og hvordan de har jobbet med å fronte saken gjennom media.

Nedenfor kommer noen eksempler på hvordan *Klar for sjøen* ble gjennomført rundt omkring i Norge:

Kongelig Norsk Seilforening/Norges Seilforbund distribuerte brosjyrer, vanntette bager og lakrisbåter under Færderseilasen, dette ble lagt i "skipperposene" som deles ut hvert år.

Kongelig Norsk Båtforbund. Tre båtforeninger distribuerte materiell til sine medlemmer og besøkende, og brukte *Klar for sjøen*-quiz.

Ti av Redningsselskapets distrikter har deltatt i kampanjen. De har distribuert materiell, brukt quizen og flere av dem har frontet saken i media. NSSR-distriktene har stått for egne arrangementer (som sjøvettdager) og deltatt på mange lokale arrangementer i regi av andre (som lokale festdager, festivaler og messer), med fokus på sjøvett for store (herunder *Klar for sjøen*) og små (Eliasbåtene og sjøsikkerhetstokt). Opplevde den direkte kontakten med sekretariatet som positivt for kampanjearbeidet.

Røde Kors hjelpekorps har distribuert materiell, brukt quizen og frontet saken i media når de har vært på sjøen og tilstede på arrangementer i regi av andre (som sjøsikkerhetsarrangementer, båtførerkurs, i sommertjeneste, og lokale festdager). Seks hjelpekorps har vært i aksjon med *Klar for sjøen* i sommer, har samarbeidet med en noen AV-OG-TIL-kommuner. Har opplevd godt samarbeid med, og informasjon fra sekretariatet.

To av Sjøfartsdirektoratets Vis sjøvett-utvalg har distribuert materiell, brukt quizen og jobbet med pressesaker i forbindelse med deltakelse på arrangementer (som vis sjøvettdager, Stordfest, og infokampanje i gjestehavn).

Politidirektoratet. Ti politidistrikter har vært aktivt med i årets kampanje. Disse har distribuert materiell og brukt quizen under kontroller, og arrangementer de har vært tilstede på (som musikkfestivaler, båttreff og båtopplæring), også i samarbeid med Kystvakten. Politiet har frontet saken i media, gjennom egne initiativ mot redaksjoner, og ved å imøtekomme henvendelser fra forskjellige medier. Kampanjen oppleves som kontaktskapende, og har blitt en integrert del av sjøtjenesten.

To skip fra Kystvakten har vært aktive i kampanjen i sommer. De har distribuert materiell, brukt quizen og frontet saken i media, når de har vært tilstede på arrangementer (som Båttreffet i Kjerkesvågen), og samarbeidet med politiet om kontroller.

AV-OG-TIL-kommunene

AV-OG-TILs samarbeidsprosjekt AV-OG-TIL Lokalt, involverer 13 kommuner som jobber for ulike alkoholfrie soner i sine kommuner. Disse har fått løpende informasjon om kampanjen. Ni kommuner har vært aktive i planlegging og gjennomføring av båtkampanjen lokalt. Disse er: Hurum, Flekkefjord, Stord, Asker, Nøtterøy, Førde, Jølster, Røyken og Kvam. Kommunene har samarbeidet med andre aktører i sitt lokalmiljø (som politi, båtforeninger, havnekontorer, Vis Sjøvett, Røde Kors, Kystvakten og næringslivet). Kampanjens materiell har i stort omfang blitt distribuert målrettet gjennom hele kampanjeperioden. Kampanjen og dens budskap har i tillegg blitt bredt profilert i kommunene gjennom media, i dialog med målgruppen på arrangementer, annonser i lokalmedier, i kinoreklame, på kommunenes og samarbeidspartneres internettsider og ved bruk av plakater og annet materiell på en rekke offentlige kontorer, i marinaer og i butikker.

Her er noen tilbakemeldinger fra lokale aktører, som sekretariatet fikk i løpet av kampanjeperioden:

- *Nettopp kommet hjem etter tre dager med "Klar for sjøen" (som vi også kaller vår sommerkampanje) med materiell fra dere og Sjøfartsdirektoratet - alt er meget godt mottatt. Vh Gunnar Brinchman, Vis Sjøvett i Østfold*
- *Takk for et flott initiativ og en tydelig og grei pressemelding. Det du har skrevet er korrekt og ser veldig bra ut. Lykke til med det videre arbeidet ifb TSR. Vennlig hilsen politistasjonssjef Ole Hortemo, Kristiansand*
- *Standen var godt besøkt og omkring 200 personer gjennomførte quizen vi hadde fått fra dere. Det gikk unna på lakrisbåter og brosjyrer. Besøkende ga gode tilbakemeldinger til oss fordi vi var tilstede og var synlige med budskapet vårt. Det vi fikk mest spørsmål om var promillegrensen på sjøen. De fleste tror at grensen er 0,2 eller 0,5, at den er enda høyere liker de fleste ikke. I overkant av 60 båter var i år påmeldt til festivalen. Alle båtene får en pose med diverse materiell. Vi hadde lagt oppi følgende klar for sjøen artikler; kortmappen, lakrisbåter og brosjyre. Reidun Kjosås, Kvam kommune, om Hardanger Båtfestival*
- *Det er hyggelig å samarbeide med dere hvert eneste år, og vi gleder oss allerede til neste år. Kristin Wiig Sandnes, Daglig leder Redningsselskapet Møre og Romsdal, Nord- og Sør-Trøndelag*
- *Synlig tilstedeværelse/vise flagg gir god preventiv effekt. Gode tilbakemeldinger fra publikum og oppdragsgivere. Stort banner virker. Kystvakten ønsker å være med videre, dette er et viktig fokusområde for oss og vi mener kampanjen har en positiv effekt. Yngve Kristiansen, kommandørkaptein, Kystvakten*

3.3 Medieomtale

Det ble et stort mediefokus gjennom drøyt tre måneder, med oppslag på promille og båtliv, og en stabil pressedekning under sommerens *Klar for Sjøen*-kampanje. Totalt sett var det over 166 saker i ulike medier som omhandlet kampanjen og budskapet.

I tillegg til en presselansering i form av pressemelding, gikk prosjektgruppa inn for at kampanjen skulle arrangere minnemarkering for omkomne i forbindelse med bruk av fritidsbåt. Dette ble gjort på Honnørbygga i Oslo sankthansaften. Datoen ble valgt fordi denne dagen er spesiell med hensyn til feiring på og ved sjø og vann. Prosjektgruppen og sekretariatet jobbet med flere mulige pressevinklinger i forkant av markeringen, for å tilby medier egne vinklinger å knytte opp mot selve arrangementet. Det som i år ga mest omtale var imidlertid pressemeldingen sekretariatet sendte ut rett i etterkant av markeringen, den ble spredd rundt i en lang rekke lokalaviser.



Forsiden | Hør P4 | Programmer | Trafikkt.no | Mo

Lyttesenter | Sendeskjema | Musikken på P4 | Ris og ros

Nyheter

-Nordmenn har ikke nok sjøvett

Tekst: Ole Henrik Tveten
Dato: 23.06.2010 19:24

P4 (Lillehammer): 320 mennesker er omkommet i fritidsbåtulykker de siste ti årene.

Nærings- og handelsminister Trond Giske mener det kan skyldes at nordmenn ikke har nok sjøvett, melder NTB.

Halvparten av de omkomne fra fritidsbåter de siste ti årene var påvirket av alkohol og Giske omtaler nordmenns holdninger til båtliv og alkohol som liberale.

Les mer...

- Nyheter

Del på Facebook

ShareThis

P4-nyhetene 23. juni:
Nordmenn har ikke nok sjøvett -
<http://www.p4.no/story.aspx?id=361378>



Utsnitt fra adressa.no, en av mange medier som tok NTB-saken fra minnemarkeringen.

Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett

Oslo (NTB): Næringsminister Trond Giske uttrykte bekymring for båtfolkets holdninger til sikkerhet og alkohol da han mintes de 320 som har omkommet i fritidsbåtulykker de siste ti årene.

Publisert: 23.06.2010 kl. 16:55
Endret: 23.06.2010 kl. 16:56

200 personer og en stor båtkonvoi møtte opp ved Honnørbygga i Oslo da aktørene bak Klar for sjøen-kampanjen mintes de omkomne ved å legge ned ti kranser i sjøen.
Nærings- og handelsminister Trond Giske (Ap) betegnet i sin appell nordmenns holdninger til båtliv og alkohol som liberale. Han mener



Kampanjen har i tillegg fått mediedekning på saker om holdninger til alkohol og båtliv, båtføreres alkoholforbruk, bruk av redningsvest koblet med alkohol, og deltakelse på forskjellige lokale arrangementer. I 86 % av sakene har kampanjens kjernebudskap kommet frem. Dette indikerer at kvaliteten på presseinnsatsen har vært god, og at budskapet er godt forankret hos samarbeidspartnerne i kampanjen. 80 % av sakene har vært i regional- og lokalpresse. Dette indikerer at kampanjen har lyktes med kommunikasjonsstrategien i henhold til totrinns-modellen. I 51 % av sakene har kampanjen blitt nevnt eller presentert. Dette indikerer at kampanjen, i tillegg til å fronte saken, også har gitt den tyngde ved å vise hvem og hvor mange som står bak budskapet. 72 % av sakene har kommet etter initiativ fra AV-OG-TIL, de fleste knyttet til minnemarkeringen og faktisk alkoholbruk på sjøen. Flere saker har vært gjort i samarbeid med lokale enheter blant samarbeidspartnerne, knyttet til arrangementer disse har deltatt på.

Medietrykket var betydelig, og de fleste samarbeidspartnere var aktive på mediedelen av kampanjearbeidet. Alle de store riks-, regions- og lokalmediene hadde saken opp en eller flere ganger. Listen vedlagt er lang (om ikke uttømmende), og sier noe om det store omfanget av mediedekning man fikk til for *Klar for sjøen* 2010. At det har vært stor fokus på berusede båtførere og kampanjen i sommer, bekreftes gjennom at flere redaktører har tatt opp temaet på lederplass. Temaer som tas opp på lederplass er

helst godt kjent i en stor del av lesergruppen, dvs. at temaene har vært mye omtalt i forkant.

a Gode holdninger på sjøen

Av Epost: redaksjonen@agderposten.no
10. Juni 2010 11:27

En meningsmåling utført av Synovate for AV-OG-TIL viser at folk blir stadig mer oppmerksomme på faren ved å kombinere alkohol og båt.

I 2010 mener nemlig ni av ti nordmenn at man bør la være å drikke alkohol når man skal føre fritidsbåt. Dette er en økning på fire prosent fra 2005, og det høyeste tallet som noensinne har blitt målt.

– Mye tyder på at folk har blitt mer bevisst på egen alkoholbruk på sjøen. Selv om ulykkestallene har økt de seneste år håper vi at de gode holdningstallene kan bidra til at færre får oppleve båtlivets ubehagelige sider på grunn av dårlig alkovevt på sjøen, sier Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL.

I Klar for sjøen-kampanjen håper man at bedre holdninger til alkohol vil bidra til færre ulykker og dødsfall på sjøen i år.

Klar for sjøen er en kampanje for å få båtførere til å holde seg edru når de står ved roret. Gjennom hele sommeren vil kampanjen minne publikum på båttreff, festivaler, seilaser, sjøvettdager, en rekke andre arrangementer langs hele norskekysten, om at – å være klar for sjøen er å være klar i hodet.

Denne helga går startskuddet for Færder-seilasen. Som arrangør og samarbeidspartner i kampanjen vil Kongelig Norsk Seilforening benytte anledningen til å understreke for deltakerne og tilskuerne at alkohol utgjør en sikkerhetsrisiko som ikke er akseptabel.



Agderposten.no, 10. juni - <http://www.agderposten.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20100610/LOKAL8/706109975>

URL: <http://www.hitra-froya.no/incoming/article1258069.ece>

Vil prate med båtførere om sikkerhet

Viktig at kunnskapen om store, raske båter sitter spikret hos båtfører, sier Karl Ivar Fossmo i Redningsselskapet, som i helga tropper opp på Hopsjøen.



Stadig flere nordmenn drar til sjøs for å finne sommerlykken. Denne økningen av båter og ferdsel har ført til at behovet for sikkerhet er enda større. Fra og med 1. mai ble det derfor påbudt med båtførerbevis for de som er født etter 1. januar 1980.

På Hopsjødagene nå i helga vil Redningsselskapet være tilstede for å prate om sikkerhet til sjøs, hva båtførerprøven innebærer og hvor man kan ta den. – Vi ser at det blir flere og flere båter. Ofte er det snakk om store doninger med mange hestekrefter. Skal man ut i slike båter, er det alfa og omega at den nødvendige kunnskapen sitter spikret hos båtfører, og at man er edru til rors, sier Karl Ivar Fossmo i Redningsselskapet Trøndelag. Redningsselskapet opplever å få mange spørsmål om båtførerbeviset, og anbefaler alle båtførere å skaffe seg det. Redningsselskapet stiller med redningskøyta "Sundt Flyer", Eliasbåten og stand. Redningsselskapet er med på kampanjen Klar for sjøen, hvor det settes søkelys på sikkerhet til sjøs, og alle kan ta Klar for sjøen-quiz og vinne fine premier. – Vi gleder oss til å vise fram "Sundt Flyer". At vi nå har fått denne

Skrevet av bjorn@hitra-froya.no
Publisert 22.07.2010 - 08:07

Hitra-Frøya 22. juli, <http://www.hitra-froya.no/incoming/article1258069.ece>

Denne våren og forsommeren var mediebildet i tillegg preget av innføring av obligatorisk båtførerbevis, samt omtale av alvorlige dødsulykker på fjorden.

4 Resultatmåling av kampanjen

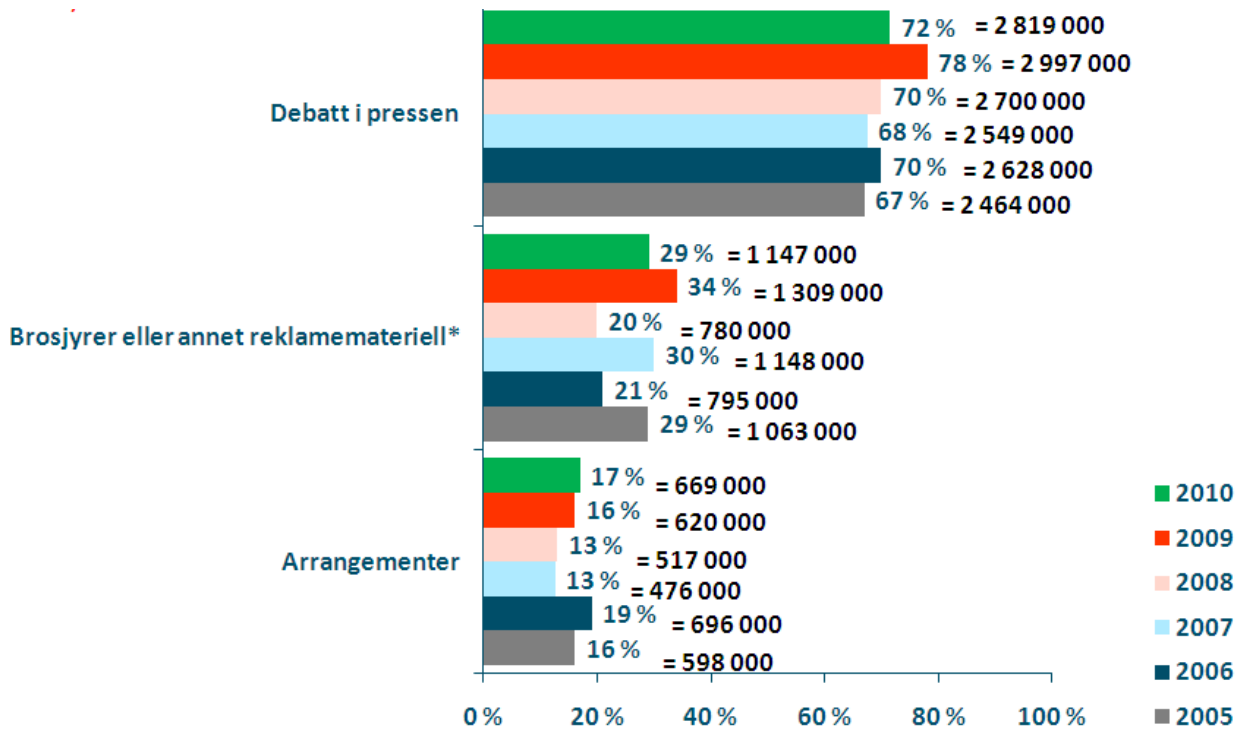
4.1 Mange la merke til kampanjen

Som verktøy i evalueringen av *Klar for sjøen* 2010, ble det utført en landsrepresentativ undersøkelse blant befolkningen over 15 år av Synovate. Formålet med undersøkelsen var å teste befolkningens holdninger til bruk av alkohol i maritime situasjoner etter kampanjen. Feltarbeidet ble gjort 24.-29. august 2010, hvor 1001 personer ble intervjuet per telefon. Resultatene er vektet på kjønn, alder, husstandsinnkomst og geografi.

79 % oppgir at de ofte befinner seg ved sjø og vann i perioden mai til september. Menn, aldersgruppen 40-59 år, høyinntektsgruppen og personer bosatt i Nord-Norge og på Vestlandet oppgir oftere at de oppholder seg ved sjø/vann i sommerperioden. 15 % sier at de sjelden er i nærheten av sjø og vann i løpet av sommeren.

Både det å legge merke til kampanjemateriell og å se aksjoner, sammenfaller selvfølgelig med det å oppholde seg ved sjøen i løpet av sommeren.

Totalt har omlag 3 millioner voksne i Norge lagt merke til en eller flere av kampanjevirkemidlene i 2010.



Figur 1: Synovate posttest aug. 2010. Kan du i løpet av sommeren huske å ha sett brosjyrer eller annet reklamemateriell som hadde fokus på risikoen med promille ved bruk av fritidsbåt? Eksempler på slik reklamemateriell kan være webannonser, bager, poser med lakrisbåter eller kortholder. Andel svart ja

72 %, tilsvarende 2.819.000 personer, har lagt merke til debatt i pressen. 29 %, som tilsvarer 1.147.000 personer, har lagt merke til materiell, og 17 %, som tilsvarer 669.000 personer, har sett arrangementer. Færre har lagt merke til debatt i pressen og materiell, flere har lagt merke til kampanjen på arrangementer, i forhold til i 2009.

Hvem har lagt merke til i kampanjen?

Gjennomsnittlig er det 72 % som oppgir at de har lagt merke til debatter i presse, og det utgjør altså over 2,8 millioner voksne i Norge. De som i signifikant større grad enn andre la merke til debatter i pressen var kvinner, personer over 40 år, og folk med utdanning på universitetsnivå og høy lønn. Det er ingen signifikant forskjell når det gjelder geografisk beliggenhet. Blant de som i minst grad har lagt merke til presse er menn, gruppa 15-24 år og de med utdanningsnivå ungdomsskole/realskole.

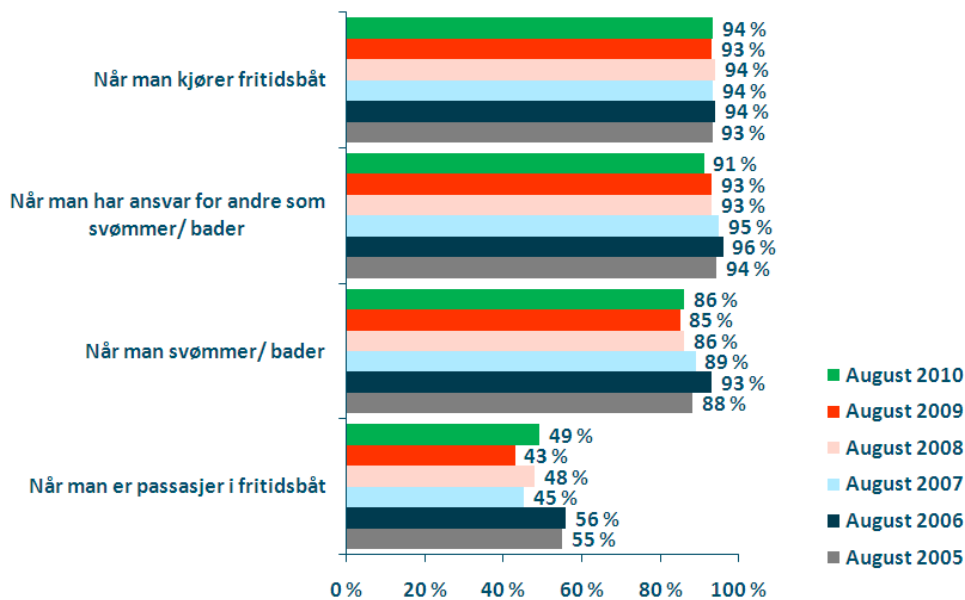
Gjennomsnittlig er det 29 % som har blitt nådd med kampanjemateriell, som utgjør 1.147.000 personer. De som i signifikant større grad har sett dette er folk i

aldersgruppen 60 år eller mer. De som i signifikant mindre grad har lagt merke til kampanjematerialet er de to yngste aldersgruppene (15-24 og 25-39 år).

I forhold til arrangementer, er det flest over 60 år som har lagt merke til disse. Totalt er det 17 % som har sett aksjoner av ulike slag, som utgjør 669.000 personer i befolkningen. Også når det gjelder arrangementer er det de to yngste aldersgruppene som i minst grad har lagt merke til kampanjen.

4.2 Holdninger til bruk av alkohol i maritime situasjoner

I hvilke av disse situasjonene mener du man bør la være å drikke alkohol?



Figur 2: Synovate Posttest aug. 2010. I hvilke av disse situasjonene mener du man bør la være å drikke alkohol?

De aller fleste mener man bør avstå fra bruk av alkohol i nærheten av sjø og vann. Det er stabilt restriktiv holdning til bruk av alkohol når man svømmer/bader selv (86 %), når man har ansvar for andre som svømmer/bader (91 %) og når man fører fritidsbåt (94 %). Lavest oppslutning er det blant passasjerer i fritidsbåt, selv om det er flere nå som mener man bør la være å drikke alkohol i denne situasjonen (49 % mot 43 % i 2009).

Ser vi på ulike grupper av respondenter, støtter kvinner mer opp om å avstå fra alkohol i de maritime situasjonene. Det er signifikant forskjell mellom menn og kvinner i oppslutningen rundt å ikke drikke alkohol i disse situasjonene.

Ser vi på aldersgrupperingene kommer det fram at de to yngste aldersgruppene dessverre støtter signifikant dårligere opp om å ikke drikke alkohol når man selv svømmer/bader og når man er passasjer i fritidsbåt. Men det er gledelig å se at de over 60 år i signifikant større grad stiller seg bak at å være passasjer i fritidsbåt (65 %), at å føre fritidsbåt (97 %) og å svømme/bade (91 %) ikke bør kombineres med alkohol. Aldersgruppen 40-59 år er den mest restriktive til alkohol i badesituasjonene.

Når det gjelder husstandsinnkomst, er det signifikant sterkere oppslutning om å ikke drikke når man er passasjer i fritidsbåt eller når man svømmer/bader blant dem som har inntekt under 300.000 kroner. Motsatt støtter de som tjener over 500.000 kroner minst opp om det å ikke kombinere passasjerrollen med alkohol, nede i 43 %. Gruppen som har inntekt mellom 300-400.000 kroner støtter i signifikant sterkere grad opp om å ikke kombinere bading med alkohol (91 %).

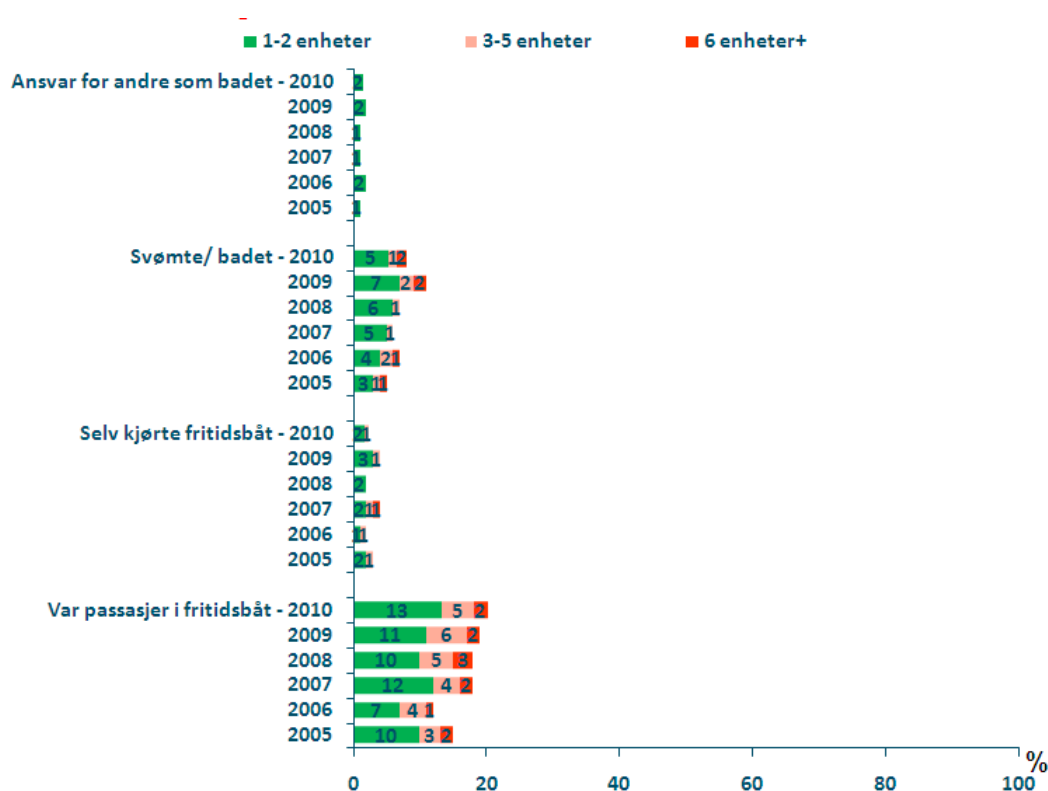
Går vi så over til geografisk plassering, er folk i Oslo i minst grad enig i at alkohol ikke bør være til stede i de maritime situasjonene. Folk i Nord-Norge er mer restriktive, og har signifikant høyere oppslutning rundt det å unngå alkohol når man har ansvar for andre som bader, med 98 %. Folk på Østlandet (utenom Oslo) kan skilte med en signifikant sterkere oppslutning om å ikke drikke når man er passasjer i fritidsbåt.

Når det gjelder utdanningsnivå, skiller de med utdanning på folkeskolenivå seg positivt ut, med oppslutning på 80 % for å ikke drikke når man skal være passasjer i fritidsbåt, mens de med utdanning på universitetsnivå er mer liberale, og bare 42 % sier seg enig i at man ikke skal drikke i forbindelse med å være passasjer i fritidsbåt.

Den situasjonen som folk er mest usikre på, hvor vi altså ser størst sprik i hva de ulike grupperingene mener, er det å være passasjer i fritidsbåt. Det er signifikant høyere oppslutning rundt dette blant kvinner, blant de over 60 år, blant de med inntekt under 300.000 kroner, blant de på Østlandet, og blant de med utdanning på folkeskolenivå. De som støtter minst opp om at passasjerrollen ikke bør kombineres med alkohol, er menn, folk mellom 15 og 39 år, og de med inntekt over 500.000 kroner.

4.3 Alkoholforbruk i maritime situasjoner

Hva var ditt alkoholforbruk sist gang du...?



Figur 3: Synovate Posttest august 2010. Hva var ditt alkoholforbruk sist gang du...?

Alkoholforbruket er ikke-eksisterende eller moderat i badesituasjoner, da de definerte situasjoner har mer enn 80 % støtte for også i praksis å være alkoholfrie. Når det gjelder å være fører eller passasjer i fritidsbåt er støtten nede på henholdsvis 72 % og 70 %. Andelen som oppgir å ikke ha drukket alkohol sist de var i situasjonene, har økt noe i forhold til målingen i 2009, men har sunket med mellom 9 % og 12 % siden første måling i 2005.

Den situasjonen som er sterkest etterlevd som alkoholfri situasjon, er det å ha ansvaret for andre som bader. 87 % oppgir at de ikke konsumerte alkohol i denne situasjonen, mens 1,5 % oppgir at de i den situasjonen har konsumert 1-2 enheter alkohol. Aldersgruppene 25-39 år og 40-59 år tar i størst grad avstand fra alkohol i situasjonen.

Det er også få som har kombinert egen svømming/bading med alkoholforbruk, 85 % bader uten å konsumere alkohol. 5,3 % har valgt å drikke 1-2 enheter alkohol i

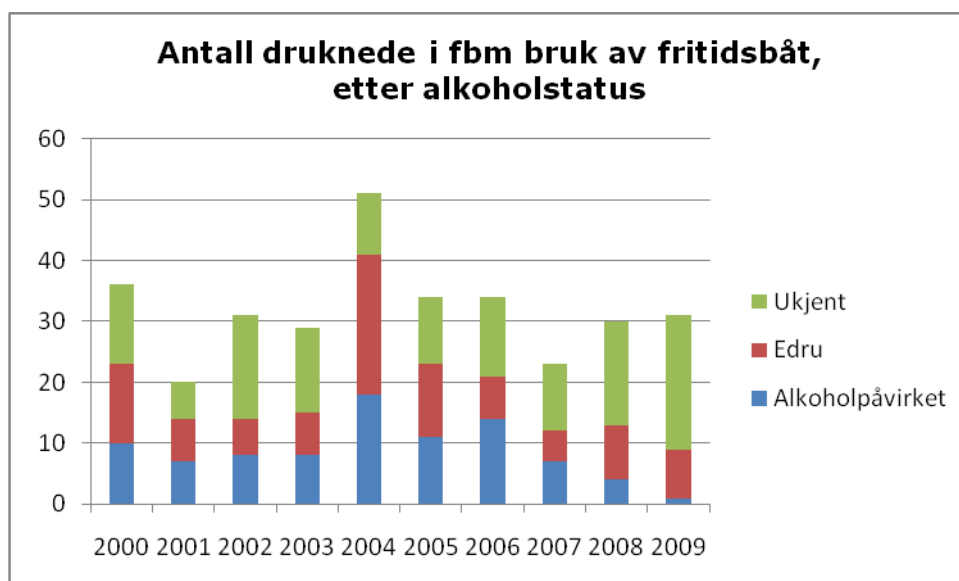
forbindelse med egen bading, og menn er overrepresentert. 1,3 % har svømt/badet etter å ha konsumert 3-5 enheter alkohol. 1,5 % har drukket mer enn 5 enheter alkohol i forbindelse med egen bading. Samtlige som har drukket mer enn 5 enheter alkohol i forbindelse med egen svømming/bading, er menn.

Ser vi på det å være alkoholpåvirket i forbindelse med egen fritidsbåtkjøring, er det 72 % som oppgir at de unngår dette. 1,6 % oppgir å ha drukket 1-2 enheter i forbindelse med å selv føre fritidsbåt. En halv prosent har drukket mer enn 5 alkoholenheter før eller mens de førte båt. Fortsatt er langt de fleste avholdne i situasjonen.

Som holdningene forespeiler, er det mer utbredt å godta det å sitte på i båt mens man er alkoholpåvirket. Men også her ser vi at det store flertallet (70 %) vil unngå alkohol når de skal være passasjerer i fritidsbåt. Men her er det også en relativt stor gruppe på over 13 % som har konsumert 1-2 enheter alkohol i forbindelse med det å være passasjer. Videre er det 5 % som har konsumert 3-5 enheter alkohol i denne situasjonen, og litt over 2 % har drukket mer enn 5 enheter. Kvinner tar i størst grad avstand fra å drikke alkohol i situasjonen. Det er ingen signifikant forskjell mellom menn og kvinner når det gjelder å drikke 1-2 enheter alkohol som passasjer. Først i gruppene som konsumerer 3-5 enheter alkohol eller mer, er menn mer representert. I forhold til i 2009 er det flere som drikker alkohol når de er passasjer i fritidsbåt, men det er færre som drikker mange enheter, og flere som drikker 1-2 enheter.

4.4 Antall druknede

Sjøfartsdirektoratets statistikk har tidligere vist at *antall omkomne* fra båt som hovedtendens minket fra 54 omkomne personer i 1992 til 20 omkomne personer i 2001, bortsett fra de store ulykkesårene 1994 og 1998. Imidlertid ble den nedadgående trenden i antall omkomne brutt med 2002-tallene. Endringen fra 20 personer i 2001 til 29 personer i 2003 når det gjelder omkomne fra fritidsbåt representerer en økning på 45 %. 2004 ble igjen et fatalt ulykkesår med 51 omkomne, det høyeste antall druknede siden 1992. Det store antall druknede i 2004 gikk tilbake i 2005 og 2006, og sank til totalt 34 personer. I 2007 sank tallet ytterligere, til 23 druknede. I 2008 og 2009 gikk tallene opp igjen, til henholdsvis 30 og 31 omkomne.



Figur 4 Sjøfartsdirektoratet. Dødsulykker i forbindelse med bruk av fritidsbåt. Detaljert årsoversikt for perioden 1993-2009.

Sjøfartsdirektoratets halvårsoversikt ¹⁴for 2010 viser at 12 personer omkom første halvår i år. Dette var én kvinne og resten menn. Tallet på omkomne ved utgangen av juni er fem færre enn for samme periode i 2009, da 31 personer omkom.

4.5 Andre faktorer enn kampanjen som virker inn på drukningstallene

Sesongvariasjoner i nordmenns alkoholforbruk

Alkoholomsetningen i Norge har økt jevnt de siste årene. I 2000 ble det omsatt 20,3 millioner liter brennevin, vin, øl og rusbrus. I 2009 var omsetningen steget til 26 millioner liter.¹⁵ Alkoholforbruket pr innbygger har steget jevnt siden tidlig på 1990-tallet. I 1993 drakk hver innbygger over 15 år i gjennomsnitt 4,55 liter ren alkohol. I 2000 var forbruket steget til 5,66 liter, og i 2009 til 6,68 liter.¹⁶ Det er en nedgang på 0,7 desiliter eller én prosent fra 2008.

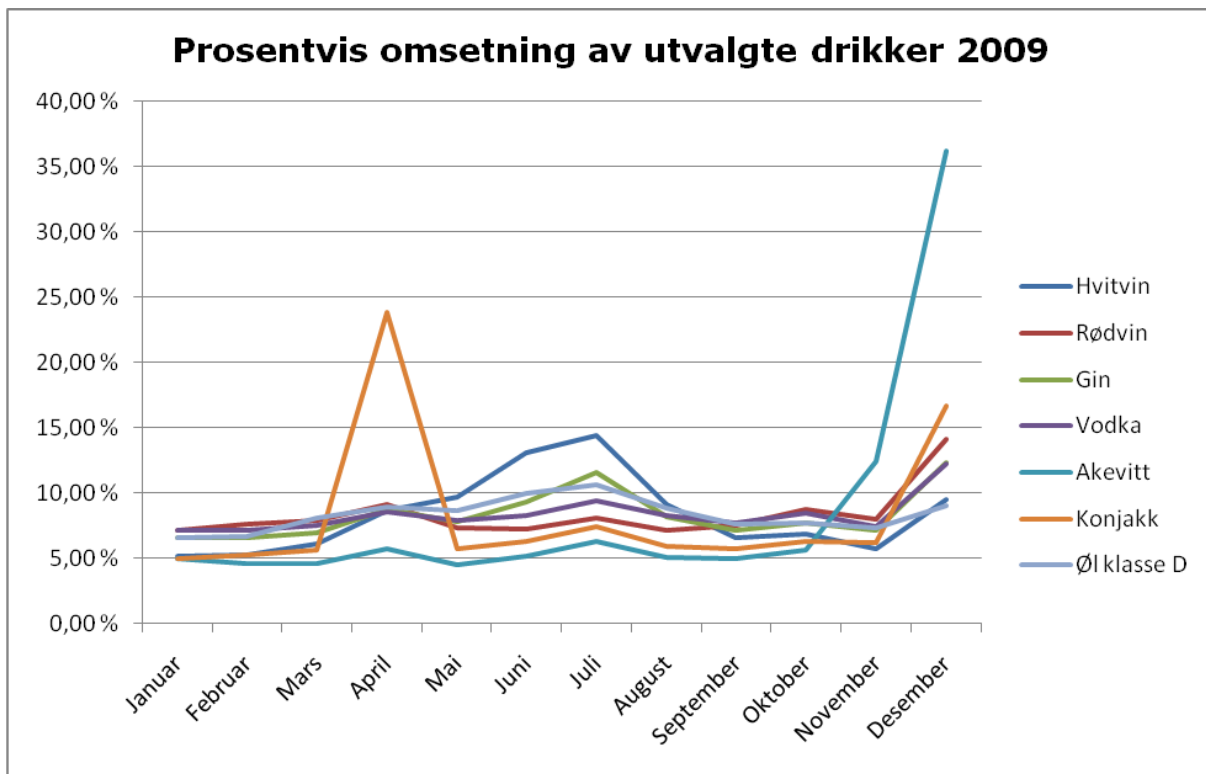
Nordmenns alkoholforbruk er imidlertid ikke konstant i løpet av et år, og en rekke faktorer bidrar til at folk drikker mer eller mindre. Viktige slike faktorer er tilgjengelighet, pris og fri fra forpliktelser, for eksempel ved ferie. Vi ser av grafen at

¹⁴ Sjøfartsdirektoratet, <http://www.sjofartsdir.no/no/Aktuelt/Kantring-med-smabat-har-tatt-flest-liv/>

¹⁵ Statistisk Sentralbyrås alkoholstatistikk: <http://www.ssb.no/alkohol/>

¹⁶ Statistisk Sentralbyrås historiske oversikt over alkoholforbruket i Norge: http://www.ssb.no/magasinet/slik_lever_vi/tab-2008-06-04-01.html

man grovt sett har tre sesonger der alkoholforbruket øker: påske, sommer og jul/nyttår. Grafen viser omsetning av alkohol, og bygger på tall fra Bryggeriforeningen og Vinmonopolet.¹⁷



Figur 5: Statistikk publisert på www.bryggeriforeningen.no og www.vinmonopolet.no for 2009, gjort om til prosent for å se sesongvariasjon. Et utvalg produkter.

Figur 5 viser hvordan omsetning av alkoholholdig øl, svakvin, sterkvin og brennevin fordeler seg prosentvis gjennom året, i dette tilfellet for 2009. Med unntak av desember, er juli den måneden i året med størst omsetning innenfor samtlige kategorier. Det er særlig hvitvin og øl som er «sommerdrikken». Også sterkere alkoholsorter forbrukes mer i sommermånedene og desember enn ellers i året.

Været i båtsesongen

Selv de årene sommertemperaturen ligger over normalen, kan folk godt oppfatte sommeren som "dårlig" - noe de også ofte gjør. Virkelig dårlig sommervær vil føre til at færre folk tar seg en tur med båten, noe som kan bidra til færre drukningsulykker. Men sommeren 2010 var ikke spesielt dårlig, viser tall fra Storm Weather Center.

¹⁷ Statistikk publisert på www.bryggeriforeningen.no og www.vinmonopolet.no for 2009.

Juni måned bar preg av en kald og våt sommer i Nord-Norge, og en varmere og tørrere værtype i Sør-Norge.¹⁸

Juli var varmere enn normalt i hele landet, selv om de riktige høye temperaturene uteble. Været skiftet stadig mellom sol og kraftige regnbyger. Enkelte steder både i Sør- og Nord-Norge fikk dobbelt så mye regn som normalt.¹⁹

August var for Sør-Norges del preget av normaltemperaturer, sterk vind og kraftige lokale regnbyger. I Nord-Norge var det tørt og mye sol, men kjølig.²⁰

For hele landet under ett var sommeren 0,4 grader varmere enn normalen. Nedbøren i Norge som helhet var litt over vanlig for sommeren, det falt 125 % nedbør av normalen.²¹

Antall fritidsbåter, kunnskap og sikkerhet

Det finnes ikke eksakte tall på hvor mange fritidsbåter det er i Norge i dag, men i følge tall fra Båtmagasinet var det i 2006 litt over 757 000 fritidsbåter i Norge. Tall fra bransjeorganisasjonen NORBOAT, viser at det i flere år, fram til 2007, var en sterk økning i import av fritidsbåter. Fra 763,66 millioner kroner i 2000, til 3,23 milliarder kroner i 2007. I 2008 gikk importen av fritidsbåter ned til 2,71 milliarder kroner (tilnærmet 2006-nivået), i 2009 sank tallet ytterligere – til 1,42 milliarder.

Fra flere hold har det de siste årene blitt påpekt at folk kjører fritidsbåt uten tilstrekkelig opplæring. Personer over 16 år har kunnet føre båter opp til 50 fot, uten krav om opplæring. Det har blitt påpekt at et er betenkelig at det for veitrafikken er strenge regler for teoretisk og praktisk opplæring, og at det for kjøring med båt burde være tilsvarende reguleringer, både i forhold til båtferdigheter og bruk av alkohol. Fra 1. mai 2010 må alle som er født 1. januar 1980 eller senere ha bestått båtførerprøven for å ha lov til å føre større fritidsbåt.²² Den nye regelen gjelder for føring av

¹⁸ Storm Weather Center, været i juni - <http://www.storm.no/nyheter/kaldeste-juni-paa-17-aar-i-nord-3241896.html>

¹⁹ Storm Weather Center, været i juli - <http://www.storm.no/nyheter/mildt-og-vaatt-i-juli-3262671.html>

²⁰ Storm Weather Center, været i august - <http://www.storm.no/nyheter/lavtrykkene-styrte-augustvaeret-3280173.html>

²¹ Meteorologisk institutt, været sommeren 2010 - http://met.no/Klima/Klimastatistikk/Varet_i_Norge/2010/Sommersesongen/

²² Sjøfartsdirektoratets rundskriv nr RSR 05-2009, 3.3.2009 "Forskrift om krav til minstealder og båtførerbevis mv for fører av fritidsbåt", http://www.sjofartsdir.no/no/Regelverk2/Rundskriv/RSR_05-2009_Forskrift_om_kvav_til_minstealder_og_batforerbevis/

fritidsbåter med lengde over 8 meter eller som har motor med mer effekt enn 25 hestekrefter. Tall fra Norsk Test og Sjøfartsdirektoratet viser at det i de ni første månedene i 2010 var 26 316 personer som tok båtførerprøven. Flest var det i hhv juni, mai og juli.

Beregninger utført ved Transportøkonomisk Institutt²³ har vist at folk undervurderer risikoen ved bruk av fritidsbåt. Resultatene viser at sjansen for å omkomme som bruker av fritidsbåt er mer enn ni ganger større enn for bilbrukere, målt som antallet drepte pr time brukt til aktiviteten. Dette er stikk i strid med folks oppfatning av risikoen. Å sykle, å gå og å bruke privatbil vurderes som mer utrygt enn å bruke båt. Det er menn i 40-50-årene føler seg sikrest i båt, og det er også denne gruppen som dominerer drukningsstatistikken.

Flere hendelser som krever assistanse

Stadig oftere trenger båtførere assistanse. De siste seks årene har Hovedredningssentralene i Sør-Norge og Nord-Norge fått over 42 prosent flere meldinger om hendelser til sjøs.

Sør-Norge		Nord-Norge	
2004	1609	2004	674
2005	1771	2005	729
2006	1766	2006	702
2007	2060	2007	701
2008	2170	2008	681
2009	2319	2009	924

Til tross for nedgang i drukningsulykker fra fritidsbåt fra 2004 til 2007, har Hovedredningssentralen i Sør-Norge målt markant økning i uhell på sjøen for samme periode, og antall hendelser meldt gikk ytterligere opp i 2009. Juli var den måneden

²³ Transportøkonomisk institutt (Elvik, R.; Mysen, A. B.; Vaa, T.), Trafikksikkerhetshåndboken, 2000 (revidert nettgave 2001), <http://tsh.tøi.no/?21291#21291190>, kap. 3.7, "Risiko i vegtrafikken sammenlignet med andre aktiviteter", Tabell G.3.5: "Antall drepte i ulykker, million persontimer og drepte pr 100 million persontimer for ulike aktiviteter i perioden 1988-1993". Tabellen er hentet fra Fosser, S.; Elvik, R. Dødsrisiko i vegtrafikken og i andre aktiviteter. TØI notat 1038. Oslo, Transportøkonomisk institutt, 1996.

hvor det ble meldt om flest hendelser. Hendelser omfatter bl.a. brann, drukningsulykke, drivende fartøy, kollisjon, ulike nødsignaler, savnede båter osv. ²⁴

Bruk av redningsvest

Redningsselskapets rapport fra 2001 "Holdninger, kjennskap og bruk av redningsvest" viste at av båtneierne var det 81 % som brukte flytevest på barn. Bare 54 % av mødrene og 45 % av fedrene brukte alltid flytevest. Fedrene er imidlertid omsorgsfulle ovenfor familien. 8 av 10 fedre som eier båt sier de tar ansvar for innkjøp av flyteutstyr, men de bruker det ikke selv.

En undersøkelse InFact utførte for NORBOAT i februar 2010 viser at 86 % av de spurte (15 år og eldre) alltid eller som oftest bruker redningsvest eller annet flyteplagg når de er i fritidsbåt. Menn i mindre grad enn kvinner, yngre i større grad enn eldre.

5 Avslutning

Folk flest er enige i at det er uakseptabelt å kjøre bil i ruspåvirket tilstand. Men på sjøen er holdningene mer tøyelige, selv om risikoen ved å kjøre fritidsbåt faktisk er høyere. Selv om kjørefeltet er større kreves det god konsentrasjon og oppmerksomhet fra båtfører. Statistisk materiale viser at minst 1 av 3 som omkommer fra fritidsbåt har drukket alkohol, og mørketallene er store - andelen druknede der alkohol har spilt en fatal rolle kan være mye større. Men temaet ulykker og drukning fra fritidsbåt dreier seg ikke bare om evne til å føre båt. Med alkohol i blodet reduseres kroppens evne til å takle møtet med kaldt vann, og derfor er det også risikofyllt å kombinere bading med alkohol. Og det er også risikabelt å kombinere passasjerrollen med alkohol, uansett om båtføreren har drukket eller ikke. Fart, bølger og vind, skjær i sjøen, samt økning av små og store fritidsbåter er risikofaktorer. Din båtfører kan treffe på både uerfarne og berusede båtførere.

²⁴ Hovedredningssentralens tall på hendelser registrert til sjøs. Fra Hovedredningssentralen Sør-Norge http://www.hovedredningssentralen.no/files/statistics/2009HRSS2_412010152854.pdf og Hovedredningssentralen Nord-Norge http://www.hovedredningssentralen.no/files/statistics/2009HRSN2_412010152955.pdf. Merk: Hovedredningssentralen Nord-Norge har lagt om sitt statistikkgrunnlag, derfor vil antall hendelser meldt i regionen være høyere enn i tilsvarende statistikk i tidligere rapporter.

Det er vanskelig å dokumentere direkte virkninger av holdningskampanjer, fordi det må være et langsiktig arbeid, og det er mange faktorer som spiller inn. Antall båter i Norge har økt kraftig de senere år. Dette vil i seg selv øke ulykkesfrekvensen og antall druknede. Vi har sett at været for sommeren 2010 var bra, og neppe hadde spesiell innvirkning på mengden båttrafikk. Vi har også sett at alkoholkonsumet i den norske befolkningen har gått kraftig opp de siste 15 år. Forbruket er spesielt høyt i sommermånedene i forbindelse med sommerferie og sommervær, og dermed er alkoholen lett tilgjengelig også når man er i fritidsbåt. 31 personer omkom fra fritidsbåt i 2009. Når statistikken viser at i hvert fall hver tredje person som drukner har alkohol i blodet, er det viktig å jobbe for at båt og bading skal være en alkoholfri sone. Sett i lys av at antall båter på sjøen og alkoholkonsumet i mange år har steget, er det positivt at holdninger og antall drukninger fra fritidsbåt holder seg relativt stabilt. Her kan vi anta at *Klar for sjøen* har hatt en innvirkning.

Klar for sjøen har nådd ut til ca tre millioner personer i sommer. Dette skyldes ikke minst en massiv frivillig innsats fra kampanjepartnerne, som har spilt på lag og sammen fått fram budskapet om edru båtføring over hele landet, gjennom hele sommeren. Viktig informasjon har blitt formidlet og diskutert med et stort antall mennesker, til en svært lav kostnad.

Kampanjens målsetting om å øke oppmerksomheten rundt faren med promille og båtkjøring, samt øke oppmerksomheten rundt drukningsfaren med promille og kroppens møte med kaldt vann, er oppnådd.

6 Vedlegg

Tid	Sak/aktivitet	Forklaring	Aktører
	Hovedbudskap gjennom hele kampanjen ikke før båt med promille	Alle aktører tar med seg dette budskapet i sine møter med pressen i sommer. Bruk gjerne slagordet "Å være klar for sjøen er å være klar i hodet" – det vet vi målgruppen kobler til alkohol & rusmidler.	Alle
Juni, juli, aug	Lokale saker	Gjøre lokale saker i hht aktivitetsplanen - Klar for sjøen på xx arrangement - Synovate-tall på holdninger til å føre båt - Båtførerbevis- ta en prat med oss på xx arrangement - Skipperansvaret – hva innebærer det?	AV-OG-TIL i samarbeid med lokale samarbeids-aktører
9/6	Lansering av kampanjen i media: Pressemelding: Stor sommeroffensiv langs kysten. Bruk av holdningstall fra Synovates meningsmåling (bedring i holdninger siste 5 år)	For å markere at kampanjen er i gang, og gjøre media oppmerksomme på oss.	AV-OG-TIL
10/6	Ny og unik oversikt over uthavner i iPhone-applikasjon	Vi kontakter båtmagasiner og viktigste båtnettsider og får dem til å teste iPhoneapp'en	AV-OG-TIL og Jan-Erik
18/6	Minnemarkering	Samarbeider med lensmannen om pressesaker – lokalt og nasjonalt	AV-OG-TIL-kommunene Hurum og Røyken + familiene
23/6	Minnemarkeringer	Få media til å dekke markeringen i Oslo og bistå evt lokale initiativ	
23/6	PM med bilder: Om minnemarkering i Oslo (og flere andre steder i landet)		
	Bruk av redningsvest – basert på NORBOATs tall fra Infact-undersøkelsen	Så vidt vi vet finnes det ikke nyere tall på vestbruk (siste fra 2001)	NORBOAT, AV-OG-TIL
Juni?	Om sanksjoner – båtførerbevis	Blir forslaget behandlet i Stortinget før de tar ferie? http://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Saker/Sak/?p=45550	Vis Sjøvett
	Promille gir nedsatt koordinasjonsevne og økt reaksjonstid – derfor bør båtfører være edru	Illustrere hva promille gjør med føreregenskapene, ved bruk av promillebriller eller simulator.	NSSR, Ingar følger opp
	AV-OG-TIL kan profilere samarb.parter overfor forskjellige redaksjoner, og få dem inn og snakke om forskjellige saker. Som f.eks skipperansvaret, båtførerbevis, forskjellige sikkerhetsaspekt osv.		

Publiseringsplan, kampanjettidsiden, blogg og Twitter

Dag/uke	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
Mandag			Minnemarkering hovedsak på forsiden + tw	Tw: minne-markering Vestbruk-PM + blogg	Blogg: ref fra lokalt arr					Blogg: Ruffen	PM om lokalt arr + tw	Tw: youtube-klipp
Tirsdag	Kampanje-layout og hovedsak + tw. Blogg: Ruffen + svensk promillegrense					PM om lokalt arr + tw	Lenke til promille-brillesak m nssr? + tw	Tw + blogg: Uthavner	Blogg: Sjøfartsdir-sak om ulykker	Tw: Ruffen	Tw: lokal pressesak	Tw: pressesak drukninger
Onsdag	Blogg: ref og bilder fra lokalt arr	PM om holdninger + tw	iPhone-app lille hovedsak på forsiden + tw. Blogg: minnemarkering	Ref og bilder fra minnemarkeringen + tw + blogg	PM om lokalt arr + tw				Blogg + web: sjømannskap	Blogg: lokal-PM PM om lokalt arr	Tw: lokal pressesak	
Torsdag		Blogg: iPhone-app + Ruffen Web: iPhone Tw: iPhone + PM holdninger		Blogg: kampanjens reklamefilm		Blogg: ref fra aksjon i N-Tr.lag.	PM om lokalt arr + tw	Tw: lokal PM	PM om lokalt arr + tw	PM om lokalt arr + tw	PM om lokalt arr + tw	Tw: båttulykke PM om lokalt arr + tw
Fredag		PM om lokalt arr	Ref fra lokalt arr	Ref fra lokale minnemarkeringer + tw	Nyhets sak om sanksjoner – båtførerbevis m Vis sjøvett + tw		Blogg: avstemning			tw om lokalt arr		
Lør/søn					Tw: Aksjonen i N-Tr.l							

www.avogtil.no, www.kfs.origo.no og <http://twitter.com/avogtil> i kampanjeperioden 1. juni til 31. august 2010.

I tillegg ble det automatisk generert blogginnlegg fra redningsskøytenes blogg <http://havetshviteengler.blogspot.com/>, samt tweets fra Røde Kors, Redningsselskapet og AV-OG-TIL.

Arrangementsplan Klar for sjøen 2010

Dato	Navn	Sted	Hvem
100510	Vannrednings KO	Revebukta Østfold	Sarpsborg Røde Kors Hjelpekorps
150510	Florø 150 år	Florø, Sogn og Fjordane	NSSR Sogn og Fjordane
200510	Båtvettkurs Røyse skole	Røyse skole Buskerud	Nordre Buskerud politidistrikt
210510	Båtvettkurs Vik skole	Vik Skole Buskerud	Nordre Buskerud politidistrikt
210510	Kosterikjedagane	Syvde Møre og Romsdal	Vanylven Røde Kors Hjelpekorps
210510	Sørlandets Båtmesse	Arendal/Aust-Agder	Kongelig Norsk Båtforbund
210510	Sørlandets båtmesse		NSSR Aust- og Vest-Agder
220510	Blåfjelden rett op	Syvde møre og Romsdal	Vanylven Røde Kors Hjelpekorps
220510	KNBF's pinsetreff	Horten/Vestfold	Kongelig Norsk Båtforbund
270510	Kyst 2010	Arendal, Aust-Agder	Vis sjøvett, NSSR Aust- og Vest-Agder, Politibåten i Arendal
280510	Båtopplæring tverretattlig	Hønefoss politistasjon	Nordre Buskerud politidistrikt
280510	Fylkesmessa	Florø, Sogn og Fjordane	NSSR Sogn og Fjordane
290510	Maritim Dag	Stjørdal, N-Trøndelag	NSSR Trøndelag
300510	Båtførerkurs	Bokn/ Rogaland	Bokn Røde Kors
300510	Sonestevne Syvde	Syvde møre og Romsdal	Vanylven Røde Kors Hjelpekorps
020610	Monsiaden 2010	Eidså Møre og Romsdal	Vanylven Røde Kors Hjelpekorps
030610	Mefjorddagene	Mefjordvær, Troms	Berg Røde Kors
050610	Eliasklubben Mandal-Redningsselskapets dag	Mandal	NSSR Aust- og Vest-Agder
050610	Kiwanis Bruktbåtmesse		NSSR Aust- og Vest-Agder
050610	Colin Archer seilas og Redningsselskapets dag	Moss, Østfold	NSSR Moss
050610	Sjøvettsdag Røde Kors	Mefjordvær, Troms	Berg Røde Kors
50610	Idrettsarrangement for barn	Flekkefjord stadion, Vest-agder	AV-OG-TIL Lokalt Flekkefjord
100610	Torgdag Bokn	Føresvik kai/ Rogaland	Bokn Røde Kors
100610	Småbyløp	Flekkefjord, Vest-agder	AV-OG-TIL Lokalt Flekkefjord
110610	Klar for sjøen - 2010	Stord Hordaland	AV-OG-TIL Lokalt Stord
110610	Færderseilasen	Oslofjorden	KNS
140610	Sommerkontor	Bryggen i Bergen	NSSR Hordaland
150610	Kystdag Nordkappfestival	Finnmark	NSSR Finnmark
150610	Vis sjøvett dager	Sandvika, Akershus	Vis Sjøvett Asker og Bærum
180610	Hardanger Båtfestival	Norheimsund, Hordaland	AV-OG-TIL Lokalt Kvam herad
190610	Havnedagen	Bodø Havn-Nordland fylke	Bodø Båtforening BA
230610	Båtkortesje	Nøtterøy, Vestfold	AV-OG-TIL Lokalt Nøtterøy
230610	Minnemarkering	Honnørbygga, Oslo	Kampanjepartnerne sentralt
230610	Minnemarkering	Sætre, Hurum + Røyken	AV-OG-TIL Lokalt Hurum
250610	Stordfest	Leirvik, Hordaland	Vis sjøvett Sjøfartsdirektoratet
250610	Teiedagen juni	Nøtterøy, Vestfold	AV-OG-TIL Lokalt Nøtterøy
260610	Nordlandsbåttregattaen m/fl	Terråk-Nordland	Bindal lensmannskontor
260610	Båtforeningens sommerfest	Oslo	Jernbanens båtforening (OBU)
280610	Båtvettsskole	Moss, Østfold	NSSR Moss

Dato	Navn	Sted	Hvem
?	Skagamolofesten	Abelvær, Nord-Trøndelag	Bindal lensmannskontor
010710	Sommertjenesten	Lillesand, Aust-Agder	Lillesand Røde Kors Hjelpekorps
010710	Hurtigrutas Dag	Rørvik	NSSR Trøndelag
020710	Båttreff på Kjerkesnvågen	Kjerkesnvågen i Nord-Trøndelag	Nord-Trøndelag pd, KV Njord, NSSR Trøndelag, AV-OG-TIL
030710	LillesandsDaene Maritim Dag	Lillesand, Aust-Agder	Lillesand Røde Kors Hjelpekorps, Agder pd
050710	Highline games	Finnmark	NSSR Finnmark
050710	Ungdomsleir	Bjørnsund, Møre og Romsdal	NSSR Møre og Romsdal
080710	Kaperdagene		NSSR Aust- og Vest-Agder
090710	Vanylvsfestivalen	Eidså Møre og Romsdal	Vanylven Røde Kors Hjelpekorps
100710	Valdresfestivalen	Fagernes, Oppland	Nord Aurdal Røde Kors Hjelpekorps
	Ålesund Båtfestival	Ålesund, Møre og Romsdal	NSSR Møre og Romsdal, Vis sjøvett
150710	Hammerfestdagene	Finnmark	NSSR Finnmark
220710	Hopsjødager	Hitra, Sør-Trøndelag	NSSR Trøndelag
280710	Rørvikdagan	Rørvik-Nord Tr.lag	Bindal lensmannskontor
250710	Tåkelurens dag		NSSR Aust- og Vest-Agder
290710	Tall Ships Races	Kristiansand	NSSR Aust- og Vest-Agder, Agder politidistrikt, Kystvakten
?	Herlaugsdagan	Leka, Nord-Trøndelag	Bindal lensmannskontor
300710	Finnsnes i Fest	Finnsnes Troms	Berg Røde Kors
020810	Båtvetskole	Ålesund, Møre og Romsdal	Redningsselskapet Møre og Romsdal
050810	Risør Trebåtfestival	Aust-Agder	NSSR Aust- og Vest-Agder
060810	Kystkulturdagene	Lysøysund, Sør-Trøndelag	NSSR Trøndelag
060810	Havnesfestivalen	Havnes, Troms	Berg Røde Kors
070810	Træna-festivalen	Træna, Helgeland, Nordland	Alstahaug og Leirfjord lensmannskontor
090810	Båtvetskole	Ålesund, Møre og Romsdal	NSSR Møre og Romsdal
110810	Kolvereiddagene	Kolvereid, Sør-Trøndelag	Bindal lensmannskontor
120810	Skalldyrfestival (Eliasklubben)	Mandal	NSSR Aust- og Vest-Agder, Agder politidistrikt
170810	Nor - Fishing /fiskerimessen	Trondheim	NSSR Trøndelag
200810	Husøydagan	Husøy	Berg Røde Kors
210810	Kanalfestivalen	Moss, Østfold	NSSR Moss
210810	Trebåtfestival	Ulsteinvik	NSSR Møre og Romsdal
250810	Sjøvettkonkurransen 10. trinn	Sandvika, Bærum	Vis Sjøvett Asker og Bærum
270810	Solsikkedagane	Fiskåbygd M&R?	Vanylven Røde Kors Hjelpekorps
260810	Fisk og Fotball	Senjahopen, Troms	Berg Røde Kors
020910	Båter i Sjøen	Sandvika, Bærum	Vis Sjøvett Asker og Bærum
020910	Maritim dag	Byneset v / Trondheim	NSSR Trøndelag
180920	Åpen dag	Politistasjonen i Sandvika	Asker og Bærum pd

Pressemelding 9. juni 2010

REKORDGODE HOLDNINGER PÅ SJØEN

Sommeren er her og mange ser frem til å utforske båtlivets gleder. I Klar for sjøen-kampanjen håper man at bedre holdninger til alkohol vil bidra til færre ulykker og dødsfall på sjøen i år.

En meningsmåling utført av Synovate for AV-OG-TIL viser at folk blir stadig mer oppmerksomme på faren ved å kombinere alkohol og båt. I 2010 mener nemlig 9 av 10 nordmenn at man bør la være å drikke alkohol når man skal føre fritidsbåt. Dette er en økning på fire prosent fra 2005, og det høyeste tallet som noen sinne har blitt målt.

Klar for sjøen er en kampanje for å få båtførere til å holde seg edru når de står ved roret. Gjennom hele sommeren vil kampanjen minne publikum på båttreff, festivaler, seilaser, sjøvettdager, en rekke andre arrangementer langs hele norskekysten, om at - *å være klar for sjøen er å være klar i hodet.*

Denne helgen går startskuddet for Færder-seilasen. Som arrangør og samarbeidspartner i kampanjen vil Kongelig Norsk Seilforening benytte anledningen til å understreke for deltakerne og tilskuerne at alkohol utgjør en sikkerhetsrisiko som ikke er akseptabel.

- *Mye tyder på at folk har blitt mer bevisst på egen alkoholbruk på sjøen. Selv om ulykkestallene har økt de seneste år håper vi at de gode holdningstallene kan bidra til at færre får oppleve båtlivets ubehagelige sider på grunn av dårlig alkohovett på sjøen,* sier Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL.

Samarbeidspartnerne bak *Klar for sjøen* er: Kongelig Norsk Båttforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis sjøvett, politiet, Kystvakten, Kystverket, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningselskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

Mer informasjon om kampanjen: www.avogtil.no / www.kfs.origo.no

Følg oss på Twitter: www.twitter.com/avogtil

Last ned [pressemeldingen som PDF](#)

Kontaktinfo:

Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL

Mobil: 990 11 098, e-post: kari@avogtil.no

I hvilke av disse situasjonene mener du man bør la være å drikke alkohol?

	2005	2010	Økning
Når man skal føre fritidsbåt	85,3 %	89,6 %	4,3 %

Kilde: Synovate Store Norske Forbrukerundersøkelse, mars 2005 og mars 2010, hvor henholdsvis 3 581 og 8 587 personer er intervjuet postalt.

10. juni 2010

Ny, nyttig og unik app til båtfolket – finn din egen lune vik

Er du ute med båten og vil finne din helt egen øy eller sted å legge til? En helt ny og gratis iPhone-applikasjon fra kampanjen *Klar for sjøen* skal hjelpe båtførere til å finne perlene blant uthavner langs kysten i sommer.

En uthavn er en naturhavn hvor geografiske forhold skaper en lun havn. I applikasjonen kan du se alle de 370 uthavnene på kartet (også med satelittbilder), og finne koordinater til bruk på vanlige sjøkart. Oversikten viser uthavner i Sør-Norge (fra Halden til Farsund). Appen inneholder også informasjon om sikkerhetsutstyr og riktig ferdsel på sjøen, og viktige nødnumre.

– Med denne samlingen av uthavner, vil fritidsbåtene bli kjent med flere flotte steder å legge til. Det blir mindre press på de mest brukte uthavnene, hvilket er bra for trivsel, miljø og sikkerhet, sier Jan-Erik Næss, generalsekretær i [Kongelig Norsk Seilforening](#), som har utarbeidet oversikten.

iPhone-applikasjonen er utarbeidet av AV-OG-TIL, kampanjens prosjektleder og sekretariat. *Klar for sjøen*-kampanjen og de 12 aktørene bak oppfordrer båtførere til å være edru ved roret. - *Å være klar for sjøen er å være klar i hodet!*

Last ned applikasjonen - gratis - i App Store, under kategorien Navigation. Uthavner på [iTunes/App Store](#) (applikasjonen kan også lastes ned på iPod touch, må da ha tilgang til internett for å vise kartet). Viktig å merke seg: Alle posisjoner er indikative, vi henviser til å lese sjøkart nøye.

Uthavnsoversikten vil også bli tilpasset webformatet og legges ut på kampanjens internettside: www.avogtil.no i løpet av juni.

For mer informasjon kontakt:

Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL
Mobil: 990 11 098, e-post: kari@avogtil.no

Jan-Erik Næss, generalsekretær i KNS
Mobil: 90 16 31 10, e-post: jan-erik@kns.no

KLAR FOR SJØEN-KAMPANJEN TIL NORDKAPPFESTIVALEN

På tirsdag er det klart for et av Nordkappfestivalens mest populære arrangementer, nemlig Kystens dag. Redningsselskapet er på plass i Honningsvåg, der de vil være tilstede og tilgjengelig for både gamle og unge. De representerer *Klar for sjøen*-kampanjen, et omfattende felles krafttak for sikkerhet på sjøen.

Nordkappfestivalen er allerede kommet godt i gang, og varer helt fram til søndag 20. juni. Programmet er tettpakket, med mange godbiter for hele familien. En viktig del av festivalen er Kystens dag, som var godt besøkt i fjor. I løpet av denne dagen kan publikum blant annet kikke på aktiviteten i havna i Honningsvåg og besøke båtene som ligger klare i havneområdet. Redningsselskapet håper at mange vil ta turen innom for å hilse på.

- Barnehagene vil få ta en tur med Elias-båten, og senere kan folk få en omvisning om bord på redningsskøyta. Vi håper folk tar seg tid til en prat med oss, særlig dersom det er noe de lurer på i forbindelse med sjøsikkerhet. Vi er med i kampanjen Klar for sjøen, som har fokus på at alkohol og båtføring er en dårlig kombinasjon. Vi har med oss masse fint kampanjemateriell som folk kan lese og ta med seg, sier Kari Lene Olsen fra Redningsselskapet avdeling Finnmark.

Klar for sjøen er en kampanje for å få båtførere til å holde seg edru når de står ved roret. Gjennom hele sommeren vil kampanjen minne publikum på båttreff, festivaler, seilaser, sjøvettdager, en rekke andre arrangementer langs hele norskekysten, om at - å være klar for sjøen er å være klar i hodet.

- For mange er sommer og båtliv det absolutte høydepunktet i året. Man har så mange forventninger at man knapt kan vente med å komme seg av gårde. Det er likevel viktig å ikke glemme sikkerheten. Alt for mange liv går hvert år tapt på grunn av kombinasjonen alkohol og båtføring. Vårt mål er at alle som fører båt holder seg edru, slik at sommeren blir tryggere og bedre for alle som ferdes på sjøen, sier Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL.

Samarbeidspartnerne bak *Klar for sjøen* er: Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis sjøvett, politiet, Kystvakten, Kystverket, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

Mer informasjon om kampanjen: www.avogtil.no / www.kfs.origo.no
Følg oss på Twitter: [www.twitter.com/avogtil](https://twitter.com/avogtil)

Kontaktinfo:

Kari Lene Olsen, NSSR Finnmark
Mobil: 480 90 415, e-post: kari.lene.olsen@nssr.no

Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL
Mobil: 990 11 098, e-post: kari@avogtil.no

MINNEMARKERING FOR OMKOMNE PÅ SJØEN

Minnemarkering for omkomne i veitrafikken er en årlig foreteelse som på en verdig måte setter fokus på sikkerhet langs veien. Inntil i fjor har det ikke vært noen slik markering på sjøen. Aktørene bak Klar for sjøen-kampanjen arrangerte da for første gang en minnemarkering for de som har mistet livet ved bruk av fritidsbåt. En tilsvarende markering blir arrangert på Honnørbrygga i Oslo sankthansaften. Et samlet båt-Norge minnes de omkomne og oppfordrer båtfolk til å reflektere om egen og andres sikkerhet på sjøen.

Arrangementet blir gjennomført på Honnørbrygga, ved Rådhusplassen i Oslo, onsdag 23. juni fra kl. 10.00 til ca kl. 10.30. Næringsminister Trond Giske holder appell, og er etter det offisielle programmet tilgjengelig for pressen fram til kl. 10.45. Representanter fra båt- og sjøsikkerhetsorganisasjoner er til stede på Honnørbrygga og i konvoien. Landsforeningen for trafikkskadde representerer skadede og pårørende etter båtulykker. Arrangementet gir gode bildemuligheter (se et knippe bilder fra i fjor vedlagt).

Program:

Musikalsk åpning ved Sjømannskoret
Velkomst ved Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL
Appell ved næringsminister Trond Giske
Trompetsolo ved Tine Thing Helseth
Nedleggelse av kranser fra konvoi
Sjømannskoret avslutter

Bak initiativet står partnerne i Klar for sjøen-kampanjen: Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis Sjøvett, politiet, Kystvakten, Kystverket, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningssekskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

Konvoien som kommer inn forbi Honnørbrygga, består av båter fra Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Oslo havnepoliti, Redningssekskapet, Røde Kors, NORBOAT, Skjærgårdstjenesten og Landsforeningen for trafikkskadde. De vil legge ned ti kranser, for de omkomne de siste ti årene.

For mer informasjon vennligst kontakt:

Trude Gaare, kommunikasjonsrådgiver i AV-OG-TIL, ansvarlig for Klar for sjøen-kampanjen og markeringen
Mobil: 990 38302, e-post: trude@avogtil.no

Mer informasjon om Klar for sjøen-kampanjen: www.avogtil.no

Omkomne fra fritidsbåter de siste 10 år

'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'10
36	20	31	29	51	34	34	24	30	31

206 av de 320 omkomne brukte ikke flyteutstyr. Minst hver tredje var alkoholpåvirket, mørketallene kan være store. Fall over bord og kantring var de vanligste ulykkesårsakene.

Kilde: "Dødsulykker i forbindelse med bruk av fritidsbåt", Sjøfartsdirektoratet,
http://www.sjofartsdir.no/no/Aktuelt/Farre_omkom_i_fritidsbatulykker_enn_fryktet/

Pressemelding 1. juli 2010

STERK FOKUS PÅ SJØSIKKERHET PÅ BÅTFESTIVALEN I KJERKNESVÅGEN

Et samlet sjø sikkerhets- og båtinteressesemiljø har forent krefter. I helga er Klar for sjøen-kampanjen på båttreffet i Kjerknesevågen med politiet, Kystvakten og Redningsselskapet. Trygg båtferdsel og edru båtføring står i høysetet.

- Alkohol og båtføring er en farlig kombinasjon, derfor oppfordrer vi alle til å være edru når de skal føre båt. Kystvakten og politiet skal være på festivalen for snakke med publikum om sikkerhet, og gjennomføre kontroller av promille, båtførerbevis, fart og lanternebruk, sier Torkil Beistad, politiførstebetjent ved Verran lensmannskontor.

Redningsselskapet kommer med både redningsskøyta "UNI" og Eliasbåten.

- Dette er et stort og flott arrangement, som samler mange mennesker. Vi ønsker å lære både store og små om sjøvett, sier Karl Ivar Fossmo fra Redningsselskapet i Trøndelag. – Alle vi som er på sjøen har et felles ansvar for at båtturene er både trygge og trivelige. Vær klar i hodet, oppfordrer han.

Forebygging og kontroller

Redningsselskapet, politiet og Kystvakten forener krefter i Kjerknesevågen i helga. I tillegg til å gjennomføre kontroller og ha kontakt med publikum på sjøen, vil de drive forebyggende arbeid på land. Informasjon om sikkerhet på sjøen, faren ved å kombinere båt og alkohol, konkurranser med premier, redningsøvelse, Eliasbåt-kjøring, RS "UNI" åpen for publikum og besøk i marinaen står på programmet.

- Dette er flott forebyggingsarbeid i god Klar for sjøen-ånd, sier Trude Gaare, prosjektleder for kampanjen. Hun tar turen fra Oslo for å dokumentere aktivitetene slik at andre kan la seg inspirere. – Med mange aktiviteter og samarbeid på tvers er jeg sikker på at båtfolket i Kjerknesevågen vil få med seg oppfordringen om å utvise alkovett på sjøen, avslutter hun.

Klar for sjøen

Målet for Klar for sjøen er at skipperen er edru når han eller hun står ved roret. Bak kampanjen står: Kongelig Norsk Båttforbund, Kongelig Norsk seilforening, Sjøfartsdirektoratet Vis Sjøvett, Politidirektoratet, Kystverket, Kystvakten, Norges Seilforbund, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Oslofjorden Båteierunion og NORBOAT.

Mer informasjon om kampanjen: www.avogtil.no / www.kfs.origo.no

Følg oss på Twitter: [www.twitter.com/avogtil](https://twitter.com/avogtil)

Kontaktinfo:

Torkil Beistad, politiførstebetjent ved Verran lensmannskontor, mobil: 91 52 40 04, tork.beis@politiet.no

Kenneth Dahl, skipssjef KV Njord, Kystvakten, mobil: 990 94 190, e-post: kv-njord@ventelo.net

Karl Ivar Fossmo, medlems- og organisasjonsansvarlig i Redningsselskapet Trøndelag mobil: 957 57 155, e-post: karl.ivar.fossmo@nssr.no

Trude Gaare, kommunikasjonsrådgiver i AV-OG-TIL, kampanjens sekretariat. Er å treffe i Kjerknesevågen fredag og lørdag. Mobil: 990 38 302, e-post: trude@avogtil.no

Presseinvitasjon 6. juli 2010

MINNEMARKERING FOR OMKOMNE PÅ SJØEN

Under Higline games i Snefjord denne helga vil Redningsselskapet og Snefjord Highland Gathering arrangere minnemarkering for de som har mistet livet på havet. De vil minnes de omkomne og oppfordre båtfolk til å reflektere om egen og andres sikkerhet på sjøen.

Redningsselskapet er med i kampanjen *Klar for sjøen*. Her jobber alle sjøsikkerhets- og båtinteresseorganisasjoner sammen om en stor sommeroffensiv langs hele kysten for å informere om farene knyttet til alkoholbruk hos båtførere. Kampanjepartnerne arrangerte [minnemarkering i Oslo](#) sankthansaften, dette følges nå opp med en markering i Finnmark, med lokale aktører.

Arrangementet blir gjennomført på **krabbebrygga, i Snefjord, lørdag 10.juli** fra kl.1100. Representant fra Fiskarlaget holder appell. Det vil bli lagt ned krans på sjøen fra redningsskøyta "Reidar von Koss". Representanter fra båt- og sjøsikkerhetsorganisasjoner er til stede på brygga. Arrangementet gir gode bildemuligheter.

Etter minnemarkeringen åpner Redningsselskapet sin stand, og barna kan ta seg en tur med den populære Eliasbåten.

Bak *Klar for sjøen*-kampanjen står: Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis Sjøvett, politiet, Kystvakten, Kystverket, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

Mer informasjon om kampanjen: www.avogtil.no / www.kfs.origo.no
Følg oss på Twitter: www.twitter.com/avogtil

Kontaktinfo:

Kari Lene Olsen, sjøvett- og opplæringsansvarlig i NSSR Finnmark
Mobil: 480 90 415, e-post: kari.lene.olsen@nssr.no

Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL
Mobil: 990 11 098, e-post: kari@avogtil.no

HAR DU HUSKET Å TA BÅTFØRERPRØVEN?

Stadig flere nordmenn drar til sjøs for å finne sommerlykken. Denne økningen av båter og ferdsel har ført til at behovet for sikkerhet er enda større. Fra og med 1. mai ble det derfor påbudt med båtførerbevis for de som er født etter 1. januar 1980. På Tåkelurens dag kan du prate med Redningsselskapet om sikkerhet til sjøs, hva båtførerprøven innebærer og hvor du kan ta den.

Regjeringen har besluttet at alle som skal føre en fritidsbåt over 8 meter og/eller har mer enn 25 hk, må ha båtførerbevis. Påbudet gjelder for personer som er født før 1.1.1980. Det kan bli en dyr tur på sjøen for den som ikke har de nødvendige papirer i orden, man risikerer nemlig 5000 kroner i bot.

25. juli er det duket for Tåkelurens dag. Programmet er tettpakket, med mye moro for hele familien. Redningsselskapet stiller med redningsskøyta "Hvaler", Eliasbåten og stand. Redningsselskapet er med på kampanjen *Klar for sjøen*, hvor det settes søkelys på sikkerhet til sjøs, og alle kan ta *Klar for sjøen*-quiz og vinne fine premier.

- Vi ser at den gode økonomien her til lands gjør at flere og flere kjøper seg båt. Ofte er det ikke små snekker det er snakk om, men store doninger med mange hestekrefter. Skal man ut i slike båter, er det alfa og omega at den nødvendige kunnskapen sitter spikret hos båtfører, og at man er edru til rors, sier Petter Nipedal i Redningsselskapet Agder.

Klar for sjøen er en kampanje for å få båtførere til å holde seg edru når de står ved roret. Gjennom hele sommeren vil kampanjen minne publikum på båttreff, festivaler, seilaser, sjøvettdager, en rekke andre arrangementer langs hele norskekysten, om at å være klar for sjøen er å være klar i hodet.

- Vårt mål er at alle som fører båt holder seg edru, slik at sommeren blir tryggere og bedre for alle som ferdes på sjøen. Hvert år har vi mange unødvendige ulykker og dødsfall på sjøen fordi båtfører ikke er edru. At man kan få kjøreforbud og inndragning av båtførerbevis, håper vi bidrar til flere edrue båtførere, sier Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL.

Samarbeidspartnerne bak *Klar for sjøen* er: Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis sjøvett, politiet, Kystvakten, Kystverket, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

Mer informasjon om kampanjen: www.avogtil.no / www.kfs.origo.no
Følg oss på Twitter: www.twitter.com/avogtil

Kontaktinfo:

Petter Nipedal, markedsansvarlig i Redningsselskapet Agder
Mobil: 91 67 95 15, e-post: petter.nipedal@nssr.no

Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL
Mobil: 990 11 098, e-post: kari@avogtil.no

Om båtførerprøven

Regjeringen har besluttet at alle som skal føre en fritidsbåt over 8 meter og/eller har mer enn 25 hk, etter 1. mai 2010, må ha båtførerbevis. Regjeringen har også besluttet å innføre et fritak fra ordningen for alle som er født før 1.1.1980.

Sjøfartsdirektoratet anbefaler at man gjennomfører teorikurs i forkant av prøven, selv om kurset ikke obligatorisk. Det holdes kurs over hele landet, i regi av *Vis sjøveit* sine lokallag, båtforeninger, utdanningsinstitusjoner, privatpersoner og diverse andre foreninger. Det anbefales å ta et kurs på 25 timer.

Ved å gå på kurs lærer man grunnleggende navigering og kartlesing, sjømannskap og lover og regler til sjøs. Man vil dermed være bedre rustet til å takle uforutsette hendelser til sjøs og oppnår dermed større sikkerhet for en selv, de som er i båten sammen med deg og ikke minst for de andre som seiler rundt deg. Med økt kunnskap følger økt sikkerhet.

Sanksjoner

Promille over 0,8 er brudd på fritids- og småbåtloven, og vil føre til kjøreforbud (for de som ikke trenger ha båtførerbevis) eller inndragning av båtførerbevis, i ett år. Man må da ta båtførerbeviset på nytt.

Her kan du ta båtførerprøven: <http://www.norsktest.no/bfp/>

Omkomne fra fritidsbåter de siste 10 år

'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'10
36	20	31	29	51	34	34	24	30	31

206 av de 320 omkomne brukte ikke flyteutstyr. Minst hver tredje var alkoholpåvirket, mørketallene kan være store. Fall over bord og kantring var de vanligste ulykkesårsakene.

Kilde: "Dødsulykker i forbindelse med bruk av fritidsbåt", Sjøfartsdirektoratet, http://www.sjofartsdir.no/no/Aktuelt/Farre_omkom_i_fritidsbatulykker_enn_fryktet/

Pressemelding 29. juli 2010

REKORDGODE HOLDNINGER PÅ SJØEN

Sommeren er her og mange ser frem til å utforske båtlivets gleder. I Klar for sjøen-kampanjen håper man at bedre holdninger til alkohol vil bidra til færre ulykker og dødsfall på sjøen i år.

En meningsmåling utført av Synovate for AV-OG-TIL viser at folk blir stadig mer oppmerksomme på faren ved å kombinere alkohol og båt. I 2010 mener nemlig 9 av 10 nordmenn at man bør la være å drikke alkohol når man skal føre fritidsbåt. Dette er en økning på fire prosent fra 2005, og det høyeste tallet som noen sinne har blitt målt.

I Troms mener hele 96 prosent av de spurte at man ikke bør kombinere alkohol og båtføring, det er godt over landsgjennomsnittet.

Alkovett på Finnsnes i Fest

Berg Røde Kors, som er med i Klar for sjøen-kampanjen, tar med seg de gode tallene når de retter fokus på sjøsikkerhet under Finnsnes i Fest.

- Vi ønsker at folk skal omgjøre disse gode holdningene til handling. Edrue båtførere bidrar til egen og andres sikkerhet og trivsel på sjøen, sier Viktor Hansen i Berg Røde Kors. Han og Røde Kors vil være tilstede med stand under Finnsnes i Fest og informere om Klar for sjøen-kampanjen.

- Mye tyder på at folk har blitt mer bevisst på egen alkoholbruk på sjøen. Selv om ulykkestallene har økt de seneste år håper vi at de gode holdningstallene kan bidra til at færre får oppleve båtlivets ubehagelige sider på grunn av dårlig alkovett på sjøen, sier Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL.

Klar for sjøen er en kampanje for å få båtførere til å holde seg edru når de står ved roret. Samarbeidspartnerne bak kampanjen er: Kongelig Norsk Båtforbund, Kongelig Norsk Seilforening, Norges Seilforbund, Sjøfartsdirektoratets Vis sjøvett, politiet, Kystvakten, Kystverket, AV-OG-TIL, Røde Kors, Redningsselskapet, Oslofjorden båteierunion og NORBOAT.

Mer informasjon om kampanjen: www.avogtil.no / www.kfs.origo.no

Følg oss på Twitter: [www.twitter.com/avogtil](https://twitter.com/avogtil)

Kontaktinfo:

Viktor Hansen, Berg Røde Kors: 41 12 73 03. Mobil: 907 88 891, e-post: vikt-h@online.no

Kari Randen, daglig leder i AV-OG-TIL

Mobil: 990 11 098, e-post: kari@avogtil.no

I hvilke av disse situasjonene mener du man bør la være å drikke alkohol?

	2005	2010	Økning
Når man skal føre fritidsbåt	85,3 %	89,6 %	4,3 %

Kilde: Synovate Store Norske Forbrukerundersøkelse, mars 2005 og mars 2010, hvor henholdsvis 3 581 og 8 587 personer er intervjuet postalt.

Oversikt over pressesaker 2010:

Dato	Kilde	Overskrift
09.06.2010	Folkebladet.no	Holdninger på sjøen i bedring
09.06.2010	Harstad Tidende	Holdninger på sjøen i bedring
10.06.2010	Agderposten	Gode holdninger på sjøen
11.06.2010	Agderposten	Sjøvettet har blitt bedre
11.06.2010	Båtliv	Finn din egne lune vik på iPhone
11.06.2010	Seilas	Finn din egne lune vik på iPhone
14.06.2010	Sunnhordaland	Leder: Vill vest på sjøen
14.06.2010	Dagsavisen	De er båttyvenes skrekk
14.06.2010	Dagsavisen	De er båttyvenes skrekk
15.06.2010	Hordaland Folkeblad	Saman om trykkleik
17.06.2010	Finnmarksposten	Kystens dag i Honningsvåg
18.06.2010	VG Nett	Verstingene på sjøen skal tas
21.06.2010	Baatavisa.no	Minnemarkering for omkomne på sjøen
21.06.2010	fish.no	Minnemarkering for båtofre
21.06.2010	ntbinfo.no	Åtte av ti sier de bruker flytevest
21.06.2010	Vesterålen online	Åtte av ti sier de bruker flytevest
21.06.2010	Båtliv	Åtte av ti sier de bruker flytevest
21.06.2010	Seilas	Åtte av ti sier de bruker flytevest
21.06.2010	Stavangeravisen	Åtte av ti sier de bruker flytevest
21.06.2010	Agderposten	8 av 10 bruker vest
22.06.2010	boarding.no	Åtte av ti sier de bruker flytevest
23.06.2010	Dagbladet	Du kan bli tatt selv med lovlig promille
23.06.2010	Klikk.no	Du kan bli tatt selv med lovlig promille
23.06.2010	NRK P1, Dagsnytt	Giske frykter ny dødssommer på sjøen
23.06.2010	Båtliv	Minnemarkering for omkomne båtfolk
23.06.2010	Seilas	Minnemarkering for omkomne båtfolk
23.06.2010	P4	Nordmenn har ikke nok sjøvett
23.06.2010	Sunnmørsposten	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
23.06.2010	Adresseavisen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Agderposten	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Akershus Amtstidende	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Arbeidets Rett	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Aura Avis	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Aust-Agder Blad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Avisa Nordland	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Bergensavisen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Bladet Tromsø	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Bladet Vesterålen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Brønnøysund Avis	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Bygdeposten	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Demokraten	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Finnmark Dagblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Finnmarken	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Firda	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Firdaposten	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Folkebladet	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Framtid i Nord	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Fremover	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Fædrelandsvennen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Gudbrandsdølen Dagningen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett

Dato	Kilde	Overskrift
	Hadeland	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Halden Arbeiderblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Hallingdølen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Hamar Arbeiderblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Hardanger Folkeblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Harstad Tidende	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Helgeland Arbeiderblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Indre Akershus Blad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Jarlsberg	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Kvinnheringen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Lofotposten	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Malvikbladet	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	MSN Norge	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Namdalsavisa	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Nationen	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Nordhordaland	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Nordlys	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Oppland Arbeiderblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Porsgrunns Dagblad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Rana Blad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Ringerikes Blad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Rogalands Avis	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
	Romerikes Blad	Giske: Nordmenn har ikke nok sjøvett
23.06.2010	TV2	320 har mistet livet i båt de siste ti årene
24.06.2010	Dagsavisen	Ikke nok sjøvett
25.06.2010	NRK Hordaland	Frykter ny ulykkesommer på sjøen
27.06.2010	Sunnhordaland	Leder: Seink promillegrensa til sjøs
28.06.2010	Østlandets Blad	Ni av ti bruker redningsvest
28.06.2010	Fædrelandsvennen	Politiet skremt av fylla på sjøen. Frykter promillesommer
29.06.2010	Fædrelandsvennen	Promillekjørere er ofte voksne menn
30.06.2010	Nedre Glomma Avis	Ikke tiss stående i båten
30.06.2010	Agder Flekkefjord Tidende	Leder: Promille på sjøen
juli	Vinbladet (polet sitt)	Gøy på vannet
02.07.2010	Dagbladet	Alkoholfri sone
05.07.2010	Trønder-Avisa	Båttreff i strålende godvær
06.07.2010	Vesteraalens Avis	Obligatorisk med båtførerprøven
07.07.2010	Radio Nordkapp	Minnemarkering for omkomne på sjøen
09.07.2010	Sandefjords Blad	Leder: Kontroll for å forebygge mot ulykker
09.07.2010	Fædrelandsvennen	Leder: Ansvarsløshet til sjøs. Menn stiller i egen klasse
10.07.2010	Dagbladet	Vi kan for lite (drukningsulykker)
10.07.2010	Trønderavisa	Politiet følger med båtfolket
11.07.2010	Finmark Dagblad	Elias
11.07.2010	Øyene	Vær edru på sjøen
11.07.2010	Øyene	Vær edru på sjøen
14.07.2010	Sarpsborg Arbeiderblad	Åtte av ti sier de bruker flytevest
17.07.2010	Telemarksavisa	Båtførere gambler med promillen
22.07.2010	Aften	Sommer + ferietid = råkjøring på sjøen (gambler m promille)
22.07.2010	Aften	Leder: Fartsgalskap på fjorden
22.07.2010	Hitra-Frøya	Vil prate med båtførere om sikkerhet
27.07.2010	Halden Arbeiderblad	Kraftig økning i sjøpromille
27.07.2010	Bergens Tidende	På med redningsvesten far!

Dato	Kilde	Overskrift
28.07.2010	Halden Arbeiderblad	(Leder?) Båtførere med promille
30.07.2010	Fredrikstad Blad	11 tatt for båtpromille i sommer
30.07.2010	Fredrikstad Blad	11 tatt for båtpromille i sommer
30.07.2010	Dagbladet	Mann med 2,2 i promille kolliderte med minst fire andre båter
31.07.2010	Bladet Vesterålen	Økning i dødsulykker med robåt og jolle (NTB)
31.07.2010	Vi Menn Båt/Klikk.no	Slik skjerper du sikkerheten om bord, mann
02.08.2010	Sunnmørsposten	Færlig fyllekjøring til havs
02.08.2010	NRK Møre og Romsdal	Fleire tatt for båtfyll (sommerfesten på Giske)
02.08.2010	NRK Trøndelag	Fyll og fart til sjøs
02.08.2010	Forsvarsnett	Øker sikkerheten på sjøen
03.08.2010	NRK Troms	Berg Røde Kors på Finnsnes i fest
04.08.2010	politikkavisen.no	Øker sikkerheten på sjøen
05.08.2010	Sunnmørsposten	Etterlyser sjøvett
06.08.2010	Båtavis	Ikke i sommer heller...
06.08.2010	Fosnafolket	Alkovett på Kystkulturdagene
09.08.2010	Trønder-Avisa	Ingen over promillegrensa
09.08.2010	Trønder-Avisa	Ingen over promillegrensa
07.08.2010	P4	55 druknet hittil i år
07.08.2010	Nordlys	Tre båtførere tatt med promille
10.08.2010	NRK Sørlandet	Båt og alkohol vanlig
10.08.2010	Fædrelandsvennen	Slappere holdning til båtfylla
19.08.2010	Troms Folkeblad	Røde Kors til Husøy
20.08.2010	Fædrelandsvennen	38 båtførere tatt for fyllekjøring
15.09.2010	Avisa Møre	Færre båtførere drikker
15.09.2010	Sandefjords Blad	Færre drikker i båt
15.09.2010	Bladet Vesterålen	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Agderposten	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Agder Flekkefjord Tidende	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Gudbrandsdølen Dagningen	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Romsdals Budstikke	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Sunnmørsposten	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Fædrelandsvennen	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Hallingdølen	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Adresseavisen	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	MSN Norge	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Gjengangeren	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Laagendalsposten	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Framtid i Nord	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Haugesunds Avis	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Fredrikstad Blad	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Varden	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Hamar Arbeiderblad	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Moss Avis	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Østlendingen	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Troms Folkeblad	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Hegnar online	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Kapital	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Brønnøysund Avis	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Hamar Dagblad	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Trønder-Avisa	Færre båtførere drikker om bord
15.09.2010	Harstad Tidende	Færre båtførere drikker om bord

Dato	Kilde	Overskrift
16.09.2010	Halden Arbeiderblad	Færre båtførere drikker om bord
16.09.2010	Finnmark Dagblad	Færre båtførere drikker om bord
16.09.2010	Sarpsborg Arbeiderblad	Færre båtførere drikker om bord
16.09.2010	Fredrikstad Blad	Færre båtførere drikker om bord
16.09.2010	Agderposten	Færre båtførere drikker alkohol
16.09.2010	Trønder-Avisa	Færre båtførere drikker om bord
16.09.2010	Avisa Nordland	Færre båtførere drikker
16.09.2010	Aftenposten	Færre båtførere drikker
16.09.2010	Hamar Arbeiderblad	Mindre båtfull
16.09.2010	Seilas	Har vi blitt mer edruelige?
16.09.2010	Oppland Arbeiderblad	Færre båtførere drikker om bord
16.09.2010	Østlandsposten	Færre båtførere drikker om bord