

Danskernes solarievaner 2011

- en kortlægning



Danskernes solarievaner 2011 – en kortlægning

Denne rapport er udarbejdet af Solkampagnens evalueringsenhed CEDS (Center of Excellence for evaluering og monitorering under den Danske Solkampagne) ved:

Studertermedhjælper, stud.scient. (Folkesundhedsvidenskab) Lilie Darsø

Projektmedarbejder, cand.scient. (Folkesundhedsvidenskab) Christine Lind Behrens

Ansvarlig: Programkoordinator for CEDS, cand.mag. (Socialantropologi) Lise Heiner Schmidt

(lhs@cancer.dk – tlf. 3525 7590)

Uddrag, herunder figurer, tabeller og kortere citater, er tilladt med kildeangivelse:

Darsø L. et al.

Danskernes solarievaner 2011

Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden smba (TryghedsGruppen smba) 2012

Kræftens Bekæmpelse

Strandboulevarden 49

2100 København Ø

Telefon 3525 7500

Rapporten findes udelukkende i elektronisk form og er tilgængelig via

www.skrunedforsolen.dk

Forsidebillede: Colourbox

ISBN: 978-87-7064-187-6

Copyright©

Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden smba (TryghedsGruppen smba)

November 2012

Alle rettigheder forbeholdes.

Forord

Flere end 800 danske kvinder bliver hvert år ramt af modernærkekræft. Dermed er Danmark det nordiske land, hvor flest kvinder rammes af sygdommen. I de seneste 10 år er danske kvinders risiko for nye tilfælde af modernærkekræft steget med 6 % om året, og det er en stigningskurve, der ikke kan ignoreres. Fortsætter udviklingen som hidtil, vil flere end 1.900 danske kvinder årligt få konstateret sygdommen i år 2030.

Den opadgående kurve er et alvorligt præj om, at danskerne skal blive bedre til at solbeskytte sig og stoppe deres solariebrug. WHO fastslår, at der er en sammenhæng mellem solariebrug og risikoen for at udvikle modernærkekræft, og en sammenslutning af Sundhedsstyrelsen, Miljøstyrelsen, Danmarks Meteorologiske Institut, Kræftens Bekæmpelse og Dansk Dermatologisk Selskab fraråder al kosmetisk brug af solarium. Tilsammen sætter dette en tyk streg under, at det er nødvendigt fortsat at oplyse den danske befolkning om alle risici ved solariebrug.

Ser vi på danskernes solarieadfærd, går det dog den rigtige vej. Andelen af 15-64-årige solariebrugere er halveret fra 26 % i 2007 til 13 % i 2011. Det er især de 15-19-årige piger, der går mindre i solarium - fra 62 % i 2007 til 15 % i 2011. Samtidig ser vi, at den gennemsnitlige debutalder er steget med et år og at andelen af unge, der aldrig har brugt solarium, er næsten fordoblet fra 2008 til 2011. Selvom vi konstaterer et fald, er der dog stadig alt for mange danskere, der dyrker den kunstige sol, specielt blandt de 20-29-årige, hvor 17 % er solariedyrkere.

Unge mest almindelige begrundelser for at gå i solarium, er at de vil bevare det solbrune look i vintermånederne og undgå vinterbleg hud. De ældre aldersgrupper bruger primært solariet ud fra en sejlivet myte om, at "forbruning" inden solferien forebygger skoldninger. Solkampagnen arbejder for at ændre de to trends ved at fremme det naturlige look og aflive myten om forbruning. Vores analyser viser, at en del af danskernes solarieforbrug bunder i, at mange mangler en oplevelse af, at deres eget solariebrugs mønster udgør en helbredsrisiko.

Det er essentielt, at danske forældre tager ansvar for deres børns solariebrug. Vi ved, at solariebrug "smitter" ved påvirkning fra venner og familie. Samtidig viser tallene, at 17 % af forældrene angiver, at deres ældste barn mellem 12 og 17 år gerne må gå i solarium, med en lille overvægt af fædre. Solkampagnen arbejder derfor for, at flere forældre tager ansvar for deres børns solariebrug og bringer emnet op i hjemmet, på linje med snak om prævention, alkohol og rygning.

Ansvar ligger dog ikke kun hos forældrene, men også hos politikerne på Christiansborg. De bør følge vore naboer i Norge, Island, Tyskland og England og indføre et nationalt solarieforbud for unge under 18 år. Opbakningen er allerede til stede i befolkningen, hvor knap seks ud af ti ønsker et forbud. Det er også værd at bemærke, at 43 % af de nuværende solariebrugere er enige i, at det skal være forbudt for unge under 18 år at gå i solarium.

Et solarieforbud vil sende et tydeligt signal til den danske befolkning og være en hjælp til de forældre, der ikke kender til risikoen ved solariebrug eller ikke har kontrol over barnets (måske skjulte) forbrug. Vigtigst af alt er dog den konkrete adfærdseffekt, der forhåbentlig vil kunne aflæses på kræftkurverne inden for de næste 10 år – og fjerne Danmark fra den triste 4. plads for forekomst af modernærkekræft, vi lige nu indtager på verdensplan.

København, januar 2012

Peter Dalum, projektchef for Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagne

Indholdsfortegnelse

Sammenfatning	3
1. Indledning	5
2. Danskernes brug af solarium	10
3. Debutalder i solarium	14
4. Solskoldninger efter solariebesøg	17
5. Årsager til solariebrug	19
6. Forældres holdning til deres barns solariebrug	21
7. Kendskab til budskabet 'Sluk solariet'	23
8. Holdning til solarieforbud	25
9. Metode	27
Litteraturliste	31

Sammenfatning

Danskernes brug af solarium

I 2011 havde 13 % af danskerne været i solarium mindst én gang inden for det seneste år. Det er især kvinder (16 %), de 20-29-årige (17 %) og respondenter fra Region Nordjylland (16 %), der brugte solarium i 2011. Andelen af danskere, der går i solarium, er halveret fra 26 % i 2007 til 13 % i 2011. Det er især blandt de 15-19-årige piger, at andelen af solariebrugere er faldet. Andelen af 15-19-årige piger, der går i solarium, er faldet fra 62 % i 2007 til 15 % i 2011.

Debutalder

Seks ud af ti (58 %) af de nuværende eller tidligere solariebrugere havde deres solariedebut, før de blev 20 år. Hver tiende (10 %) havde deres solariedebut, før de fyldte 14 år, heraf flere kvinder (12 %) end mænd (7 %). Rapporten viser endvidere, at de 15-19-årige har en senere debutalder nu end tidligere, og at andelen af unge, der aldrig har brugt solarium, næsten er fordoblet fra 2008 (39 %) til 2011 (72 %).

Solskoldninger efter solariebesøg

46 % af de nuværende og tidligere solariebrugere har oplevet at blive solskoldet efter et solariebesøg, heraf flest kvinder (50 %) og 30-39-årige (56 %).

Årsager til solariebrug

De hyppigste årsager, som nuværende solariebrugere angiver for at bruge solarium, er for at blive brun (59 %), for ikke at være bleg (58 %) og for at forberede sig til ferien (41 %). De unge går især i solarium for at blive brune, mens hovedårsagen blandt de ældre respondenter er "For at forberede mig til ferien". Det er de samme årsager, der ligger på top tre i alle årene fra 2007 til 2011.

Forældres holdning til deres barns solariebrug

17 % af forældrene angiver, at deres ældste barn mellem 12 og 17 år gerne må gå i solarium, heraf flere fædre (19 %) end mødre (15 %). Undersøgelsen viser også, at det især er de forældre, der selv er solariebrugere, der mener, at det er i orden, at deres ældste barn mellem 12 og 17 år bruger solarium (36 % mod 14 % af de ikke-solariebrugende forældre). Andelen af forældre, der vil lade deres ældste barn under 18 år gå i solarium, er faldet fra 19 % i 2008 til 13 % i 2010. I 2011 blev spørgsmålet til forældres holdninger til solariebrug hos deres ældste barn specificeret til ældste barn mellem 12 og 17 år, og 17 % svarede, at de ville lade barnet gå i solarium.

Kendskab til budskabet 'Sluk solariet'

Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagne har siden 2007 haft en særlig solariekampagne, hvor budskabet er 'Sluk solariet'. Nærværende kortlægning viser, at mere end hver tredje dansker i alderen 15-64 år (35 %) har hørt om budskabet 'Sluk solariet'. Der er flere kvinder end mænd (hhv. 41 % og 29 %) og flere fra de yngre aldersgrupper, der har hørt om budskabet. Således kender seks

ud af ti af de 15-29-årige (58-61 %) budskabet. Desuden er der flere solariebrugere (45 %) end ikke-solariebrugere (33 %), der har kendskab til budskabet. Kendskabet til budskabet er mere end fordoblet i perioden, hvor 'Sluk solariet'-kampagnen har kørt – fra 15 % i 2007 til 35 % i 2011.

Holdning til solarieforbud

Knap seks ud af ti af de 15-64-årige danskere (57 %) bakker op om et solarieforbud – at det skal være forbudt for unge under 18 år at gå i solarium. Det er især kvinder (63 %), de 50-64-årige (62 %) og ikke-solariebrugere (59 %), der bakker op om et forbud. Der er dog 43 % af de nuværende solariebrugere, der også er enige i, at det skal være forbudt for unge under 18 år at gå i solarium. Opbakningen til et solarieforbud er steget fra 38 % i 2007 til 46 % i 2008 og har fra 2009 til 2011 været nogenlunde konstant (56-58 %).

1. Indledning

Solkampagnen "Skrue ned for solen mellem 12 & 15" blev etableret i 2007 og er et samarbejde mellem TrygFonden og Kræftens Bekæmpelse. Formålet med kampagnen er at forebygge kræft i huden gennem en række forskellige initiativer. Kræft i huden forårsages af uv-stråling både fra solen og solarier. Solkampagnen arbejder for at nedsætte danskernes uv-eksponering i tre forskellige risikozoner – den danske sommer, solferien og solariet – ved at skabe adfærdsmæssige og strukturelle forandringer.

I denne rapport fokuseres der på risikozonen solariet¹. I rapporten kortlægges danskernes solarievaner i 2011² med fokus på temaerne viden, holdning og adfærd i forhold til solariebrug. Rapporten undersøger først 15-64-årige danskeres brug af solarium og årsager til brug af solarium. Dernæst undersøges forældres holdning til deres børns solariebrug, og afslutningsvis undersøges danskernes kendskab til budskabet 'Sluk solariet' og deres holdning til et solarieforbud for unge under 18 år³.

Formålet med rapporten er at give offentligheden – herunder politikere og presse – et billede af danskernes solarievaner i 2011 og udviklingen i danskernes solarievaner i perioden 2007-2011. Rapportens resultater anvendes desuden af Solkampagnen til at vurdere, om 'Sluk solariet'-kampagnen har haft den ønskede effekt samt til at planlægge det kommende års kampagneindsats.

Rapporten er udarbejdet af Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagnes evalueringsenhed CEDS (Center of Excellence for evaluering og monitorering under den Danske Solkampagne).

Datagrundlag

Rapporten bygger på data fra en internetbaseret spørgeskemaundersøgelse foretaget af analyseinstituttet Userneeds i september 2011. Der var i alt 4.130 danskere i alderen 15-64 år, som besvarede spørgeskemaet, og undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Spørgeskemaundersøgelsen er blevet gennemført hvert år i perioden 2007-2011. I denne rapport er de nyeste data fra 2011 anvendt, og derudover belyses udviklingen for udvalgte nøglevariable i perioden 2007-2011.

¹ Danskernes solvaner i Danmark og på solferien belyses i to andre rapporter: "Danskernes solvaner i den danske sommer 2011" og "Danskernes solvaner på solferie 2011". Begge rapporter kan downloades fra www.skrunedforsolen.dk under "Forskning og evaluering".

² Rapporten "Danskernes solarievaner" er blevet udgivet to gange før: Danskernes solarievaner 2009 (Solkampagnen, 2010), og Danskernes solarievaner 2010 (Solkampagnen, 2011). Begge rapporter kan downloades fra www.skrunedforsolen.dk under "Forskning og evaluering".

³ Viden, holdninger og adfærd i forhold til solarium blandt børn og unge mellem 5-25 år belyses i rapporten "Børn og unges solarievaner 2011", som kan downloades fra www.skrunedforsolen.dk under "Forskning og evaluering".

Spørgsmålene i spørgeskemaet er udarbejdet af Solkampagnens evalueringsenhed. Spørgeskemaet består af ca. 65 spørgsmål⁴. Spørgsmålene er ikke validerede; dvs. at spørgsmålene ikke er afprøvet på testpersoner, der repræsenterer målgruppen, før spørgeskemaundersøgelsen blev gennemført⁵. Hvert år, når et nyt spørgeskema om danskernes solarievaner sendes ud, vurderes det, om nogle spørgsmål skal omformuleres. Dermed sikres det, at målgruppen forstår spørgsmålene og svarmulighederne, og at der spørges ind til det, som ønskes målt. Det betyder, at data fra de forskellige år som udgangspunkt er sammenlignelige, men at nogle spørgsmål ikke kan sammenlignes over tid på grund af omformuleringer. I denne undersøgelse kan spørgsmålet omhandlende forældres holdning til deres barns solariebrug fra 2011 ikke sammenlignes med tidligere år (2007-2010). I 2011 blev forældre bedt om at tage udgangspunkt i deres ældste barn mellem 12-17 år, hvor forældrene i de foregående år blev bedt om at tage udgangspunkt i deres ældste barn under 18 år (dvs. mellem 0 og 17 år).

I rapporten undersøges det, om der er køns- alders- og regionale forskelle på danskernes solarievaner. Det bemærkes, at det ikke er alle tabeller og figurer, der summerer til 100 %. Dette skyldes afrundingen af decimaler. Når forskelle omtales i rapporten, er det statistisk signifikante forskelle ($p < 0,05$), der er tale om. I figurer og tabeller er det som udgangspunkt kun statistisk signifikante forskelle, der er rapporteret. I få tilfælde er der af særlige grunde også rapporteret insignifikante forskelle (f.eks. i udviklingsfigurer), men her er det tydeligt angivet, at der ikke er tale om signifikante resultater.

For mere information om metode og statistiske analyser se rapportens kapitel 9: Metode.

Baggrund

Kræft i huden

Ved udgangen af 2010 levede der i Danmark knap 130.000 personer, som på et tidspunkt havde fået konstateret kræft i huden⁶. Det gør kræft i huden til den hyppigste kræftform i Danmark. Betegnelsen 'kræft i huden' dækker over flere forskellige sygdomme, som kan inddeles i to hovedtyper:

- Modermærkekræft
- Almindelig hudkræft (basalcellekræft og pladecellekræft).

Hvert år registreres mere end 13.500 nye tilfælde af kræft i huden. Af disse tilfælde udgør modermærkekræft ca. 1.600⁷. Modermærkekræft betragtes som den mest alvorlige og aggressive type kræft i huden. Cirka 17 % af mændene og 9 % af kvinderne, der får konstateret modermærkekræft, dør af sygdommen inden for 5 år (Storm et al., 2011). Antallet af nye tilfælde af

⁴ Det præcise antal spørgsmål til den enkelte respondent afhænger af, hvad han/hun svarer på de enkelte spørgsmål. Der er eksempelvis nogle spørgsmål, der kun stilles til solariebrugere og nogle spørgsmål, der kun stilles til forældre med hjemmeboende børn.

⁵ Flere af spørgsmålene forventes dog valideret i 2013.

⁶ Udtræk fra Nordcan for udgangen af 2010 baseret på Det Danske Cancerregister (Engholm et al., 2012).

⁷ Udtræk fra NORDCAN for 2006-2010 baseret på Det Danske Cancerregister (Engholm et al., 2012).

kræft i huden er støt stigende, og over de sidste 30 år er antallet tredoblet blandt kvinder og mere end fordoblet blandt mænd. Modermærkekræft er én af de kræftformer, der er i størst stigning i Danmark, og sygdommen er blevet den hyppigste kræftform blandt unge kvinder i aldersgruppen 15-34 år og den næsthypigste blandt unge mænd i samme aldersgruppe⁸. Unge 15-39-årige kvinder ligger på en international førsteplads i antal nye tilfælde af modermærkekræft, og ser man samlet på alle aldersgrupper, ligger danskerne på en international fjerdeplads i antal nye tilfælde af modermærkekræft (efter Australien, New Zealand og Schweiz) (Ferlay et al., 2010).

Uanset hvilken form for kræft i huden man får, har sygdommen konsekvenser både for individet i form af (behandlingsrelateret) tab af livskvalitet, og for samfundet som en betydelig økonomisk byrde (Autier & Boyle, 2008).

Solarievaner har afgørende betydning for risikoen for kræft i huden

WHO slog i 2009 fast, at uv-stråling fra solarier er kræftfremkaldende hos mennesker (IARC, 2009). Bare ét solariebesøg om måneden øger risikoen for modermærkekræft, som er den mest alvorlige form for kræft i huden, op til 3 gange (Veieroed et al., 2010).

Børn og unge er særligt udsatte

Celledelingen i hudceller påvirkes negativt af den kræftfremkaldende effekt af uv-stråling. Eftersom antallet af hudceller og dermed celledelingen øges dramatisk i barndommen og ungdommen i takt med, at kroppen vokser, er børn og unge særligt udsatte, når de udsættes for uv-stråling i f.eks. solariet (Autier & Boyle, 2008). Det er årsagen til, at 'Sluk solariet'-kampagnen har særligt fokus på de 15-25-årige.

Andre risikofaktorer for kræft i huden

Uv-eksponering kan ikke alene afgøre en persons risiko for at udvikle kræft i huden. Personens hudtype har også stor betydning: Jo lysere hud, des større risiko. Desuden øger både mange modermærker og kræft i huden i den nærmeste familie risikoen for at udvikle kræft i huden (Marks, 2000).

'Sluk solariet'-kampagnen

Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagne har siden 2007 stået bag 'Sluk solariet'-kampagnen, som finder sted i november måned hvert år. Kampagnen er primært målrettet de 15-25-årige og har i de seneste år også været målrettet 40-50-årige mødre med 12-18-årige børn. Formålet med kampagnen er at reducere den mængde uv-stråling, som unge danskere får fra solariet, dels ved at informere de unge om risikoen ved solariebrug, dels ved at oplyse mødre, så de kan påvirke deres børn til at undlade at gå i solarium.

⁸ Udtræk fra NORDCAN for 2006-2010 baseret på Det Danske Cancerregister (Engholm et al., 2012).

I 'Sluk solarier'-kampagnen arbejdes der med adfærdsændrende kommunikation og strukturelle forandringer. Den adfærdsændrende kommunikation har via forskellige kanaler fokus på at kommunikere budskaber om, at det er sundhedsskadeligt at bruge solarium. Det er hensigten, at den adfærdsændrende kommunikation skal 1) øge viden om solariers sundhedsskadelige effekter og 2) ændre den generelle holdning til solariebrug og til det at være meget solbrændt.

Derudover arbejder 'Sluk solarier'-kampagnen med strukturelle forandringer; f.eks. ved at påvirke kommunerne til at fjerne solarier i offentlige bygninger⁹ og ved at arbejde for, at der indføres et solarieforbud for unge under 18 år.

Eksempler på 'Sluk Solarier'-kampagner:



⁹ 85 ud af 99 kommuner har fjernet, planlægger at fjerne eller har aldrig haft solarier i kommunens offentlige bygninger, dvs. at 14 kommuner stadigvæk har solarier i offentlige bygninger <http://www.cancer.dk/NR/rdonlyres/90B6F08B-CF18-4E0A-B505-C201E25B80D9/0/Danmarkskortsolarier040412.pdf>

Definitioner

Solariebrugere, ikke-solariebrugere og hyppigt solariebrug

Respondenter, der har brugt solarium inden for de seneste 12 måneder, er kategoriseret som *solariebrugere*, mens respondenter, der ikke har brugt solarium inden for de seneste 12 måneder eller aldrig har brugt solarium, er kategoriseret som *ikke-solariebrugere*.

Desuden er de respondenter, der går i solarium en gang om måneden eller hyppigere, blevet kategoriseret som at have et *hyppigt solariebrug*.

Antal respondenter i de enkelte figurer og tabeller (n)

I samtlige figurer og tabeller angives det, hvor mange respondenter, der indgår i udregningen af procentandele. Når der f.eks. står "n=2.000" betyder det, at procentandelen er udregnet på baggrund af 2.000 respondenter.

Rapportens opbygning

Rapporten er opbygget således, at hvert kapitel både indeholder et statusafsnit for 2011 og et udviklingsafsnit for perioden 2007-2011. De enkelte statusafsnit indeholder både en opgørelse af hvor mange danskere, der kender/mener/gør noget bestemt og en analyse af, om der er køns-, alders- eller regionale forskelle.

- I kapitel 2 '**Danskernes brug af solarium**' præsenteres læseren for, hvor mange danskere som bruger solarium og hvordan solariebruget har udviklet sig fra 2007-2011.
- I kapitel 3 '**Debutalder**' er der fokus på, hvor gamle danskerne er den første gang, de går i solarium og hvordan udviklingen i debutalder ser ud for de unge mellem 15 og 19 år.
- I kapitel 4 '**Solskoldninger efter solariebesøg**' ses der på, hvor mange nuværende og tidligere solariebrugere, der har oplevet at blive solskoldet efter et solariebesøg.
- I kapitel 5 '**Årsager til solariebrug**' har de nuværende solariebrugere angivet årsagerne til deres solariebrug.
- I kapitel 6 '**Forældres holdning til deres barns solariebrug**' belyses forældres holdninger til et eventuelt solariebrug hos deres ældste barn i alderen 12-17 år.
- I kapitel 7 '**Kendskab til budskabet 'Sluk solariet'**' ses der på danskernes kendskab til budskabet 'Sluk solariet' i 2011 samt udviklingen i kendskabet fra 2007-2011.
- I kapitel 8 '**Holdning til solarieforbud**' kigges på, hvor mange danskere, der bakker op om et solarieforbud for unge under 18 år og hvordan opbakningen har udviklet sig i perioden 2007-2011.
- I kapitel 9 '**Metode**' præsenteres dataindsamlingen og den anvendte metode samt metodiske overvejelser i forbindelse med rapporten.

2. Danskernes brug af solarium

I dette kapitel undersøges det, hvor mange danskere mellem 15 og 64 år, der har brugt solarium i 2011. I kapitlet undersøges det desuden, om det er mænd eller kvinder, der går mest i solarium, og om der er alders- og regionale forskelle på andelen af solariebrugere. I kapitlet er der to bokse, der viser udviklingen i brug af solarium fra 2007-2011 blandt alle danskere og blandt 15-19-årige kvinder.

Resume

- 13 % af danskerne var i solarium i 2011
- Det var især kvinder (16 %), de 20-49-årige (15-17 %) og respondenter fra Region Nordjylland (16 %), der brugte solarium i 2011
- Antallet af danskere, der bruger solarium, er faldet fra 26 % i 2007 til 13 % i 2011
- Særligt de unge piger mellem 15-19 år er holdt op med at bruge solarium (2007: 62 %, 2011: 15 %)

2.1. Hvor mange gik i solarium i 2011?

En ud af otte danskere bruger solarium

Kortlægningen af danskernes solarievaner 2011 viser, at 13 % af danskerne bruger solarium, heraf går 6 % hyppigt i solarium¹⁰. Det fremgår af tabel 2.1 at flere kvinder end mænd går i solarium. 16 % af kvinderne havde været i solarium inden for de seneste 12 måneder, sammenlignet med 10 % af mændene, og 1 % af kvinderne gik i solarium flere gange ugentligt, mens ingen mænd gik flere gange ugentligt.

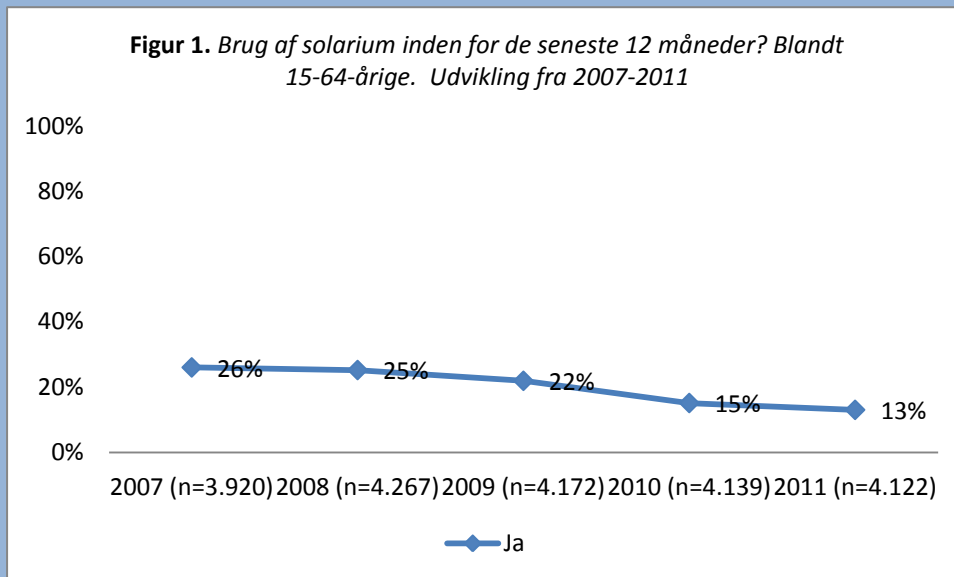
Tabel 2.1. Hvor tit har du brugt solarium inden for de seneste 12 måneder? Fordelt på køn

	Total	Kvinder	Mænd
Flere gange ugentligt	0 %	1 %	0 %
Ugentligt	1 %	1 %	1 %
Flere gange månedligt	2 %	2 %	2 %
Månedligt	3 %	3 %	2 %
Hyppigt solariebrug (delsum)	6 %	7 %	5 %
Sjældent solariebrug: Fire gange om året eller mindre	7 %	9 %	5 %
Solariebrugere totalt	13 %	16 %	10 %
Jeg har ikke brugt solarium inden for de seneste 12 måneder, men har tidligere brugt solarium	38 %	46 %	30 %
Jeg har aldrig brugt solarium	49 %	38 %	60 %
Ved ikke	0 %	0 %	0 %
Total	100 % (n=4.130)	100 % (n=2.048)	100 % (n=2.082)

¹⁰ Hyppigt solariebrug er defineret som brug af solarium en gang om måneden eller hyppigere.

Boks 2.1. Solariebruget er halveret fra 2007 til 2011

Solariebruget blandt danskerne er halveret fra 2007 til 2011. I 2007 havde 26 % af danskerne mellem 15-64 år været i solarium inden for de seneste 12 måneder, sammenlignet med 22 % i 2009, 15 % i 2010 og 13 % i 2011 (Figur 1).



2.2. Hvad karakteriserer dem, der går i solarium?

Flest 20-49-årige bruger solarium

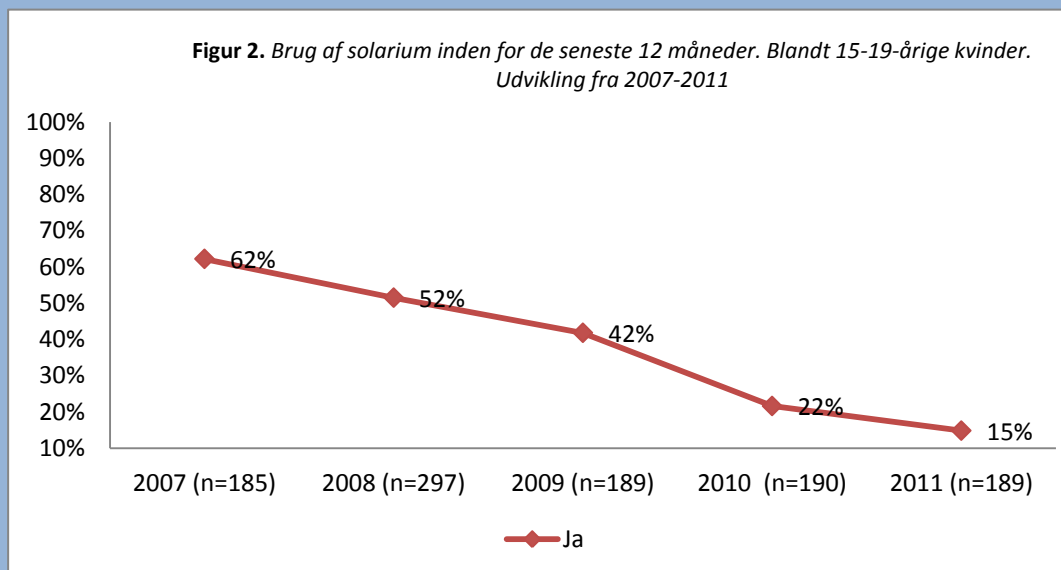
Kortlægningen viser, at det især er personer mellem 20 og 49 år, der bruger solarium (15-17 %). Til sammenligning er der 12 % af de 15-19-årige og 9 % af de 50-64-årige, der har været i solarium inden for de seneste 12 måneder.

Tabel 2.2. Hvor tit har du brugt solarium inden for de seneste 12 måneder? Fordelt på alder

	15-19 år		20-29 år		30-39 år		40-49 år		50-64 år	
Hyppegt solariebrug	6 %		8 %		7 %		7 %		4 %	
Sjældent solariebrug: Fire gange om året eller mindre	6 %		9 %		8 %		9 %		4 %	
Solariebrugere total (delsum)		12 %		17 %		15 %		16 %		8 %
Jeg har ikke brugt solarium inden for de seneste 12 måneder, men har tidligere brugt solarium	16 %		42 %		50 %		42 %		31 %	
Jeg har aldrig brugt solarium	72 %		41 %		36 %		43 %		60 %	
Ved ikke	0 %		0 %		0 %		0 %		0 %	
Total	100 % (n=386)		100 % (n=712)		100 % (n=861)		100 % (n=921)		100 % (n=1250)	

Boks 2.2. Udvikling i solariebruget fra 2007-2011: Især unge kvinder mellem 15-19 år går mindre i solarium

Kampagnen har særligt haft fokus på at informere *de unge* om solariers skadelige virkning samt ændre de unges adfærd. Unge kvinder mellem 15 og 19 år var i 2007 den gruppe, der gik mest i solarium, idet over seks ud af ti (62 %) af de unge kvinder havde været i solarium inden for det seneste år (figur 2). Denne andel er faldet gennem årene fra 42 % i 2009 til 22 % i 2010 og 15 % i 2011.



Flest fra Region Nordjylland bruger solarium

Kortlægningen viser ligeledes, at særligt danskere, som bor i Region Nordjylland, går i solarium. Seksten procent af nordjyderne har været i solarium inden for de seneste 12 måneder sammenlignet med kun 11 % fra Region Hovedstaden (tabel 2.3).

Tabel 2.3. Hvor tit har du brugt solarium inden for de seneste 12 måneder? Fordelt på region

	Region Hovedstaden		Region Sjælland		Region Syddanmark		Region Midtjylland		Region Nordjylland	
Hyppepig solariebrug	5 %		5 %		8 %		6 %		8 %	
Sjældent solariebrug: Fire gange om året eller mindre	6 %		8 %		6 %		8 %		8 %	
Solariebrugere totalt (delsum)		11 %		13 %		14 %		14 %		16 %
Jeg har ikke brugt solarium inden for de seneste 12 måneder, men har tidligere brugt solarium	40 %		35 %		37 %		39 %		34 %	
Jeg har aldrig brugt solarium	49 %		51 %		48 %		47 %		49 %	
Ved ikke	0 %		1 %		0 %		0 %		0 %	
Total	100 % (n=1266)		100 % (n=609)		100 % (n=885)		100 % (n=934)		100 % (n=436)	

3. Debutalder i solarium

Dette kapitel omhandler danskernes debutalder i solarium. I undersøgelsen er de, som er nuværende eller tidligere solariebrugere, blevet spurgt om, hvor gamle de var, første gang de gik i solarium. I kapitlet kortlægges desuden, om der er forskel på debutalder i forhold til køn og alder, samt hvordan debutalderen har udviklet sig fra 2007-2011 for de 15-19-årige. Udviklingen for 15-19-årige, der aldrig har brugt solarium, undersøges også i dette kapitel.

Resume

- 10 % af de nuværende eller tidligere solariebrugere havde deres debut i solarium, før de fyldte 14 år.
- 57 % havde deres debutalder inden de fyldte 20 år.
- Kvinder har en tidligere debutalder end mænd.
- De 15-19-årige debuterer senere i solarium i 2011 end tidligere.
- Andelen af 15-19-årige der aldrig har brugt solarium, er næsten fordoblet fra 2008 (39 %) til 2011 (72 %).

3.1. Debutalder i solarium

Seks ud af ti af de nuværende eller tidligere solariebrugere havde deres solariedebut, før de blev 20 år

En ud af ti af danskere (10 %), der er nuværende eller tidligere brugere af solarium, angiver, at de var mellem 8 og 13 år, da de første gang gik i solarium. Der er næsten dobbelt så mange kvinder som mænd (12 % mod 7 %), som var mellem 8 og 13 år første gang, de gik i solarium. Knap halvdelen af de nuværende eller tidligere solariebrugere (47 %) var i solarium første gang, da de var mellem 14 og 19 år. Samlet set havde knap seks ud af ti nuværende eller tidligere solariebrugere (57 %) deres debut i solarium, inden de var 20 år¹¹. Der er ingen regionale forskelle i debutalder (fremgår ikke af tabel).

Tabel 3.1. Hvor gammel var du, første gang du gik i solarium?

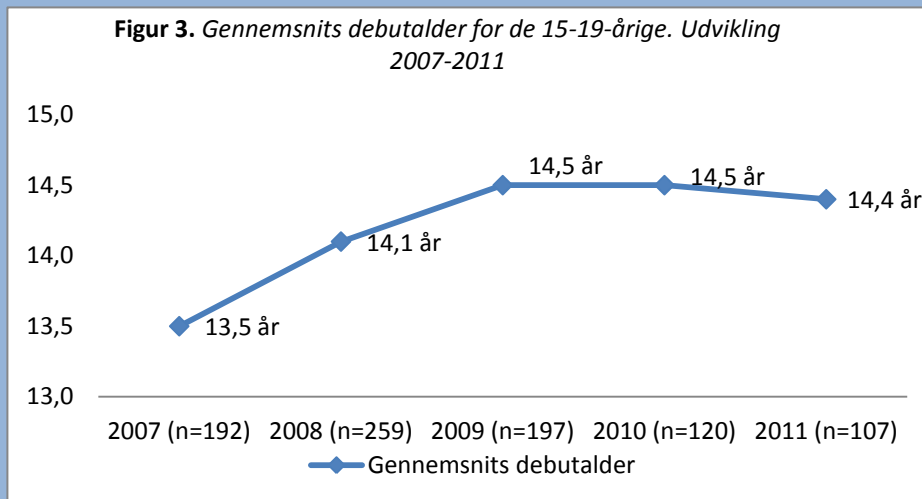
	Total	Kvinder	Mænd
Under 8 år ¹²	0,1 %	0,1 %	0,1 %
8-13 år	10 %	12 %	7 %
14-19 år	47 %	50 %	44 %
20-25 år	20 %	15 %	26 %
Over 25 år	23 %	23 %	23 %
Total	100 % (n=2.095)	100 % (n=1.266)	100 % (n=829)

¹¹ I rapporten om 'Børn og unges solarievaner 2011' kan der findes yderligere information om debutalderen hos børn og unge under 18 år. Denne rapport kan downloades fra www.skrunedforsolen.dk under "Forskning og evaluering".

¹² Debutalderen er blevet rapporteret i hele tal, men er for overskuelighedens skyld blevet inddelt i intervaller i denne tabel.

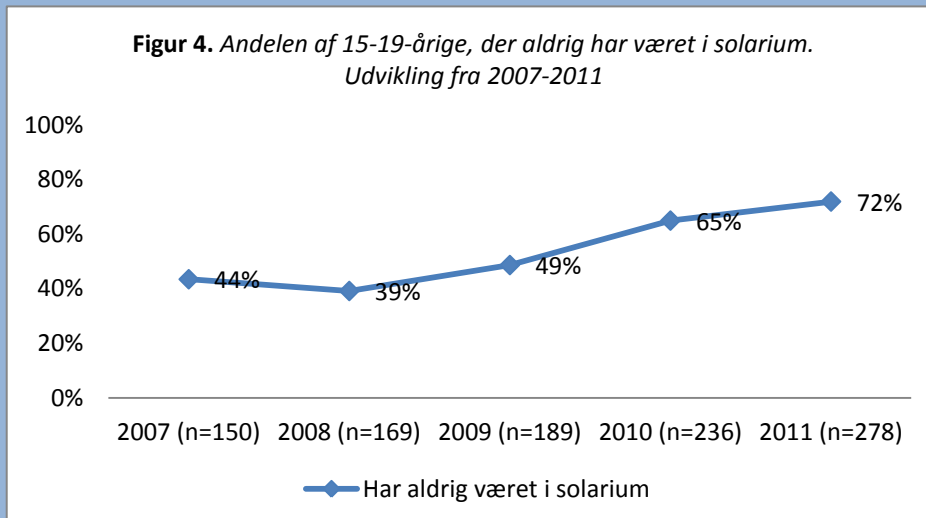
Boks 3.1. Udvikling i debutalder fra 2007-2011: Unges debutalder er stigende

De 15-19-årige er blevet ældre første gang, de går i solarium. I 2007 var gennemsnitsalderen for de 15-19-årige 13,5 år. Denne steg til 14,1 år i 2008 og 14,5 år i 2009. Fra 2009-2011 har debutalderen for solarium for de 15-19-årige været nogenlunde konstant på ca. 14,5 år.



Boks 3.2. Udvikling i andelen af unge, der aldrig har været i solarium fra 2007-2011: Flere unge har aldrig været i solarium

Andelen af unge, der *aldrig* har brugt solarium, er stigende. F.eks. var der i 2008 39 % af de 15-19-årige, der aldrig havde været i solarium sammenlignet med 65 % i 2010 og 72 % i 2011.



FAKTA: Børn og unge i solarier

- WHO klassificerede i 2009 solarier som kræftfremkaldende (IARC, 2010).
- Celledelingen i hudceller påvirkes negativt af den kræftfremkaldende effekt af uv-stråling. Eftersom antallet af hudceller og dermed celledelingen øges dramatisk i barndommen og ungdommen i takt med, at kroppen vokser, er børn og unge særligt udsatte, når de udsættes for uv-stråling i f.eks. solarieret (Autier & Boyle, 2008).
- I Danmark er der ingen aldersgrænse for, hvornår man må gå i solarium, men Solkampagnen arbejder for at få indført et forbud for børn og unge under 18 år.

4. Solskoldninger efter solariebesøg

I spørgeskemaundersøgelsen er nuværende og tidligere solariebrugere blevet spurgt om, hvorvidt de nogensinde er blevet forbrændt eller solskoldet efter et solariebesøg. Respondenterne er blevet oplyst om, at der ved forbrændt/solskoldet forstås enhver form for rødme, ubehagelighed, smerte eller blære på huden, der varer længere end 12 timer efter ophold i solariet. I kapitlet ses der på, om der er forskel på køn og alder, når det gælder solskoldninger efter et solariebesøg.

Resume

- 46 % af nuværende og tidligere solariebrugere har oplevet at blive solskoldet efter et solariebesøg, heraf flest kvinder (50 %) og 30-39-årige (56 %).
- Udviklingen i andelen af danskere, der har oplevet at blive solskoldet efter solariebesøg inden for de seneste 12 måneder kunne ikke belyses i denne rapport, da respondenterne er blevet spurgt til, om de *nogensinde* er blevet solskoldet efter et solariebesøg (se boks 4.1.).

4.1. Hvad karakteriserer dem, som bliver solskoldet efter et solariebesøg?

Flest kvinder har oplevet solskoldninger i solarium

46 % af de danskere, der har prøvet at gå i solarium, har oplevet at blive solskoldet én eller flere gange efter solariebesøg. 13 % har oplevet at blive solskoldet flere gange efter et solariebesøg. Flere kvinder end mænd har oplevet solskoldning(er) efter et solariebesøg (50 % mod 41 %) (tabel 5.1).

Tabel 4.1. Er du nogensinde blevet forbrændt/solskoldet efter solariebesøg? Blandt dem, der har prøvet at gå i solarium. Fordelt på køn

	Total	Kvinder	Mænd
Ja, en enkelt gang	33 %	35 %	30 %
Ja, flere gange	13 %	15 %	11 %
Solskoldet totalt (delsum)	46 %	50 %	41 %
Nej	52 %	48 %	57 %
Ved ikke	2 %	2 %	2 %
Total	100 % (n=2105)	100 % (n=1271)	100 % (n=834)

De nuværende og de tidligere solariebrugere har i lige høj grad oplevet solskoldninger efter solariebesøg (tal fremgår ikke af tabel).

Særligt de 20-39-årige har prøvet at blive solskoldet efter brug af solarium

Det er især de 20-29-årige (52 %) og de 30-39-årige (56 %), der angiver, at de har oplevet at blive solskoldet efter et solariebesøg (tal fremgår ikke af tabel).

Boks 4.1. Udvikling i andelen, der har oplevet solskoldninger efter solariebesøg 2008-2011

Det har ikke været muligt at undersøge udviklingen i andelen, der har oplevet solskoldninger efter solariebesøg. Dette skyldes, at respondenterne fra 2008 til 2011 er blevet spurgt, om de *nogensinde* er blevet solskoldet efter et solariebesøg. De kan derfor godt svare i 2011, at de er blevet solskoldet i et solarium, men være blevet solskoldet i 2009 eller 20 år tilbage, og det giver derfor ikke mening at kigge på en udvikling i antal solskoldninger for de enkelte år. I 2012 er spørgsmålet angående solskoldninger blevet omformuleret, så der nu spørges til antal solskoldninger efter et solariebesøg inden for de seneste 12 måneder. Dette vil give mulighed for at kigge på udviklingen i antal solskoldninger fra 2012 og frem.

5. Årsager til solariebrug

I undersøgelsen er nuværende solariebrugere blevet spurgt om, hvorfor de bruger solarium. Det undersøges, om der er forskel på de årsager, som de forskellige aldersgrupper giver for at bruge solarium. Til slut belyses, om årsagerne til at bruge solarium har ændret sig i perioden fra 2007 til 2011.

Resume

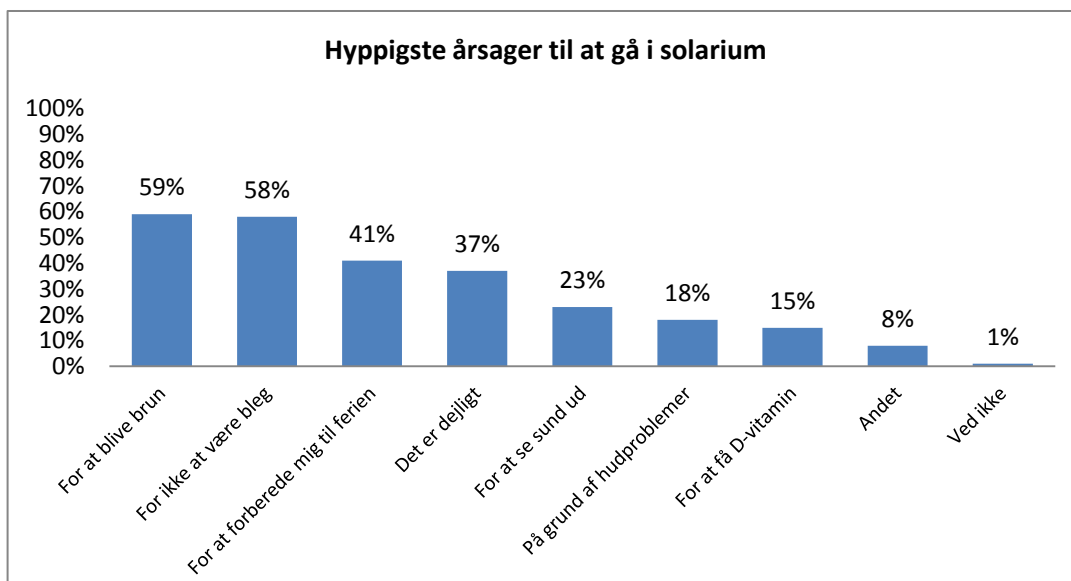
- Flest solariebrugere angiver, at de bruger solarium for at blive brune (59 %) og for ikke at være blege (58 %).
- De unge går især i solarium for at blive brune, mens hovedårsagen blandt de ældre respondenter er "For at forberede mig til ferien".
- Det er de samme årsager til at bruge solarium, som ligger på top tre i alle årene fra 2007-2011: 1) For at blive brun, 2) For ikke at være bleg, og 3) For at forberede mig til ferien.

5.1. Hyppigste årsager til at gå i solarium

Kosmetiske årsager er den hyppigste begrundelse for at gå i solarium

Seks ud af ti af de nuværende solariebrugere angiver, at de går i solarium for at blive brune (59 %) og for ikke at være blege (58 %). Fire ud af ti solariebrugere (41 %) bruger solarium for at forberede huden til ferie. Andre årsager til at gå i solarium er, at det er dejligt (37 %), at man ønsker at se sund ud (23 %), pga. hudproblemer (18 %) eller for at få D-vitamin (15 %) (figur 5).

Figur 5. Hvorfor bruger du solarium? Blandt nuværende solariebrugere (angiv gerne flere svar¹³).



¹³ Det var ved dette spørgsmål muligt at angive flere svar. Derfor summerer tabellen til over 100 %.

De unge går især i solarium for at blive brune, og de ældre gør det for at forberede sig til ferien

Blandt de unge 15-19-årige er "For at blive brun" den hyppigste årsag til at gå i solarium. 89 % af de 15-19-årige angiver dette. Fokuseres der på de ældste respondenter på 50-64 år, er det imidlertid "For at forberede mig til ferien", der er den hyppigste årsag til at gå i solarium. 50 % af de 50-64-årige angiver denne årsag, mens der kun er 42 % af de 50-64-årige, der angiver, at de går i solarium for at blive brune (tal fremgår ikke af figur).

Boks 5.1. Årsagerne til at bruge solarium er de samme i 2011 som i 2007

Siden 2007 har Solkampagnen spurgt respondenter, der har angivet, at de er nuværende brugere af solarium, hvad årsagen er til, at de bruger solarium. De årsager, som solariebrugerne hyppigst angiver for at gå i solarium, har været de samme alle årene. De hyppigste årsager fra 2007 til 2011 er:

1. **For at blive brun**
2. **For ikke at være bleg**
3. **For at forberede mig til ferien.**

FAKTA: Om årsager til solariebrug

Forberedelse af huden til ferien:

Verdenssundhedsorganisationen WHO oplyser, at den udbredte brug af solarier som forberedelse til solferie hviler på et falsk grundlag. Den bruning, der opnås ved brug af solarier, svarer kun til at anvende solcreme med en faktor 2-3 og kan altså ikke anbefales som beskyttelse mod solen (Young et al., 2003).

Hudproblemer:

Der er ikke dokumentation for, at solariebrug har en positiv effekt på hudproblemer som akne. Hvis man oplever problemer med sin hud er det en god idé at søge råd hos en hudlæge (Magin et al., 2005).

D-vitamin:

Brug af solarium øger risikoen for at få kræft i huden. Det frarådes derfor at bruge solarium som kilde til D-vitamin (Diffey, 2011).

6. Forældres holdning til deres barns solariebrug

I dette kapitel undersøges forældres holdning til solariebrug hos deres ældste barn mellem 12 og 17 år. I undersøgelsen er forældre blevet spurgt, om deres ældste barn mellem 12 og 17 år må gå i solarium. Det undersøges endvidere, om forældrenes eget solariebrug er relateret til deres holdning til deres barns solariebrug. Til slut kortlægges, hvordan udviklingen i forældrenes holdning har været fra 2007-2010. Årsagen til, at år 2011 ikke er med, er, at spørgsmålsformuleringen blev ændret i 2011 og derfor ikke er sammenligneligt med spørgsmålet fra perioden 2007- 2010.

Resume

- 17 % af forældrene vil lade deres ældste barn mellem 12-17 år gå i solarium, heraf lidt flere fædre (19 %) end mødre (15 %)
- Særligt de forældre, der selv er solariebrugere (36 %) synes, det er i orden, at deres barn bruger solarium
- Færre forældre vil lade deres ældste barn mellem 0-18 år gå i solarium i 2010 (13 %) sammenlignet med 2008 (19 %).

6.1. Forældres holdning til solariebrug hos deres ældste barn mellem 12 og 17 år

Mere end én ud af seks vil lade deres ældste barn gå i solarium

17 % af de forældre, hvis ældste barn er mellem 12 og 17 år, angiver, at deres barn gerne må gå i solarium, mens 20 % ikke har taget stilling, og 63 % svarer nej. Der er flere fædre end mødre, der vil give deres barn lov til at gå i solarium (hhv. 19 % og 15 %). Desuden er der også flere fædre (24 %) end mødre (15 %), som ikke har taget stilling til, om deres ældste barn mellem 12 og 17 år må bruge solarium (tabel 6.1).

Tabel 6.1. Må dit ældste barn under 18 år bruge solarium? Besvar venligst spørgsmål med udgangspunkt i dit barn/ældste barn mellem 12 og 17 år.

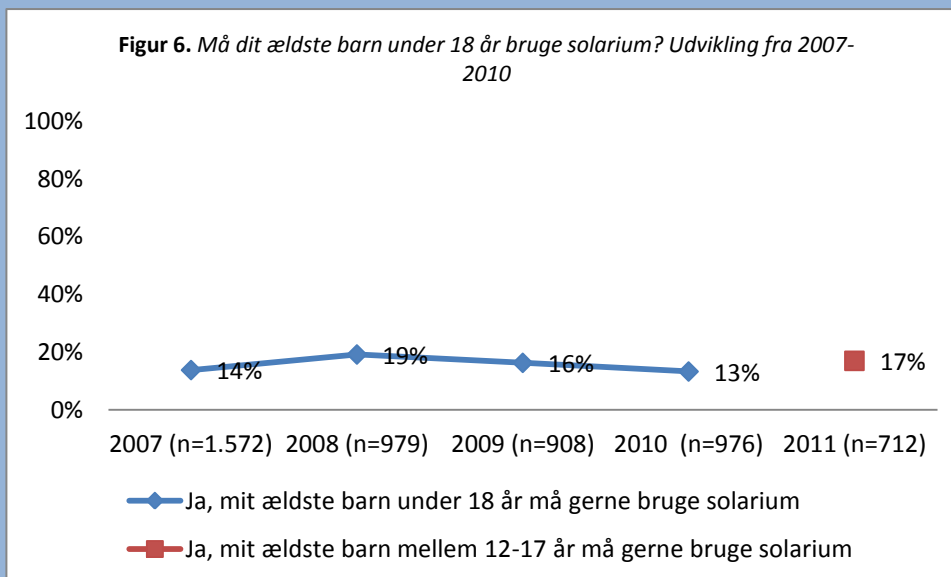
	Total	Kvinder	Mænd
Ja	17 %	15 %	19 %
Nej	63 %	70 %	57 %
Har ikke taget stilling	20 %	15 %	24 %
Total	100 % (n=712)	100 % (n=344)	100 % (n=368)

Forældres egen solarieadfærd er associeret med deres holdning til deres barns solariebrug

Kortlægningen viser, at forældrenes holdning til solariebrug hos deres ældste barn mellem 12 og 17 år er associeret med forældrenes egen adfærd. Blandt forældre, der selv er solariebrugere, svarer 36 %, at deres ældste barn mellem 12 og 17 år gerne må gå i solarium, sammenlignet med 14 % af de forældre, der ikke selv går i solarium. Det tyder derfor på, at forældrenes egen adfærd har stor betydning for deres holdning til deres børns solariebrug (tal fremgår ikke af tabel).

Boks 6.1. Udviklingen i forældres holdning til solariebrug hos deres ældste barn under 18 år

Fra 2007 til 2010 er forældrene blevet spurgt, om deres ældste barn under 18 år, dvs. fra 0-17 år, må gå i solarium. I figur 6 ses en oversigt over udviklingen fra 2007-2010. I 2007 var der 14 % af forældrene, der mente, at det var i orden at deres ældste barn under 18 år brugte solarium. Denne andel steg en smule i 2008, men faldt igen i 2009 til 16 % og i 2010 til 13 %.



Årsagen til, at tallene fra 2011 ikke er med, er, at spørgsmålet i 2011 var omformuleret til at omhandle forældrenes ældste barn mellem 12-17 år, hvor spørgsmålet i de tidligere år tager udgangspunkt i ældste barn fra 0-18 år. Det vil sige, at spørgsmålet fra 2007-2010 blev stillet til forældre, hvis ældste barn f.eks. var 2 år gammelt. Derfor er tallene ikke sammenlignelige.

7. Kendskab til budskabet 'Sluk solariet'

I dette kapitel belyses danskernes kendskab til budskabet 'Sluk solariet'. Det undersøges også, om kendskabet til budskabet har ændret sig i den periode, kampagnen har eksisteret (2007-2011).

Resume

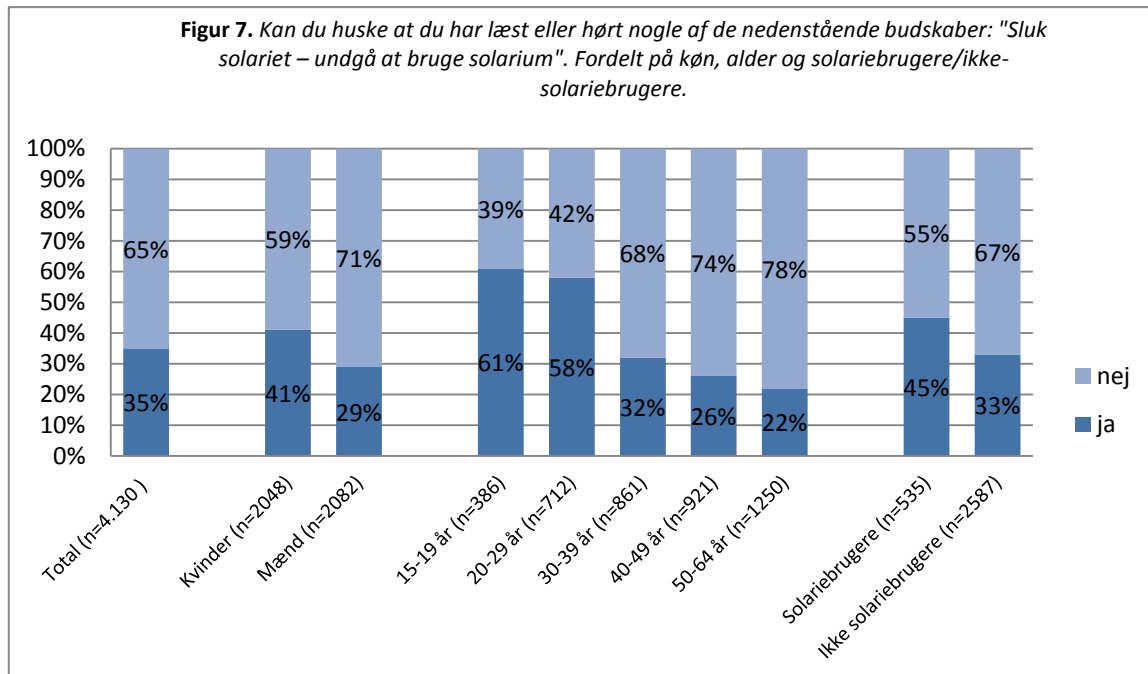
- 35 % af danskerne har hørt om budskabet 'Sluk solariet', særligt kvinder (41 %), de 15-19-årige (61 %) og solariebrugerne (45 %).
- Der er sket en jævn stigning i andelen, som kender budskabet fra 15 % i 2007 til 25 % i 2009 og 35 % i 2011.

7.1. Hvem kender budskabet 'Sluk solariet'?

Flest kvinder og unge har læst eller hørt budskabet 'Sluk solariet'

Der er generelt flere kvinder end mænd, der kender kampagnens budskab, idet 41 % af kvinderne angiver, at de har hørt om 'Sluk solariet'-budskabet sammenlignet med 29 % af mændene. Desuden er det især de yngre aldersgrupper (15-19-årige og 20-29-årige), der kender til 'Sluk solariet'-budskabet (hhv. 61 % og 58 %). Kampagnen er målrettet netop disse aldersgrupper.

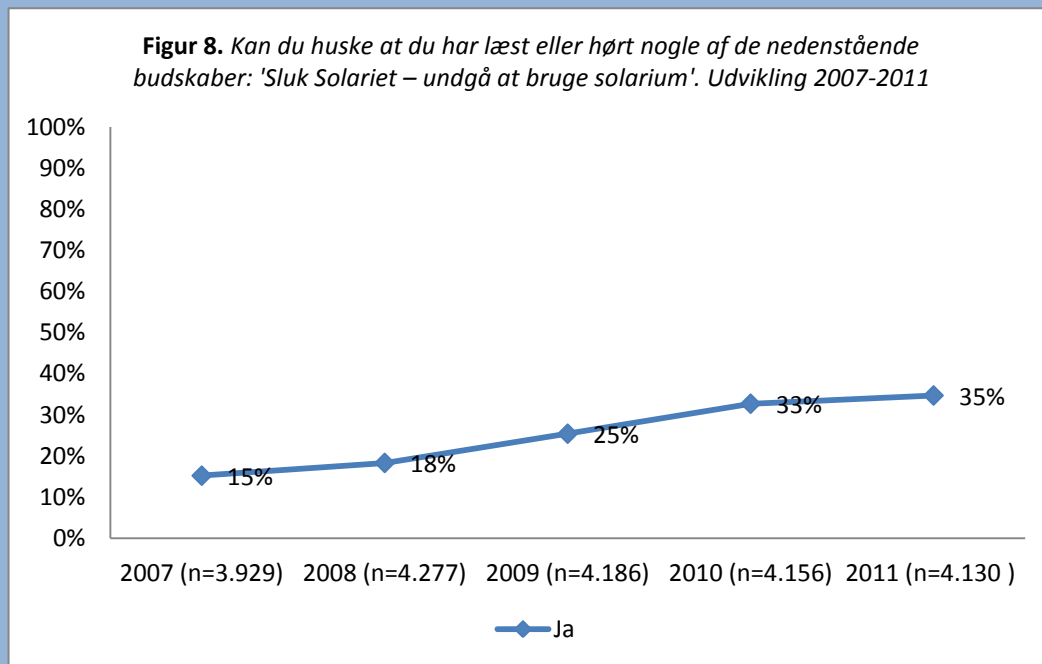
Ses der på kendskabet hos solariebrugere overfor ikke-solariebrugere, er der flere solariebrugere (45 %) end ikke-solariebrugere (33 %), som har set eller hørt om kampagnens budskab (se figur 7)¹⁴.



¹⁴ Respondenterne blev også spurgt, om de har læst eller hørt Solkampagnens andre budskaber: "Siesta – søg skygge mellem 12 & 15", "Solhat – brug hat og tøj til at solbeskytte dig med" og "Solcreme – smør dig med rigeligt solcreme". Svar til disse spørgsmål er rapporteret i rapporten "Danskernes solvaner i den danske sommer 2011", der kan downloades på www.skrunedforsolen.dk under "Forskning og evaluering".

Boks 7.1. Kendskabet til budskabet 'Sluk solariet' er stigende

Solkampagnen har siden 2007, hvor 'Sluk solariet'-kampagnen startede, spurgt respondenterne, om de har læst eller hørt om budskabet 'Sluk solariet'. I figur 8 ses, at kampagnekendskabet er steget jævnt de seneste år. Den største udvikling er sket de første år fra 2007-2010. I 2007 havde én ud af syv danskere (15 %) læst eller hørt om 'Sluk solariet'-budskabet, sammenlignet med hver tredje i 2010 (33 %). I 2011 kender mere end hver tredje dansker (35 %) til 'Sluk solariet'-budskabet.



8. Holdning til solarieforbud

I dette kapitel undersøges, hvor mange respondenter, der bakker op om et solarieforbud for unge under 18 år. I kapitlet undersøges også, om der er nogle grupper, der særligt bakker op om forslaget, og hvordan udviklingen i holdningen til et solarieforbud har været fra 2007 til 2011.

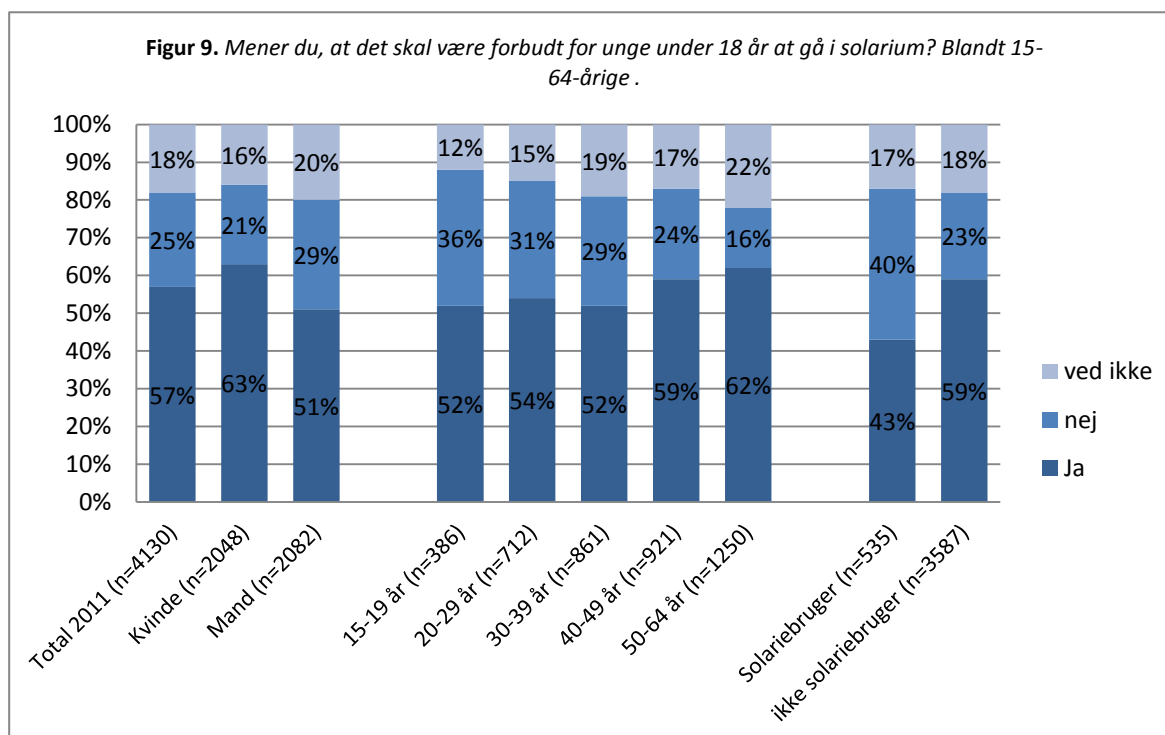
Resume

- 57 % bakker et solarieforbud op, især kvinder (63 %), de ældre aldersgrupper (62 %) og ikke-solariebrugere (59 %). Det er desuden bemærkelsesværdigt, at 43 % af solariebrugerne går ind for et forbud.
- Opbakningen til et solarieforbud er steget fra 38 % i 2007, til 56 % i 2009, og har ligget på nogenlunde samme niveau i perioden 2009-2011 (56-58 %).

8.1. Hvor mange og hvem bakker op om et solarieforbud?

Seks ud af ti går ind for et solarieforbud

I spørgeskemaundersøgelsen er respondenterne blevet spurgt, om de mener, at det skal være forbudt for unge under 18 år at gå i solarium. Knap seks ud af ti af respondenterne (57 %) svarer, at de mener, at det skal være forbudt, mens en fjerdel (25 %) svarer, at de ikke mener, at det skal være forbudt. 18 % har ikke taget stilling (figur 9).

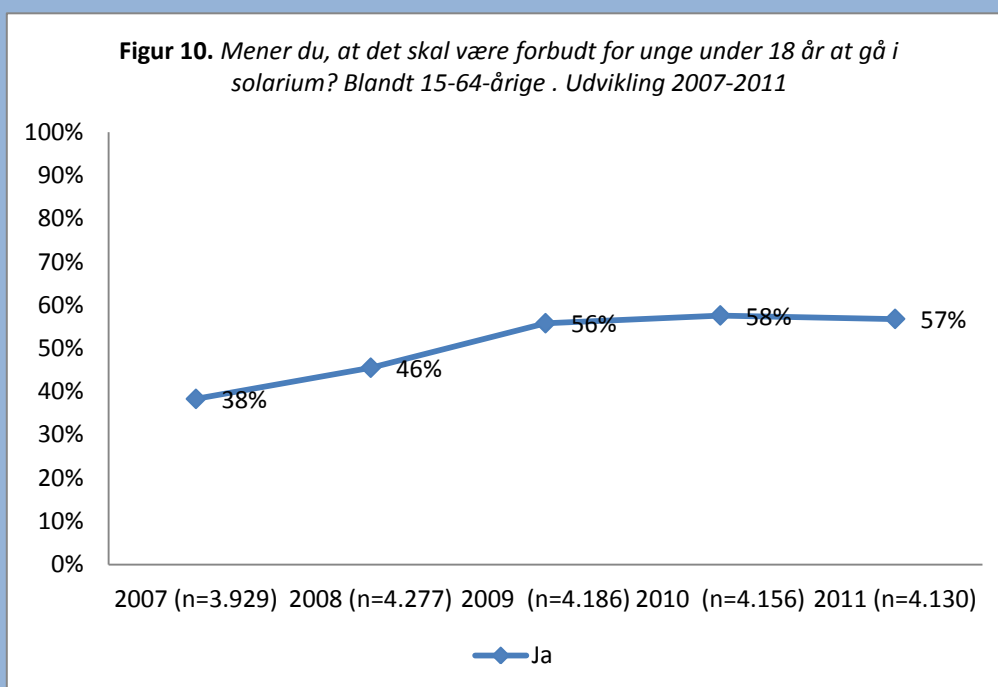


Flest ældre, kvinder og ikke-solariebrugere støtter op om et forbud

Undersøgelsen fra 2011 viser, at det især er respondenterne fra de ældre aldersgrupper (hhv. 59 % 40-49-årige og 62 % 50-64-årige), kvinder (63 %) og ikke-solariebrugere (59 %), der støtter op om et solarieforbud (figur 9). Egen adfærd, alder og køn ser således ud til at indvirke på folks holdning i forhold til et forbud mod solarium for unge under 18 år. Det er også interessant, at 43 % af de nuværende solariebrugere går ind for et solarieforbud (se figur 9). Blandt solariebrugerne er der færrest af de 15-19-årige solariebrugere, der bakker op om et forbud (33 %), hvorimod halvdelen af de 40-64-årige solariebrugere bakker op om et forbud (48-50 %) (tal fremgår ikke af figur).

Boks 8.1. Udvikling i holdning til solarieforbud

Siden 2007 har Solkampagnen spurgt danskerne om, hvad de mener om et solarieforbud for unge under 18 år. På figur 10 nedenfor ses udviklingen i opbakningen til forbuddet. Der ses, at der er sket en jævn stigning fra 2007-2009 i andelen, der mener, at det skal være forbudt for unge under 18 år at gå i solarium (fra 38 % til 56 %). I perioden 2009-2011 har andelen, der går ind for et solarieforbud stort set været uændret.



9. Metode

Undersøgelsen af danskernes solarievaner 2011 er gennemført af analyseinstituttet Userneeds for Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagne. Userneeds har været ansvarlig for dataindsamlingen, som er foretaget fra d. 31. august til og med d. 3. oktober 2011. Dataindsamlingen er foregået gennem et internetbaseret spørgeskema (CAWI). 4.130 15-64-årige danskere har deltaget i undersøgelsen, som er foretaget blandt medlemmer af Userneeds' Danmarkspanel. Al information om respondenternes viden, holdninger og adfærd er selvrapporateret.

Målgruppe, screening og invitation

Undersøgelsen blev gennemført blandt 15-64-årige danskere. Der blev kun inviteret personer i denne aldersgruppe. Undersøgelsen er gennemført ved brug af kvoter. Kvoterne blev lavet ud fra et opstillet repræsentativitetskrav til undersøgelsen og var baseret på oplysninger om sammensætningen af den danske befolkning fra Danmarks Statistik. Kvoterne blev defineret ud fra den specifikke gruppes profil (f.eks. mænd, 15-19 år, der bor i Region Syddanmark). Hver kvote blev indstillet til at lukke, når der var nok svar fra den givne profil. Fordelingen af respondenter i de enkelte kvoter ses af tabel 9.1. og tabel 9.2.

Tabel 9.1. Antal besvarelser fra mænd, fordelt på alder og region

Mænd	15-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-64 år
Region Hovedstaden	52	121	145	141	112	60
Region Sjælland	30	41	60	72	66	37
Region Syddanmark	46	72	89	102	93	47
Region Midtjylland	47	86	97	103	94	46
Region Nordjylland	22	39	43	49	46	24

Tabel 9.2. Antal besvarelser fra kvinder, fordelt på alder og region

Kvinder	15-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-64 år
Region Hovedstaden	50	128	143	136	115	63
Region Sjælland	29	39	61	71	66	37
Region Syddanmark	44	68	87	99	91	47
Region Midtjylland	44	84	95	100	92	46
Region Nordjylland	22	34	41	48	45	23

Deltagerne blev inviteret pr. mail. Inviterede deltagere, der ikke deltog i første omgang, blev efterfølgende påmindet. I alle mails, de modtog, både i invitationer og påmindelser, blev deltagerne gjort opmærksomme på, at undersøgelsen var et samarbejde mellem Userneeds, Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden, samt at de deltog i en lodtrækning om gavekort.

Userneeds sikrer hvert år, at der blandt respondenterne ikke er gengangere undersøgelsen fra året før. Til gengæld kan der godt være gengangere to år tilbage. I 2010 var der f.eks. 545 respondenter, som også havde deltaget i undersøgelsen i 2008.

Brug af samarbejdspartnere

Nogle grupper (15-19-årige mænd og 20-29-årige mænd) havde lave svarprocenter, og derfor blev der indsamlet et mindre antal svar fra et eksternt panel¹⁵, der lever op til de samme kvalitetskrav som Danmarkspanelet. Det blev sikret, at der ikke var gengangere mellem besvarelser fra Danmarkspanelet og det eksterne panel. 28 ud af 4.130 besvarelser stammer fra det eksterne panel – svarende til 0,7 % af undersøgelsens besvarelser, og til 5 % af besvarelserne fra gruppen af 15-29-årige mænd.

Repræsentativitet

Data udgør et repræsentativt¹⁶ udsnit af den danske befolkning mellem 15 og 64 år. Datamaterialet er ikke blevet vægtet. Der blev anvendt en tolerance på 5 % afvigelse, forstået som, at antallet af respondenter i datamaterialet maksimalt måtte afvige 5 % fra den nationale sammensætning. Der er i ingen af grupperne for køn, alder og region afvigelse på over 5 % fra den nationalt repræsentative sammensætning.

Svarprocent

Kræftens Bekæmpelse ønskede besvarelser fra ca. 4000 danskere i alderen 15-64 år. Det var et krav, at respondenterne var repræsentative på køn, alder og region. Før alle kvoter blev opfyldt, endte Userneeds med at have sendt invitationer ud til i alt 21.132 personer. 98 % af disse personer var medlemmer af Userneeds' Danmarkspanel, mens de resterende 2 % var medlemmer af Userneeds' samarbejdspartners panel.

I alt 5.456 respondenter påbegyndte spørgeskemaet (svarprocent = 26 %). Ud af de 5.456 personer, der påbegyndte spørgeskemaet, besvarede 511 ikke hele spørgeskemaet, mens 4.945 personer besvarede hele spørgeskemaet (svarprocent = 23 %). Ud af de 4.945, der besvarede hele spørgeskemaet, var der 815 respondenter, der blev taget ud af det endelige datasæt. Det skyldes, at de enten ikke passede ind i målgruppen (personer i alderen 15-64 år) eller at den kvote, de passede ind i allerede var fyldt op. Dermed endte det endelige datasæt med at indeholde svar fra 4.130 respondenter.

¹⁵ Det eksterne panel er panelet Yougov, som der kan læses mere om her: <http://www.yougov.dk/>

¹⁶ Repræsentativt på faktorerne køn, alder og region.

Tabel 9.3. Svarprocenter

	Antal personer (svarprocent)	Frafald
Inviterede til undersøgelsen	21.132	15.676 besvarede ikke spørgeskemaet
Respondenter, der har påbegyndt spørgeskemaet	5.456 (26 %)	511 besvarede ikke hele spørgeskemaet
Respondenter, der har besvaret hele spørgeskemaet	4.945 (23 %)	815 blev ekskluderet (uden for målgruppen eller opfyldt kvote)
Respondenter i det endelige datasæt	4.130	

Webundersøgelser og bortfaldsproblematik

Webundersøgelser er nyere end eksempelvis postale spørgeskemaer og telefoninterview og er først de senere år anvendt til indsamling af data til befolkningsrepræsentative undersøgelser. Det anvendte panel – Danmarkspanelet – har mere end 150.000 medlemmer og er baseret på invitation - man kan altså ikke selv tilmelde sig panelet. Oplysninger om panelmedlemmer opdateres 2-3 gange årligt¹⁷.

Svarprocenten for webundersøgelser er generelt lavere end for andre former for undersøgelser. I webundersøgelser kan indsamlingen fortsættes, indtil det ønskede antal besvarelser fra en bestemt målgruppe er registreret. Den opnåede svarprocent i denne undersøgelse (23 %) er i den pæne ende, spørgeskemaets længde og målgruppen taget i betragtning samt det forhold, at der er tale om en webundersøgelse via et panel.

Det kan dog ikke udelukkes, at de respondenter, der vælger at deltage i en undersøgelse som denne, adskiller sig fra den danske befolkning generelt. Da Solkampagnen ikke har nogen oplysninger om de personer, som ikke har besvaret spørgeskemaet, er det ikke muligt at lave en bortfaldsanalyse. Man kan dog forestille sig, at personer med de – ifølge Solkampagnen – korrekte solvaner vil være overrepræsenteret i undersøgelsen. Det er selvbekræftende at udfylde et spørgeskema, hvor man ved, at man svarer det, som afsenderen gerne vil høre. Derfor er det muligt, at danskernes solvaner er mindre hensigtsmæssige i den generelle befolkning end i undersøgelsespopulationen.

Bortfaldsproblematikken har været den samme i alle de fem år, undersøgelsen har fundet sted. Derfor er det muligt at sammenligne resultaterne over tid på trods af svarprocenten.

¹⁷ Der kan læses mere om Danmarkspanelet på Userneeds' hjemmeside www.userneeds.dk.

9.1. Statistiske analyser

De deskriptive analyser er blevet gennemført i SPSS/ PASW Statistics 18.0. Til alle analyser er der blevet anvendt χ^2 -tests med et 95 %-konfidensinterval, for at vurdere om der er forskel mellem grupper f.eks. køn, alder og forældre. Ved ordinale skalaer er også gammatesten blevet anvendt. En p-værdi på $<0,05$ anses for statistisk signifikant. Når forskelle omtales i rapporten, er det statistisk signifikante forskelle, der er tale om. I figurer og tabeller er det som udgangspunkt kun statistisk signifikante forskelle, der er rapporteret. I få tilfælde er der af særlige grunde også rapporteret insignifikante forskelle (f.eks. i udviklingsfigurer), men her er det tydeligt angivet, at der ikke er tale om signifikante resultater.

Analyser vedrørende udviklingen i danskernes solvaner for perioden 2007-2011 er foretaget i SAS 9.2 med samme statistiske analyser. Desuden er der blevet brugt en envejs ANOVA-test til at undersøge, hvorvidt den gennemsnitlige debutalder for 15-19-årige havde ændret sig fra 2007-2011.

Spørgsmål til undersøgelsen, datagrundlag, metode m.v. kan rettes til Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagnes evalueringssenhed CEDS (Center of Excellence for evaluering og monitorering under den Danske Solkampagne) ved programkoordinator for CEDS, cand.mag. (Socialantropologi) Lise Heiner Schmidt (lhs@cancer.dk).

Litteraturliste

Autier P, Boyle, P (2008): Artificial ultraviolet sources and skin cancers: rationale for restricting access to sunbed use before 18 years of age. *Nature Clinical Practice Oncology* 2008;5(4):179-179.

Diffey, B (2011): Ultraviolet A sunbeds and vitamin D. *J.Am.Acad.Dermatol.* 2011; 65(5); 1059-1060

Engholm G, Ferlay J, Christensen N, Johannesen TB, Klint Å, Køtlum JE, Milner MC, Ólafsdóttir E, Pukkala E, Storm HH (2012): NORDCAN: Cancer Incidence, Mortality, Prevalence and Survival in the Nordic Countries, Version 5.1 (March 2012). Association of the Nordic Cancer Registries. Danish Cancer Society. Available from <http://www.ancre.nu>, accessed on 11/09/2012.

Ferlay J, Shin HR, Bray F, Forman D, Mathers C, Parkin DM (2010): GLOBOCAN 2008. Cancer Incidence and Mortality Worldwide. IARC CancerBase 10 [internet-database]: 2010. Link: <http://globocan.iarc.fr/>

Gandini S, Sera F, Cattaruzza MS, Pasquini P, Picconi O, Boyle P, Melchi CF (2005): Meta-analysis of risk factors for cutaneous melanoma: II. Sun exposure. *European Journal of Cancer* 2005; 41; 45-60

IARC (2010): Agents classified by the IARC monographs, Volumes 1-100. International Agency for Research on Cancer (IARC), World Health Organization (WHO). Last updated 27/10 2010.

Magin P, Pond D, Smith W, Watson A (2005): A systematic review of the evidence for 'myths and misconceptions' in acne management: diet, face-washing and sunlight. *Fam Pract* 2005; 22 (1); 62-70.

Marks R (2000): Epidemiology of melanoma. *Clin Exp Dermatol* 2000; 25: 459-63.

Storm HH, Kejs AMT, Engholm G (2011): Improved survival of Danish cancer patients 2007-2009 compared with earlier periods. *Dan Med Bul* 2011;58(12):A4346.

Veierød MB, Adami HO, Lund E, Armstrong BK, Weiderpass E (2010): Sun and solarium exposure and melanoma risk: effects of age, pigmentary characteristics, and nevi. *Cancer Epidemiol Biomarkers Prev* 2010 Jan;19(1):111-20.

Young AR, Sheehan JM (2003): UV-induced pigmentation in human skin. In: P.U. Giacomoni, ed. *Sun Protection in Man*. Amsterdam 2003: Elsevier; pp. 357-375.

Denne rapport indeholder en kortlægning af danskernes solarievaner i 2011. Rapporten er baseret på data fra en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse med 4.130 respondenter i alderen 15-64 år. Undersøgelsen blev gennemført i september 2011.

Rapporten kortlægger bl.a. andelen af solariebrugere, respondenternes begrundelse(r) for at anvende solarium, deres holdning til et solarieforbud for unge under 18 år og deres kendskab til 'Sluk solariet'-kampagnen.

Rapporten ser endvidere på udviklingen i danskernes solarievaner i perioden 2007-2011.

Rapporten er udarbejdet af Kræftens Bekæmpelse og TrygFondens Solkampagnes evalueringsenhed, CEDS (Center of Excellence for evaluering og monitorering under den Danske Solkampagne).

**Kræftens Bekæmpelse og
TrygFondens**
Solkampagne
Strandboulevarden 49
2100 København Ø
Tlf.: 3525 7500
www.cancer.dk