



# Dette er Av-og-til

Av-og-til jobber for at flest mulig skal bruke alkovett. Vi skal bidra til å redusere de negative følgene av alkoholbruk i samfunnet og gjøre hverdagen tryggere for alle.

Alkovett handler om å tenke over om man skal drikke, og når man skal stoppe. Dette er spesielt viktig når det gjelder arbeidslivet, båt- og badeliv, graviditet, idrett og friluftsliv, livskriser, samvær med barn og unge og trafikken.

Bak Av-og-til står politiske partier og faglige og frivillige organisasjoner med til dels ulikt syn på alkohol. Men én ting er alle enige i: Det er viktig å utøve alkovett!

En tverrpolitisk allianse på Stortinget tok initiativ til det som i dag er Av-og-til. Organisasjonen ble etablert i 1981 som Alkokutt, men skiftet i 2007 navn til Av-og-til.



Alkovett – bra for deg – bedre for alle.

# Innhold

Ord fra styrelederen	2
Ord fra generalsekretæren	3
Visjon og formål	4
<b>Dette jobbet vi med i året som gikk</b>	
Arbeidsliv	5
Alkovett	6
Barn og unge	8
Ungdom og alkohol	11
Båt- og badeliv	12
Idrett	14
Livskriser	16
Trafikk	18
<b>Våre verktøy</b>	19
Samarbeid og lokal iverksettelse	20
Kompetanse og informasjon	22
Kommunikasjon	23
Årets nyvinning: Drikkestatus	25
Tilbakeblikk på strategiperioden	26
Styret og de ansatte	28
Regnskap 2020	29
Disse står bak Av-og-til	34

# Forenklete forestillinger om alkoholproblemer

Folks forestillinger om hvordan et alkoholproblem ser ut stemmer ikke alltid med virkeligheten. I fjor jobbet vi for å vise frem avhengighetens mange ansikter. Og for å få folk til å ta en ærlig titt i speilet.

Når har du egentlig et alkoholproblem? Er det når du starter dagen med en øl? Når du gjemmer flasker i klesskapet? Eller er det når dine barns juleminner handler mest om fest og rødvinrus? Det finnes mange forestillinger om hva det betyr å ha alkoholproblemer. Mange tenker raskt på dem som bare drikker – og lar alt annet skure. Sitter på puben før lunsj, og som følge av alkoholen verken håndterer jobb eller familieliv. Ofte stemmer de ikke.

For virkeligheten forteller en annen historie.

Et alkoholproblem har mange ansikter. Det kan være tanta di i juleselskap, naboenta som aldri blir ropt hjem på middag, eller deg selv, når du nok en gang trenger et glass vin for å slappe av etter en krevende dag. Det at et alkoholproblem kan være så lite synlig, gjør at det er vanskelig å få øye på. At vi nesten aldri snakker om de utfordrende sidene ved drikkingen vår, gjør det enda vanskeligere.

Dette til tross for at ingen andre rusmidler får så store konsekvenser for så mange mennesker som alkoholen.

Gjennom året har vi vist frem mennesker som på ulike måter sliter med alkohol. Som for eksempel i podcasten «Damer som drikker», hvor vi snakket med noen kvinner om deres utfordringer med alkohol – og om hvor grensen for et problem går. På nettsiden har vi også løftet frem en rekke

ulike personer som forteller om hvordan det er å være pårørende til noen som drikker for mye.

I 2020 lanserte vi også verktøyet «Drikkestatus», en forskningsbasert test utviklet etter modell fra den svenske «Alkoholprofilen». Testen gir brukeren svar på om de er i risikozonen for å ha et alkoholproblem, og hva de kan gjøre med situasjonen. Verktøyet er en lavterskel inngang til å ta et blikk på eget alkoholforbruk. Responsen overgikk forventningene. Bare i løpet av november og desember besøkte nesten 50 000 nordmenn «Drikkestatus», og så mange som 33 000 av disse fullførte alle 17 stegene i testen!

Et av de viktigste målene til Av-og-til er å få folk til å redusere alkoholforbruket sitt før en dårlig vane blir et stort problem, enten for dem selv eller dem som er rundt. For å få til dette må vi tørre å snakke om de ulike sidene ved alkoholavhengighet, og vise hvor ulikt et alkoholproblem kan se ut. Vi må også bevisstgjøre folk om egen drikking, og gi gode og presise råd for hvordan de kan ta kontroll om forbruket er i ferd med å bli for høyt. I 2020 jobbet vi hardt for å få til dette – og vi lyktes godt. Målet er å lykkes enda litt bedre i 2021.

KNUT HAUGSVÆR  
styreleder



# Et mørkt år for de sårbare barna

12. mars kom beskjeden fra Erna Solberg som la et lokk over Norge. Mange fikk livene sin snudd på hodet. Spesielt ille ble hverdagen for barn som allerede var utsatt.

Regjeringens tiltak for å få bukt med pandemien endret livene våre. Bekymringene var mange. For jobb, helse og fremtid. Mange fikk ikke møte sine nære og kjære.

## Mørkest var det for de sårbare barna.

90 000 barn vokser opp med foreldre som drikker for mye alkohol. 170 000 barn kan være mye plaget av depressive symptomer, og 80 000 kan ha en psykisk lidelse selv. 200 000 barn kan ha opplevd gjentatt psykisk vold, og like mange fysisk vold. Under nedstengingen ble barn som ikke hadde det bra hjemme tvunget innenfor husets fire vegger. Der fikk problemene vokse med utrygge voksne, fravær av steder hvor problemene kunne plukkes opp – og stengte fristeder som idrett og skole.

Mange av våre medlemsorganisasjoner har stått i førstelinjen. De har sett utfordringene på kloss hold, og jobbet utrettelig med å bedre situasjonen til de sårbare barna. Deres arbeid fortjener ros.

Også for oss som driver med alkoholforebygging har pandemien og sårbare barns forverrede situasjon fått konsekvenser for arbeidet. Vi har vært opptatt av å nå ut med informasjon til barn og voksne om hvor de kan få hjelp hvis de har det vanskelig, og har samarbeidet tett med kommunene våre om det samme.

Vi endret også flere av kampanjene våre.

I idrettskampanjen var vi opptatt av å aktivisere støtteapparatet og få dem til å gjøre noe dersom de var bekymret for et barn. I vår årlige barnekampanje valgte vi å gå ett skritt lenger enn vanlig. For samtidig som vi jobbet med bevisstgjøring om foreldres drikkevaner med barn til stede, som vi pleier å gjøre, manet vi også til handling for barn i nærmiljøet. Vi oppfordret til å invitere barnet du er bekymret for på en is eller sykkeltur, til å sende en SMS, ta en telefon, eller å tørre å ta bekymringen din på alvor. «Hvis du ser noe, si noe», lød kampanjen.

Alt for mange barn som vokser opp med foreldre som drikker for mye, opplever en bunnløs ensomhet. Denne forsterkes når barna opplever at mange vet at ting ikke er som de skal være hjemme hos dem, men at ingen gjør noe med bekymringen.

I 2020 mobiliserte vi trenere, lagledere, naboer og familiemedlemmer til å gjøre noe dersom de er bekymret for et barn. Den jobben skal vi fortsette i 2021. For barn skal ikke være alene om store bekymringer.



RANDI HAGEN ERIKSRUD  
generalsekretær



# Visjon

Et samfunn med godt alkovett.

## Hovedmål

Redusere de negative konsekvensene av alkoholbruk.

## Formål

Av-og-til er en ideell organisasjon som jobber for å fremme bedre alkovett. Gjennom forebyggende arbeid skal vi bidra til å redusere de negative konsekvensene alkoholbruk har for samfunnet.





# Arbeidsliv

Alkohol og arbeidsliv er knyttet nært sammen. Det skaper utfordringer både for dem som drikker, og dem som havner utenfor. Derfor jobber Av-og-til for at ansatte og ledere skal ha et godt og bevisst forhold til alkohol.

Alkohol spiller en stor rolle i det sosiale samværet i norsk arbeidsliv, og Av-og-til har lenge vært opptatt av de negative følgene av det jobbrelaterte alkoholkonsumet. Det kan for eksempel virke ekskluderende for dem som av ulike grunner ikke drikker, eller for dem som opplever at drikkepresset blir for stort. Det kan også gjøre hverdagen vanskeligere for en som har et begynnende eller eksisterende alkoholproblem. Videre kan det føre til økt sykefravær og redusert effektivitet eller til at flere går over streken fordi alkoholen får oss til å miste hemninger, noe vi blant annet kjenner til fra metoo-kampanjen.

## Ny arbeidshverdag, nye utfordringer

Dette året ble imidlertid utfordringene knyttet til alkohol i arbeidslivet snudd på hodet. Utfordringene vi har vært opptatt av å bevisstgjøre folk om tidligere, var mye mindre

relevante under koronapandemien. I stedet dukket det opp nye utfordringer.

For en stor andel nordmenn ble sosial isolasjon og hjemmekontor normen. Sommerfesten, julebordet og fredagspilsen ble satt på vent. Det sosiale på arbeidsplassen ble i beste fall flyttet til det digitale rommet, mens usikkerheten knyttet til egen helse, jobb og fremtid økte.

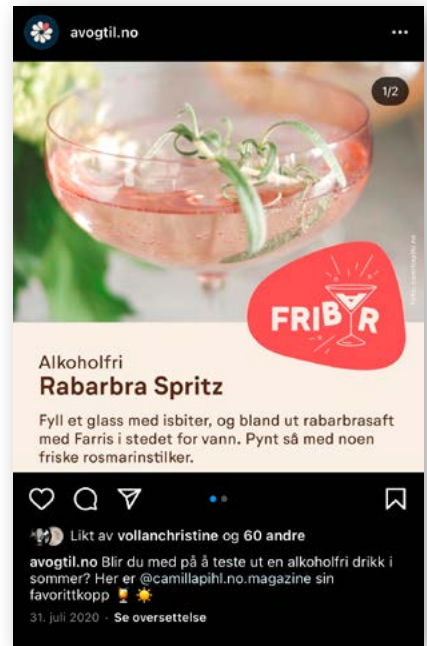
I 2020 var Av-og-til opptatt av å trekke frem alkohol og arbeidsliv under koronaen. Vi snakket om hvordan en vanskelig periode kan føre til at flere søker trøst i alkohol, og hvordan fraværet av rammer og rutiner kan føre til at hverdag og fritid glir inn i hverandre, med økt alkoholkonsum som resultat. Vi snakket om hvor viktig det er for mange å stå opp, dra på jobb og møte kollegaer – at dette har en skjerpene og forebyggende effekt.

Vi snakket også om den viktige rollen ledere har i nettopp slike situasjoner.

## Lederundersøkelse

Et av tiltakene våre var å gjennomføre en undersøkelse blant 300 ledere i koronabyene Oslo, Bergen og Trondheim for å høre hvordan de opplevde situasjonen for sine ansatte. Funnene fra undersøkelsen brukte vi så i arbeidet med å få oppmerksomhet om tematikken i pressen, blant annet i samarbeid med Arbeidslivets kompetansesenter for rus- og avhengighetsproblematikk (Akan). Funnene, som blant annet viste at én av fire ledere trodde de ansatte drakk mer på hjemmekontor, fikk bred omtale i fagmedier så vel som i nasjonale og lokale medier og ble omtalt både på trykk og i radioen. ■





# Alkovett

Fra smittevernsrestriksjonene ble innført i mars og ut året, var Av-og-til opptatt av å gjøre folk bevisst på risikoene knyttet til alkoholbruk under koronaen.

Alkovett handler om å ha et bevisst forhold til egen drikking. Det handler om å tenke over om man skal drikke, og når man skal stoppe. I 2020 preget koronapandemien store deler av livet vårt, med strenge restriksjoner, mindre sosial kontakt og stor usikkerhet knyttet til helse, økonomi og hvordan viruset ville utvikle seg.

Det er flere kjennetegn ved koronalivet som kan gi usunne alkoholvaner,

og de som allerede hadde et begynnende alkoholproblem eller et problematisk forhold til alkohol da pandemien brøt ut, var særlig utsatt. Vi vet at vanskelige perioder er inngangen til alkoholavhengighet for mange, og at fravær av hverdagsliv og fastlagte rutiner kan føre til at flere drikker på en usunn måte.

Av-og-til er opptatt av å bevisstgjøre folk om slike risikoer og gi dem

verktøy som kan hjelpe dem med å ha kontroll over egne drikkevaner. I 2020 kommuniserte vi dette gjennom alle kanalene våre – på nettet, i sosiale medier, gjennom kommunesamarbeidet vårt og i samfunnsdebatten.

## Synliggjøre helsekonsekvenser

I Norge er alkoholforbruket den nest viktigste risikofaktoren for tap av friske leveår, etter røyking.



– Jeg må innrømme at jeg har tenkt at hvis man skal nyte noe alkoholfritt, så er det ikke så mye å velge blant. Men det stemmer jo overhodet ikke.

SOLVEIG KLOPPEN EPISODE 2





Dette betyr at det er behov for å øke bevisstheten om hvilken rolle alkoholen spiller i livet vårt.

Stoff om alkohol og helse er blant det mest leste på avogtil.no gjennom hele året. Disse artiklene får mye trafikk fra søk i Google, et resultat av et langsiktig arbeid med å optimalisere artiklene for Google. Det er for eksempel mye trafikk til artikler som «Slik reagerer kroppen dagen derpå» og artikler om kaloriinnholdet i alkohol. Annet stoff som gjør det spesielt godt, er artikler med råd til dem som drikker for mye, eller som kjenner noen som drikker for mye.

De senere årene har vi også jobbet med å utvikle flere digitale verktøy knyttet til helse og alkohol. Sent i 2018 lanserte vi promillekalkulatoren, som nå får mye trafikk, og i 2020 lanserte vi Drikkestatus, en test som folk kan ta for å finne ut av sine egne alkoholvaner. Du kan lese mer om verktøyet på side 25.

#### **Alkoholritt i «Fribar»**

Alkoholritt drikkevarer har fått et skikkelig løft i Norge de siste årene.

Det kommer stadig flere spennende alkoholritt produkter på markedet, og salget øker både i dagligvare og hos Vinmonopolet. I mange miljøer, og spesielt blant unge voksne, har det blitt populært å drikke alkoholritt.

Gode, alkoholritt alternativer er med på å dempe drikkenormen i samfunnet vårt. Det blir enklere å velge noe annet enn alkohol en kveld eller å bytte ut noen enheter alkohol med noe spennende alkoholritt. Av-og-til vil derfor være med på å styrke denne trenden.

Gjennom serien «Fribar» ønsket vi å inspirere folk ved å vise at det finnes alkoholritt drikke som er skikkelig digg, og som kan konkurrere med alkoholholdige drikker. Serien ble ledet av Solveig Kloppen.

Kampanjen var en serie i tre episoder som ble lansert i perioden juli til november. Hver episode inneholdt en hovedfilm og flere mindre elementer som kortfilmer og nettsideartikler. Vi brukte hovedsakelig Facebook til å dele kampanjeinnholdet, men også Instagram og YouTube.

I seriens tre episoder traff Kloppen ulike personer som skulle være med og inspirere seeren til å velge alkoholritt. Blant gjestene var Norges første ølsommelier Amund Polden Arnesen, den anerkjente kokken Øyvind Bøe Dalelv og sosiolog og rusforsker Øystein Skjælaaen.

I episode én og to fikk Av-og-til vist at utvalget av alkoholritt alternativer både er stort og fristende. Episode tre skilte seg ut – den bød på en spennende samtale mellom Kloppen og rusforsker Øystein Skjælaaen om rusen: Hvorfor har vi en dragnings mot rusen? Hva gjør den med oss? Og hvorfor er den så viktig i sosiale sammenhenger?

Kampanjens innhold ble vist over 4,1 millioner ganger i 2020. I tillegg hadde filmene med Solveig Kloppen som programleder i underkant av en halv million visninger som er 15 sekunder eller lenger, på Facebook. ■

## Barn og unge

For barn kan det oppleves ekkelt og skummelt når voksne drikker. Derfor vil vi at voksne skal stille seg spørsmålet: Hvor mange glass tåler barnet mitt?

En mamma som er litt rød i kinnene, eller en pappa som ler høyt. For oss voksne kan det være god stemning, men for barna kan det være ubehagelig når voksne drikker alkohol og forandrer seg. Barn liker voksne best sånn som de alltid er: stabile og forutsigbare.

Tematikken barn, voksne og alkohol ble ekstra viktig i 2020. På grunn av koronaviruset ble mange fritidsaktiviteter stengt ned, og barn

måtte i lengre perioder ha digital hjemmeskole. For de barna som har en mamma eller pappa som sliter med alkohol, var 2020 et ekstra tøft år. Av-og-til var tidlig ute og minnet om konsekvensene for barna da samfunnet stengte ned. I media, i sosiale medier og på våre egne nettsider informerte vi om hva man bør gjøre hvis man er bekymret for et barn. Vi innledet også tidlig et samarbeid med kommunene våre om dette.

Tematikken barn, voksne og alkohol står i fokus hele året gjennom, men vi vet at alkoholkonsumet øker i ferier og i juletiden. Derfor intensiverer Av-og-til arbeidet med barn og alkohol i forbindelse med jule- og sommerferien.

### Oppfordret til å si ifra i sommerferien

I 2020 førte koronaviruset til at de fleste la sommerferien i Norge. Av hensyn til smittevern ble ferien stort sett tilbrakt sammen med den nærmeste omgangskretsen. For barn som har det vanskelig hjemme, ble en vår med lite kontakt utenfor hjemmet etterfulgt av en sommer der de også i stor grad var overlatt til foreldre som ikke var gode for dem. Derfor ønsket vi i større grad enn tidligere å henvende oss til voksne som er bekymret for et barn i nærmiljøet. Mange som har vokst opp med foreldre som drikker for mye, forteller at det er sårt å tenke på de andre voksne som så hva som skjedde, men ikke gjorde noe. Gjennom budskapet «Hvis du ser noe – si noe» ville vi bevisstgjøre og gjøre det lettere for folk å si ifra.

Filmen «Si ifra» viser at det å si ifra er forbundet med heltemot ute i samfunnet – med nyhetsklipp fra







metoo-protester, klimamarsjer og antirasisme som eksempler. Så skifter filmen fokus, og kameraet rettes mot en hendelse som finner sted innenfor husets fire vegger, der det å si ifra fort kan oppfattes som utidig innblanding i privatlivet. To vennepar og en gutt sitter rundt et bord og spiser middag, og det er tydelig at faren i huset har fått for mye å drikke. Filmen viser oss dilemmaene til farens kompis: Hva skal han gjøre for å støtte gutten som synes at dette er veldig

ubehagelig? Hvordan kan han si ifra til faren at han har drukket for mye?

Filmen ble publisert på Facebook, YouTube og Instagram i forbindelse med skoleslutt i juni og fikk over 680 000 visninger på Facebook. I tillegg ble scener fra filmen klippet ut og publisert utover sommeren, og disse klippene fikk opp mot 370 000 visninger.

Vi laget også en interaktiv filmopp-

levelse, «Syng for Maria», en nettside der man kan se et barn som blir lagt for kvelden mens mamma eller pappa synger en godnattsang. Avhengig av om man sveiper til høyre eller venstre, har den voksne drukket mer eller mindre tidligere på kvelden, og man kan følge med på hvordan barnet reagerer når den voksne er påvirket av alkohol. Vi delte også artikler med sanne historier på nettsidene våre og i sosiale medier. I løpet av sommeren ble vi omtalt i nesten 160 mediasaker om tematikken. Evalueringen av kampanjen viste at 34 prosent av befolkningen la merke til kampanjen. 17 prosent av respondentene oppga at kampanjen fikk innvirkning på drikkemønsteret deres rundt barn og unge i sommer.

#### En sann julefortelling fra Emma (7)

Også jula ble annerledes på grunn av pandemien. I forkant av julefeiringen gjennomførte vi en befolkningsundersøkelse i samarbeid med Vinmonopolet. Den viste at folk flest planla å drikke omtrent som før, men at de planla færre julebord, juleselskaper og andre fester. Det så med andre ord ut til at en større andel av alkoholkonsumet ville flyttes hjem denne jula. Myndighetene oppfordret oss gjennom høsten til å feire sammen med færre mennesker. Dermed var







det færre som kunne se eller si ifra hvis noen drakk for mye rundt barn.

Det gjorde at vi besluttet å prioritere to spor i julekampanjen: På den ene siden ville vi videreføre budskapet fra sommerferien om å si ifra. På den andre siden ville vi oppfordre folk til å tenke over hvor mye de selv drakk rundt barn i jula. Kampanjen tok utgangspunkt i en sann historie som ble sendt inn til oss i Av-og-til. Basert på den laget vi en film, «Historien om Emma (7) sin jul». Den handler om Emma på sju som opplever å komme i bakgrunnen for foreldrenes drikking hele julaften. Emma gir opp foreldrene og juleselskapet. Hun går inn på rommet sitt alene for å åpne en gave. Helt til sist ser vi Emma som voksen sammen med sine egne barn. Filmen avslutter med teksten «Det fineste du kan gi barna til jul er deg selv». Vi laget også kortere filmer, blant annet med professor i pedagogikk Stein Erik Ulvund ved Universitetet i Oslo, som handlet om at man bør si ifra hvis man er bekymret for et barn. Til sammen fikk filmene i kampanjen nesten 1,4 millioner visninger i Av-og-tils digitale kanaler.

Også i denne kampanjen løftet vi frem artikler og annet innhold på avogtil.no, som fikk over 150 000 besøkende. I media ble Av-og-til omtalt i 197 saker om tematikken. Vi ble intervjuet på en rekke større flater, som «Dagsrevyen» på NRK, «God morgen, Norge» på TV 2 og i P4.

Barnekampanjen er en av kampanjene i Av-og-til med bredest virkemiddelbruk. I uka før jul hadde vi annonser i lokalaviser i Av-og-til-kommuner både på nett og papir. Vi hadde også annonser i artikler som handlet om jul og alkohol, i en rekke nasjonale og lokale nettaviser. Det ga oss muligheten til å nå ut til et publikum som kanskje ellers ikke ville ha oppsøkt oss eller fått med seg budskapet vårt. Vi hadde for eksempel annonser med budskapet «Hvor mange glass tåler barnet ditt?» i artikler om åpningstidene på Vinmonopolet i jula og tester av juleakevitt.


I etterkant av kampanjen gjennomførte vi en fokusgruppeundersøkelse. Deltakerne oppga at de likte budskapet i kampanjen. De opplevde uttakene i kampanjen som engasjerende og ikke som moralistiske. Vi så

imidlertid at vi fortsatt har en vei å gå for å få en del av målgruppen til å se at også «normal bruk» kan være problematisk rundt barn, og få flere til å innse at dette angår dem.

### Bredt engasjement

Bruk av alkohol rundt barn og unge er et tema som engasjerer mange, og denne kampanjen er den det er knyttet mest aktivitet til i kommunene. I forbindelse med kampanjeperiodene var flere av kommunene ute i lokale medier for å snakke om alkoholbruk rundt barn. Kommunene løftet frem lokal ekspertise, for eksempel helsesykepleiere eller ansatte i det kommunale barnevernet.

Men tematikken ble også tatt opp lokalt utenom kampanjetoppene rundt jul og sommer. En rekke Av-og-til-kommuner bruker brosjyrer fra kampanjen i samtale med foreldre på helsestasjonen og i barnehager eller skoler. ■



Du er neppe der når det skjer.  
Vær kjip i tide.

## Ungdom og alkohol

Mange unge er nysgjerrige på alkohol og ser på det å drikke som en naturlig del av det å bli voksen. Av-og-til er opptatt av rollen foreldre spiller for å skape en trygg og god ungdomstid.

Overgangen fra ungdom til voksen innebærer at ungdommenes holdninger og livsstil endres. Bruken av rusmidler øker markant gjennom tenårene. Blant ungdomsskoleelever er det relativt uvanlig å ha drukket seg beruset, mens de aller fleste elever på videregående har vært beruset. Tenåringer er uerfarne med alkohol og derfor ekstra sårbare når de drikker.

### Den viktigste forebyggeren

Foreldre har mye å si for hvordan ungdom omgås alkohol. Tenåringer som har foreldre som har klare avtaler og regler rundt alkohol, drikker mindre enn jevnaldrende som ikke har slike avtaler. Av-og-til er derfor opptatt av at foreldre tar en aktiv rolle gjennom ungdomstiden. Vi ber foreldre snakke med ungdommen sin om alkohol, sette tydelige grenser og samkjøre med andre foreldre.

Av-og-til-kommunene er viktige samarbeidspartnere i dette arbeidet. SLT-koordinatorer (Samordning av lokale rus og kriminalistetsforebyggende tiltak) og andre nøkkelpersoner i Av-og-til-kommunene er i dialog med foreldre gjennom ungdomstiden og bruker Av-og-tils materiell på ulike arenaer. I 2019 etterspurte kommunene filmer som kan brukes i foredrag og i kommunenes kanaler for å vekke engasjement i foreldregruppen. Vi laget derfor tre filmer som viser ulike risikosituasjoner knyttet til ungdom og alkohol – stuping fra svaberg med alkohol i blodet, drikkeleker med stort inntak av alkohol og kjøp av alkohol fra sprittaxi. Budskapet i filmene er «Du er neppe der når det skjer. Vær kjip i tide».

Samarbeidskommunene var fornøyd med filmene og opplevde at de åpnet for refleksjon i foreldregruppen.

Filmene ble også godt mottatt på Facebook og hadde til sammen 775 000 visninger.

### Ungdomsfester og covid-19

Våren, sommeren og tidlig på høsten 2020 var det flere kommuner som tok kontakt med oss. De hadde utfordringer med at ungdom samlet seg til fest, drakk og ble slepphendte med smittevernsreglene. Vi bistod med tiltak som var rettet mot foreldrene, og gikk også ut i media for å formidle hvor viktig det er å følge smittevernsreglene og finne alternative måter å samles på. ■

– Ungdommer med kjipe foreldre drikker mindre.



## Båt- og badeliv

Sommeren 2020 ble en rekordsommer på sjøen. Pandemien gjorde at mange hadde norgesferie, og både erfarne og nye båtførere tilbrakte sommeren i båt. Kampanjen Klar for sjøen var et viktig bidrag for å sikre en trygg sommer.

Alkohol påvirker egenskaper som er helt sentrale for båtførere. Med alkohol i blodet blir man mer risikovillig og impulsiv, og man reagerer tregere. Hvert år er alkohol involvert i flere alvorlige fritidsbåtulykker. De siste fem årene har drøyt hver fjerde omkomne på sjøen hatt promille.

Kampanjen *Klar for sjøen* er et samarbeid mellom Av-og-til og aktørene på fritidsbåtfeltet. Målet er å informere om alkohol som risikofaktor på sjøen og inspirere båtfolk til å velge alkoholfritt.

### Ekte kapteiner drikker kaffe

I 2019 lanserte vi kampanjekonseptet «Ekte kapteiner drikker kaffe». Ved hjelp av humor viste vi båtfolk at kaffe er mye bedre enn øl og cava på sjøen. Dette ble videreført i 2020.

En del av kampanjen er en kopp med påskriften «Ekte kapteiner drikker

kaffe» og en egen kaffe med tre ulike malingsgrader: filtermalt cabin cruiser, presskannemalt havseiler og kokemalt snekke. Koppen og kaffen er svært ettertraktet og er blitt en identitetsmarkør for målgruppen på sjøen.

### Flere digitale uttak

En sentral del av *Klar for sjøen* går ut på at kampanjepartnerne er til stede på arrangementer der målgruppen er, og sprer budskapet om godt alkove. Covid-19 og smittevernsrestriksjonene gjorde at årets *Klar for sjøen*-kampanje måtte justeres.

— Ekte kapteiner drikker kaffe.

I 2020 prioriterte vi derfor å nå målgruppen med digital kommunikasjon. Kampanjen bestod av seks filmer som på ulike måter tematiserte at ekte kapteiner foretrekker kaffe i koppen. I tillegg hadde vi tre konkurranser i sosiale medier og faktabaserte nettartikler om alkohol som risikofaktor på sjøen.

I tillegg til rene digitale uttak gjennomførte vi uttak i skjæringspunktet mellom det digitale og det fysiske. I samarbeid med Av-og-til-kommuner gjemte vi kapteinens kopp på ulike steder rundt om i landet og informerte om konkurransen i Facebook-innlegg som var rettet mot kommunene der koppen var gjemt. De som fant koppen, vant den og et utvalg med kapteinens kaffe.

På grunnlag av innspill og retningslinjer fra Folkehelseinstituttet utviklet Av-og-til en





materiellhåndteringspraksis og gjorde materiell tilgjengelig for bestilling og bruk. Alle partnerne som deltok i *Klar for sjøen*-kampanjen, var kreative og klarte – til tross for covid-19 – å være til stede ved aktiviteter og arrangementer på i alt 102 ulike steder gjennom sommeren. Politiet langs kysten brukte kampanjens lakrisbåter og budskap i det forebyggende arbeidet på sjøen.

#### Bred pressedeckning

Media er en viktig kanal for å nå ut til målgruppen, og *Klar for sjøen*-kampanjen ble omtalt i 112 pressesaker i 2020, med god hjelp fra kampanjepartnerne og Av-og-til-kommuner. Dette er en økning fra 2019.

Lokalviser landet rundt publiserte for eksempel innlegget «Også de korteste turene blir farlige med promille», der vi oppfordret båtfolket

til å beholde alkovettet også etter at båten er fortøyd og de bare skal bruke den som soveplass. NRK og flere andre medier omtalte en sak fra oss om at unge har de dårligste holdningene til alkoholbruk på sjøen. En posttest av kampanjen, gjennomført i samarbeid med Ipsos, viser at 29 prosent av målgruppen hadde lagt merke til kampanjen. Av disse svarte 7 prosent at kampanjen hadde innvirkning på deres egen drikking som båtfører på sjøen. Resultatene er på nivå med tidligere år.

Ifølge Sjøfartsdirektoratet gikk tallet på personer som omkom i fritidsbåt, ned med åtte personer i 2020 sammenlignet med 2019. Dette til tross for en aktiv sommer med mye folk på sjøen. ■

#### Følgende kampanjepartnere bidro til å gjøre norske båtfolk klare for sjøen i 2020:

- Kongelig Norsk Båtforbund
- Oslofjorden Båteierunion
- NORBOAT
- Kongelig Norsk Seilforening
- Norges Seilforbund
- Redningsselskapet
- Norges Røde Kors
- Friluftsrådernes Landsforbund
- Sjøfartsdirektoratet
- Politidirektoratet
- Kystvakten, Kartverket
- Kystverket og
- Av-og-til.



## Idrett

Nedstengingen av idrettsaktiviteter gjorde barn og unge ekstra utsatte våren 2020. Det var med på å avgjøre hva som ble viktigst i Av-og-tils arbeid med idrett.

Idretten er avgjørende for mange barn og unge. Ifølge Ungdata er 93 prosent av alle barn og unge innom organisert idrett i løpet av oppveksten. Dermed er idretten også et fristed for mange av de 90 000 barna som har foreldre som sliter med alkohol. I idretten kan de oppleve mestring, treffe trygge voksenpersoner og bli fanget opp om de trenger hjelp.

Målet med idrettsarbeidet til Av-og-til er nettopp å skape et trygt og godt idrettsmiljø for barn og unge utøvere. Smittevernsrestriksjonene våren 2020, som førte til at barnehager, skoler og idrettsaktiviteter ble stengt ned, gjorde barn og unge ekstra utsatte. Dette fikk stor betydning for hvordan vi innrettet arbeidet vårt. Kampanjen ble skjøvet fra vår til tidlig høst, og vi rettet i større grad enn tidligere år oppmerksomheten på idretten som sikkerhetsnett for sårbare barn. Det var ekstra viktig for oss å synliggjøre hva voksne i idretten bør gjøre dersom de er urolige for

et barn eller en ungdom. Dette ble et gjennomgående grep i årets idrettskampanje.

### Utvidet verktøykasse

På [avogtil.no/idrett](http://avogtil.no/idrett) finnes det en verktøykasse med hjelpemidler som klubber og særforbund kan ta i bruk gjennom hele året. Verktøyene er utviklet for å nå voksne som er involvert i barne- og ungdomsidretten, og kan brukes på trenersamlinger, foreldremøter og andre arenaer.

I år ble verktøyet utvidet med konkrete tips til hva man gjøre dersom man er urolig for et barn på idrettslaget. I tillegg forbedret vi verktøyene som allerede var tilgjengelig.

### Triksedugnad nådde bredt ut

Årets kampanjetopp bestod av mange og varierte uttak. Vi gjennomførte en undersøkelse blant ungdom og produserte flere filmer for å nå ulike målgrupper. I tillegg arrangerte vi en

triksedugnad for å rette oppmerksomheten mot de 90 000 barna med foreldre som drikker for mye.

I triksedugnaden hadde vi som mål å samle inn 90 000 triksinger – én triksing for hvert av barna som kommer på trening med en vond og vanskelig hemmelighet hjemme. Slik ville vi bevisstgjøre trenere og lagledere om sårbare barn i idretten på en ny og engasjerende måte. Vi ønsket også å gjøre befolkningen generelt bevisst på hvor viktig det er å se de sårbare barna rundt seg. Triksingene ble samlet inn ved at folk filmet seg selv mens de trikset, og deretter delte filmsnuttene i sosiale medier.

Vi fikk bidrag fra mange ulike aktører i triksedugnaden: ordførere, politikere, kjendiser, skoler, kommuner, idrettsklubber og enkeltpersoner. Elite-serielagene Stabæk, Brann, Lyn og Vålerenga, barne- og familieminister Kjell Ingolf Ropstad, Henriette Steenstrup, Venke Knutson, Camilla Herrem og representanter for politiet





– Smørås IL er mer enn fotball! Dette er drømmen, dette er grunnen til at vi gleder oss til å stå på hver eneste dag. Ikke for å skape den ene landslagsspilleren, det er bare en bonus – men for å skape det trygge, gode og utviklende oppvekstmiljøet med plass til alle ♥

–SMØRÅS IL

og brannvesenet var blant dem som deltok.

Det brede engasjementet gjorde at vi samlet inn nærmere 80 000 triksinger, og mange fikk med seg dugnaden. De som bidro, har totalt 870 000 følgere i sosiale medier. Det betyr at budskapet nådde bredt ut, og at mange har reflektert over sårbare barn i idretten.

#### De ti særforbundene

##### Av-og-til samarbeider med:

- Norges Fotballforbund
- Norges Håndballforbund
- Norges Kampsportforbund
- Norges Danseforbund
- Norges Svømmeforbund
- Norges Rytterforbund
- Norges Skiskytterforbund
- Norges Badmintonforbund
- Norges Friidrettsforbund
- Norges Gymnastikk- og turnforbund

#### Når idretten betyr alt

Personlige historier er viktige for å skape engasjement om temaene Av-og-til jobber med. I årets kampanje delte 28-åringen Ole Tobias Mehn-Andersen sin historie. Han forteller om hvordan det var å vokse opp med en mor som slet med rus, og at idretten var livsviktig for ham. Hovedbudskapet i Ole Tobias' historie er hvor viktig det er å se alle barn og ungdommer som kommer på trening, og hvor viktig det er at også inkludering står i fokus i ungdomsidretten, ikke bare prestasjoner.

Vi engasjerte også pressen i arbeidet med å rette oppmerksomheten mot temaet i kampanjen. Vi gjennomførte en undersøkelse blant idrettsungdom om idrettens betydning for dem og deres forhold til alkohol, og brukte funnene fra denne undersøkelsen i pressearbeidet. I mange av presse-sakene snakket vi om hvordan koronapandemien og nedstengingen av idretten går utover dem som trenger friarenaen idretten kan gi. Vi tok også til orde mot utstyrsjaget i idretten og pekte på at det kan gå

utover dem som trenger idretten mest. I tillegg deltok vi i den offentlige debatten om skjenking på idrettsarenaer etter at Norges Fotballforbund åpnet for å selge alkohol på fotballarenaer.

#### Av-og-til kommunene er opptatt av idrett

Samarbeidet med Av-og-til-kommunene er viktig for å nå ut med budskapet lokalt. Mange av disse kommunene er opptatt av å skape trygge rammer for barna i idretten. De går i dialog med lokale idrettslag og bruker ressursene i verktøykassen. Seks ordførere deltok på triksdugnaden. Av-og-til brukte ordførernes engasjement til å ta kontakt med klubber lokalt for å få dem til å jobbe med alkohol i klubben.

#### Viktig samarbeid

Det har hele tiden vært viktig å spille på lag med idretten i arbeidet vi gjør med idrett. Vi samarbeider med særforbund og Norges Idrettsforbund og tilbyr foredrag om sårbare barn og unge til samlinger for klubber, lagledere og trenere. ■



# Livskriser

2020 ble det året da vi gikk i dybden for å skildre hvordan alkoholen kan påvirke oss når vi er i en livskrise eller har psykiske utfordringer. Gjennom en dokumentar og en podkastserie ble vi kjent med mennesker som har brukt alkoholen til å døyve vanskelige følelser.

Når man er i en sårbar periode i livet, kan et ekstra glass alkohol legge en kortvarig demper på smerten, men det kan også bli starten på et nytt problem. Alkohol og psykiske helseproblemer virker inn på hverandre og forsterker hverandre. Vi sier at det er dumt å fylle på med mer når det allerede er litt for mye.

## Tabubelagte temaer

I 2020 valgte vi å arbeide med to grupper som sjelden blir omtalt når det er snakk om alkoholproblemer: unge menn og ressurssterke kvinner. Vi vet at unge menn er de som drikker mest og som oftest drikker for å døyve vanskelige følelser. Det er vanskelig å nå denne målgruppe og få dem til å snakke om problemene.

Blant de ressurssterke kvinnene er det tabu å vedgå at man har et alkoholproblem, og denne gruppen blir raskt glemt når man tar opp temaet fordi de fikser livet ellers.

Temaene ble belyst gjennom en dokumentarfilm og en podkastserie. Disse formatene gjør det mulig å gå i dybden, få frem refleksjoner og ta opp vanskelige problemstillinger knyttet til alkohol og psykisk helse.

## «Damer som drikker»

I samarbeid med Filt Oslo og programleder Ida Pallin lanserte vi podkasten «Damer som drikker» for å åpne opp for en mer åpen og informert samtale om hvordan kvinner bruker alkohol, og hvordan de har det med

den. Spørsmålet som gikk igjen i podkasten, var «Når har man egentlig et alkoholproblem?». Gjennom åtte episoder ble vi kjent med damer som av ulike grunner har utfordringer knyttet til egen alkoholbruk. Episodene handlet blant annet om «Maria» som synes det er vanskelig å flørte uten å drikke, «Anna» som har begynt å drikke enda mer under koronapandemien, og «Maiken» som snakker om å være edru i det skeive miljøet. I løpet av den første uka klatret podkasten opp på femte plass på iTunes' toppliste.

Programleder Ida Pallin gjestet «God morgen, Norge» for å snakke om kvinners alkoholbruk, podkasten og Av-og-til. Hun var også gjest i



Filmen hadde premiere på Frogner kino. Etter filmvisningen fulgte en panelsamtale om alkohol og psykisk helse. Av-og-tils generalsekretær Randi Hagen Eriksrud ledet samtalen mellom Jesper Kolstad Rødseth og Tove Gundersen, generalsekretær i Rådet for psykisk helse.





Illustrasjon: Astrid Ellensdatter Mork-Knutsen

P3-programmet «Norske tilstander» og i podkasten «Femihelse».

#### «Kjære pappa»

Jesper Kolstad Rødseth står bak filmen «Kjære pappa», som er en dokumentar om ham selv og hans forhold til sin avdøde far. Jesper åpner opp om egne alkoholproblemer og hvor viktig det er å snakke høyt om det mørket som kan bygge seg opp på innsiden, selv om man ser vellykket ut på utsiden. Filmen bryter ned tabuer rundt menns psykiske helse, og filmen er en aktuell ressurs i lokalt forebyggingsarbeid.

#### Bekymret for alkoholbruken til en venn eller et familiemedlem

I en landsdekkende undersøkelse som Ipsos gjennomførte for Av-og-til i 2020, oppga nesten hver fjerde nordmann at de hadde vært bekymret for at en venn eller et familiemedlem var i ferd med å utvikle et alkoholproblem. I tillegg oppga nesten to av ti at de hadde drukket alkohol for å dempe personlige problemer. Undersøkelsen viser at tallet er høyest blant unge voksne, og 35 prosent av unge mellom 18 og 29 år oppga at de hadde drukket for å dempe personlige problemer.

Undersøkelsen gjorde det mulig for oss å løfte viktige problemstillinger knyttet til alkohol og psykisk helse i samfunnsdebatten. Undersøkelsen ble brukt i presseoppslag i Av-og-til-kommunene, studentmedier og nasjonale medier.

Gjennom året hadde vi flere kronikker om alkohol og korona. Vi ønsket å hjelpe folk med å ta gode valg og ikke drikke på seg dårlige vaner under koronapandemien. ■

– Jeg har stort sett hatt flasker hjemme. Men under koronaen har jeg kjøpt kartonger. Og det har gått mange kartonger.

ANNA







## Trafikk

I hver fjerde dødsulykke på norske veier er føreren ruspåvirket. Vi vet at alkohol og trafikk er en farlig kombinasjon og setter liv i fare. Derfor jobber Av-og-til for alkoholfrie veier.

Uansett om du er på vei til fest etter noen øl, på vei hjem fra en venn etter en halv flaske vin eller på vei til trening med dagen derpå-promille: Alkohol påvirker egenskaper som er helt sentrale for å kunne kjøre bil. Med promille blir vi mer risikovillige og mer impulsive. Samtidig reagerer vi tregere, og vi blir dårligere til å vurdere konsekvenser.

### Nye veier

Av-og-til har i flere år samarbeidet med Utrykningspolitiet om politiets to årlige ruskontrolluker – én om sommeren og én rundt juletid. Som følge av koronapandemien ble det imidlertid ikke gjennomført noen tradisjonelle massekontroller i ruskontrollukene. Dermed ble vi tvunget til å tenke nytt. Tidligere har vi stilt på kontrollene for å dele ut faktabasert informasjonsmateriell, flyere, isskraper og drops, men i 2020 måtte vi finne til dels nye måter å nå ut til befolkningen på.

Løsningen ble å bruke våre egne

kanaler og kommersielle flater i større grad enn tidligere. I Av-og-tils sosiale kanaler delte vi kampanjefilmer med budskapet «Er du i tvil, ikke kjør bil». Det samme budskapet ble spredd i radioreklamer over hele landet. Vi delte en hyllest i form av en kampanjefilm til den velkjente alkoholfrie drinken Olsen driver, som fylte 40 år. Vi delte nære og alvorlige historier om personer som har opplevd ulykker og dødsfall som følge av promillekjøring. Og vi jobbet for å få oppmerksomhet i media – ofte i samarbeid med Av-og-til-kommuner og ofte basert på tall fra undersøkelser bestilt av Av-og-til. På de store utfartsdagene jobbet vi for å få folk til å ta i bruk promillekalkulatoren, vårt eget verktøy. Målet var at flere skulle sjekke om de hadde promille før de satte seg bak rattet.

### En viktig samtale

Selv om vårt tradisjonelle arbeid med alkohol i trafikken ble påvirket av pandemien, satte vi alkohol og trafikk på dagsordenen for mange. Vi fikk en

rekke medieoppslag gjennom året. Der stilte vi blant annet spørsmål om hvor mange som kjenner personer som har kjørt beruset, og hvor mange som har sittet på med en beruset fører. Vi formidlet også at vi var ekstra bekymret siden flere skulle feriere mer hjemme – og kjøre mer bil. Vi ba folk la bilen stå om de var i tvil, og vi skrøt av dem som er med på å gjøre en forskjell for å bekjempe alkohol i trafikken.

I våre egne kanaler opplevde vi et sterkt engasjement. Tusenvis sjekket promillen med promillekalkulatoren. Vi nådde flere hundre tusen med filmene som vi la ut i sosiale medier, og som oppfordret folk til å la bilen stå om de er i tvil. Og da de personlige historiene – én om en mor som mistet datteren i en ulykke hvor føreren var beruset, og én om en som ble kraftig skadet av å kjøre i beruset tilstand – ble publisert, hadde vi nær 70 000 sidevisninger på nettsidene våre. ■



# Verktøyene våre

Av-og-til jobber etter en bred kampanjemodell som tar utgangspunkt i anbefalinger fra Verdens helseorganisasjon. Vi bruker tre sentrale virkemidler for å drive god forebygging og effektivt kampanjearbeid:

- samarbeid og lokal iverksettelse
- kompetanse og informasjon
- kommunikasjon

For å nå det overordnede målet vårt har Av-og-til valgt ut følgende satsingsområder:

alkovett, arbeidsliv, båt- og badeliv, graviditet, idrett, livskriser, trafikk og samvær med barn og unge. Målgruppen er den voksne befolkningen som drikker alkohol.



# Samarbeid og lokal iverksettelse

2020 var et spesielt år for mange av samarbeidspartnerne våre i Kommune-Norge.

Vi var opptatt av å bistå dem med å nå ut med relevant og god informasjon i et år som var krevende for befolkningen.

Samarbeid er viktig for at Av-og-til skal nå ut til det norske folk. Vi jobber sammen med mange ulike aktører som kommuner, medlemsorganisasjoner, etater, idrettslag, særforbund og frivilligheten. Hvem vi samarbeider med, er avhengig av hvilken tematikk vi jobber med, og hvilke målgrupper det er viktig å nå ut til. Når mange ulike stemmer for midler og gjentar betydningen av godt alkovett, får vi et budskap med langt større slagkraft.

## Av-og-til Lokalt

Av-og-til samarbeider med kommuner over hele landet om lokaltilpasset forebygging. Av-og-til Lokalt legger til rette for god kommunikasjon og dialog mellom kommunenes innbyggere og kommuneansatte som jobber forebyggende.

Samarbeidet blir tilpasset lokale behov

og er et viktig bidrag i det kommunale rusmiddelpolitiske arbeidet. I tillegg til løpende arbeid, bruker kommunene Av-og-tils kampanjer som et virkemiddel for å nå ut til innbyggerne

med informasjon og budskap om alkovett.

Arbeidet i Av-og-til Lokalt er helsefremmende, forebyggende og rettet mot hele befolkningen. Metoden er utviklet av Av-og-til i samarbeid med kompetansesenter på rus og er basert på forskning om alkoholforebygging og erfaring fra kampanjearbeid.

## Pandemi og forebygging lokalt

Mange kommuner var hardt rammet av koronapandemien, og de var sentrale i arbeidet med å begrense smitte og beskytte sårbare grupper. Smittevernstiltakene hadde innvirkning på hvilken tematikk det var

aktuelt å ta opp i kommunene, og hvordan det var mulig å gjennomføre forebyggingen lokalt. En del av Av-og-til-koordinatorene, som leder samarbeidet med oss i kommunene, fikk endrede arbeidsoppgaver. Andre måtte tenke nytt for å nå ut til folk, da det var vanskelig å iverksette oppsøkende forebyggende aktiviteter lokalt. Utdeling av fysisk materiell ble mindre relevant, og dette ble løst ved å tilrettelegge for kommunikasjon i kommunenes digitale flater.

Av-og-til var opptatt av å støtte kommunene i den krevende situasjonen. Vi bistod kommunene med kommunikasjon om sårbare barn og kom med forslag til hva de burde formidle til befolkningen når skoler, barnehager og fritidsaktiviteter ble stengt. Av-og-til måtte tilpasse planene til situasjonen etter hvert som den utviklet seg gjennom året. På forsommeren var ungdomsfester og smitte blant unge et tema mange kommuner var opptatt av.

## Nye nettsider for Av-og-til Lokalt

Samarbeidet mellom Av-og-til og



## AV-OG-TIL-kommuner per 2020

- |            |               |               |             |               |              |
|------------|---------------|---------------|-------------|---------------|--------------|
| • Aurskog- | • Evje og     | • Holmestrand | • Lindesnes | • Steinkjer   | • Vadsø      |
| • Høland   | • Hornnes     | • Hyllestad   | • Melhus    | • Stord       | • Valle      |
| • Bogn     | • Fjaler      | • Karmøy      | • Risør     | • Stor-Elvdal | • Vindafjord |
| • Bygland  | • Fredrikstad | • Kvam herad  | • Røst      | • Strand      | • Voss herad |
| • Bykle    | • Færder      | • Kvitsøy     | • Sandnes   | • Sunnfjord   | • Ørsta      |
| • Bærum    | • Gjesdal     | • Larvik      | • Sarpsborg | • Sveio       | • Ål         |
| • Bømlø    | • Gloppen     | • Lebesby     | • Sokndal   | • Sykkylven   | • Ålesund    |
| • Dønna    | • Haugesund   | • Leirfjord   | • Stange    | • Tysvær      | • Åmli       |
| • Etne     | • Hol         | • Lier        | • Stavanger | • Ullensaker  | • Åseral     |



Foto: Privat



Foto: Gro Eia Østby/Dalane Tidende



Foto: Privat

kommunene er populært, og de siste årene har vi fått flere samarbeidskommuner, og mange av disse har mange innbyggere. Det er viktig for oss å sørge for at vi kan fortsette å utvide samarbeidet samtidig som vi opprettholder kvaliteten i tilbudet.

Et viktig tiltak gikk ut på at vi i 2020 lanserte nye nettsider for samarbeidet mellom Av-og-til og samarbeidskommunene. Målet med nettsidene er å effektivisere samarbeidet, gjøre det enklere for kommunene å finne informasjon om alkoholforbygging og synliggjøre hvordan Av-og-til kan bistå dem i arbeidet. I tillegg inneholder

nettsidene materiell de kan bestille. Sidene er blitt godt mottatt.

I februar ble årets konferanse for Av-og-til-kommunene avholdt i Oslo. 67 representanter fra til sammen 36 Av-og-til-kommuner deltok på konferansen. Kommunene fikk faglig påfyll, utvekslet erfaringer og planla årets arbeid.

### En ny type engasjement

Av-og-til-kommunenes arbeid knyttet til temaet Båt- og badeliv ble direkte påvirket av smittevernsrestriksjonene. Mulighetene til å oppsøke lokale båtfolk og feriegjester ble mindre. Vi utviklet derfor et tiltak i skjæringspunktet mellom det digitale og det fysiske som gjorde det mulig for Av-og-til-kommunene å gjennomføre kampanjen i en litt annen utgave. Hver kommune gjemte kapteinens kopp, et sentralt element i Klar for sjøen-kampanjen, på et kjent

landemerke ved sjøen i kommunen. Dette ble formidlet i digitale kanaler og gjennom pressen.

Når det gjelder temaet idrett, er det vanlig at kommunene tar initiativ til dialog og infomøter med lokale idrettsklubber om hvordan klubbene kan bli trygge arenaer for alle barn. I 2020 bidro flere sporty ordførere og andre aktører fra Av-og-til-kommunene til å sette temaet på dagsordenen lokalt ved

å delta i triksedugnaden, som rettet søkelyset mot de 90 000 barna som har foreldre som sliter med alkohol.

### Kjipe foreldre i kommunene

I Av-og-til-kommunene brukes «Kjipe foreldre»-foredrag og tilhørende materiell for å komme i dialog med foreldregruppen. Dette er en tematikk som er spesielt relevant på høsten i forbindelse med skolestart og foreldremøter. I 2020 bidro mange kommuner til å få frem hvor viktig foreldrerollen er i ungdomsårene, gjennom foreldremøter, lokale medier, sosiale medier og skolens digitale kanaler. 26 kommuner deltok på ett eller flere av tiltakene Av-og-til la til rette for disse høststøkene. I Færder ble det arrangert et stort digitalt foreldremøte med 375 påmeldte foreldre, der Av-og-til deltok som innleder sammen med politi, natteravnene, Røde Kors og ungdomsrådet i kommunen.

### Nye kommuner

Ved inngangen av 2020 trådte kommunereformen i kraft. Flere av samarbeidskommunene våre var direkte berørt av kommunesammenslåingene, og antall Av-og-til-kommuner ble redusert. Samtidig økte det totale antallet innbyggere i 2020 som bor i en Av-og-til-kommune. Ved utgangen av 2020 hadde Av-og-til 52 samarbeidskommuner, og 1 108 000 mennesker bor i en Av-og-til-kommune. Nye kommuner som kom til i 2020, var Stavanger, Vadsø, Stor-Elvdal, Lindesnes, Fredrikstad og Holmestrand. ■



Faksimile: Strandbuen





Foto: Privat

# Kompetanse og informasjon

For at folk skal kunne ta gode valg for seg selv og sin egen helse, er det viktig at kunnskap og forskning om alkohol er tilgjengelig og forståelig for dem.

Av-og-til baserer all sin virksomhet på oppdatert kunnskap om alkoholskader og drikkemønstre. Vi samarbeider med relevante forsknings- og kompetansemiljøer og bruker nettsider, sosiale medier og media for å formidle kunnskapen til folk.

## Egne undersøkelser

I 2020 gjennomførte Av-og-til flere undersøkelser ved hjelp av meningsmålingsbyråer. Undersøkelsene viser hvordan det står til med holdningene og atferden på landsbasis og i den enkelte Av-og-til-kommune. Det gir oss mulighet til å tilpasse forebyggingsarbeidet til utfordringer i de ulike kommunene.

I 2020 gjennomførte vi også noen spørreundersøkelser med spesifikke temaer. I en av undersøkelsene, som ble gjennomført våren 2020, stilte vi spørsmål om koronapandemien og hvordan den påvirket den psykiske helsen og alkoholvaner. Funnene i undersøkelsen ga oss muligheten til å formidle hvor viktig det var med gode

alkoholvaner i et år som var krevende for mange. Høsten 2020 gjennomførte vi en undersøkelse blant ledere i Oslo, Trondheim og Bergen, der vi spurte lederne hvordan pandemien og bruk av hjemmekontor hadde påvirket arbeidsmiljøet og de ansattes helse og alkoholforbruk.

Av-og-til samarbeider med ulike forskningsmiljøer og deltar som eksperter i ulike prosjekter. Vi deltar også på faglig relevante konferanser og møteplasser i inn- og utland, både som deltakere og bidragsytere. Eksempler på slike fora er Eurocare (European Alcohol Policy Alliance) og Eucam (European Centre for Monitoring Alcohol Marketing).

Av-og-til jobber også målrettet med å spre informasjon om alkohol og holdninger til alkoholbruk i media. Ved å opprettholde en nær kontakt med journalister og sørge for at vi alltid har oppdatert kunnskap, ønsker Av-og-til å være en relevant kilde for journalister og andre når det gjelder

spørsmål om alkohol og alkovevt. Kunnskapen deles også i sosiale medier og på nettsidene våre. På avogtil.no får folk tilgang til forskning og kunnskap om alkohol og konsekvensene av å drikke, og de som er bekymret for sine egne eller andres drikkevaner, kan finne veiledning der.

Av-og-til holder også foredrag om de ulike temaene vi jobber med. Fra mars og ut året ble noen foredrag avlyst, og en del ble flyttet over til digitale flater. ■





Faksimile: NRK



Faksimile: Tv2



Faksimile: NRK



Faksimile: NRK

# Kommunikasjon

I et år preget av sosial nedstenging og få fysiske møteplasser ble Av-og-tils digitale kommunikasjon viktigere enn noensinne i arbeidet med å endre folks alkoholvaner.

Av-og-til har alltid satset stort på digital kommunikasjon, både i det løpende arbeidet og i kampanjene. I 2020 ble de digitale kanalene enda viktigere. Koronapandemien og tiltakene knyttet til den sendte store deler av Norge hjem. Folk fikk beskjed om å treffe færrest mulig, og både skole- og arbeidslivet ble i perioder flyttet hjem i stua. Pandemien fikk store konsekvenser for måten folk levde livet sitt på, noe som igjen fikk konsekvenser for Av-og-tils kommunikasjon.

## Økt digitalisering

Av-og-til måtte ikke avlyse planlagte kommunikasjonsaktiviteter i 2020, men restriksjonene knyttet til pandemien førte til at noen av kampanjene ble flyttet i tid. Idrettskampanjen, som opprinnelig skulle lanseres i mars, ble utsatt til barneidretten åpnet igjen i august, og ungdomskampanjen ble flyttet til sommeren og høsten da koronarestriksjonene var mindre inngripende. I tillegg ble digital

kommunikasjon en enda viktigere bærebjelke i gjennomføringen av samtlige kampanjer. Særlig tydelig ble dette i trafikkampanjen og *Klar for sjøen*-kampanjen, der antall stander og fysiske møter og utdelingen av materiell ble redusert, mens nettar-tikler, digitale konkurranser og andre tiltak i tradisjonelle og sosiale medier ble prioritert høyere. Også Av-og-tils foredragsvirksomhet ble gjort digital i 2020, og informasjonsmateriell ble

i flere kommuner erstattet av digital informasjon på nett og infoskjærmer.

## Bekymret for koronadriking

Pandemien påvirket også innholdet i Av-og-tils kommunikasjon. Medieoppslag om økt alkoholsalg, stengte skoler og omdisponering av helse-sykepleiere gjorde at Av-og-til tidlig ble bekymret for hvilke konsekvenser pandemien ville få for alkoholbruken, og hvilke konsekvenser den ville få for barn og unge. Av-og-til tok opp denne bekymringen en rekke ganger i 2020, både i mediedebatten og i sosiale medier. Både barne- og



Faksimile: VG

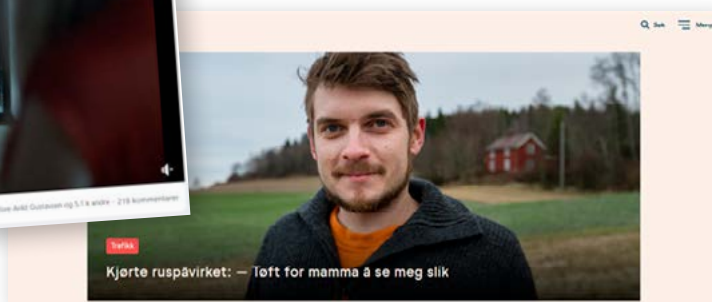
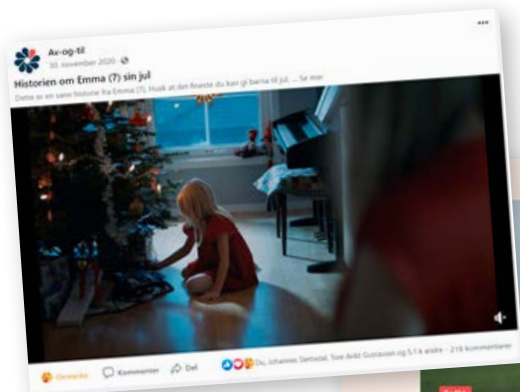




idrettskampanjen hadde i 2020 et tydelig fokus på hvordan vi kan hjelpe barn som har det vanskelig hjemme. Når det gjaldt arbeidslivet, var Av-og-til opptatt av hvordan hjemmekontor og færre møteplasser påvirker alkoholkonsumet og ansattes psykiske helse.

### Enorm vekst på nett

I hjemmeåret 2020 var det også naturlig å satse ekstra på nettsidene våre. Av-og-til har de siste årene jobbet systematisk med å øke trafikken til nettsidene, og 2020 var et rekordår for avogtil.no, med 2,3 millioner sidevisninger, noe som tilsvarte et gjennomsnitt på 44 000 sidevisninger i uka. I 2019 kom mye av nettrafikken fra promillekalkulatoren. Det gjorde den også i 2020. Vi ser at nettbaserte verktøy er populære blant brukerne, og i november 2020 lanserte vi nok et verktøy – testverktøyet Drikkestatus. Drikkestatus lar deg kartlegge drikkevanene dine og gir deg en tilbagemelding på hvor stor risiko som er forbundet med alkoholbruken din.



Gjennom et samarbeid med NRK og dokumentarserien «Innafor», der en av episodene handlet om unge alkoholikere, nådde verktøyet ut til svært mange kort tid etter lansering, noe som sørget for besøksrekord på avogtil.no.

### Mer spesifikke målgrupper

Av-og-til jobbet i 2020 målrettet med å nå ut til grupper som ikke nødvendigvis kjenner til eller følger oss fra før. Samarbeidet med NRK var et av flere tiltak for å nå ut til unge voksne. Fra befolkningsundersøkelser vet vi at unge voksne drikker mye hver gang de drikker, og at de er mer bekymret for eget alkoholkonsum enn andre. Derfor samarbeidet Av-og-til i 2020 om to produksjoner med unge voksne som en viktig målgruppe. Den ene var podkasten «Damer som drikker», der åtte kvinner forteller om alkoholbruken sin. Den andre var dokumentarfilmen «Kjære pappa», der regissør Jesper Kolstad Rødseth, som mistet faren sin til alkoholen da han var yngre, tar et oppgjør med drikkemønsteret sitt som ung voksen. I tillegg prioriterte vi synlighet i studentmedier høyt, og i sosiale medier kjørte vi strategisk annonsering som var direkte rettet mot de målgruppene som ikke følger Av-og-til allerede.

I et år der drikkevanene våre naturlig nok endret seg en del, og flere drakk mer hjemme innenfor husets fire vegger, var det også viktig for oss å utfordre oppfatningen av hva det vil si å ha et alkoholproblem.

### Tydeligere stemme i samfunnsdebatten

Av-og-til har som mål å sikre en jevn tilstedeværelse i lokale, regionale

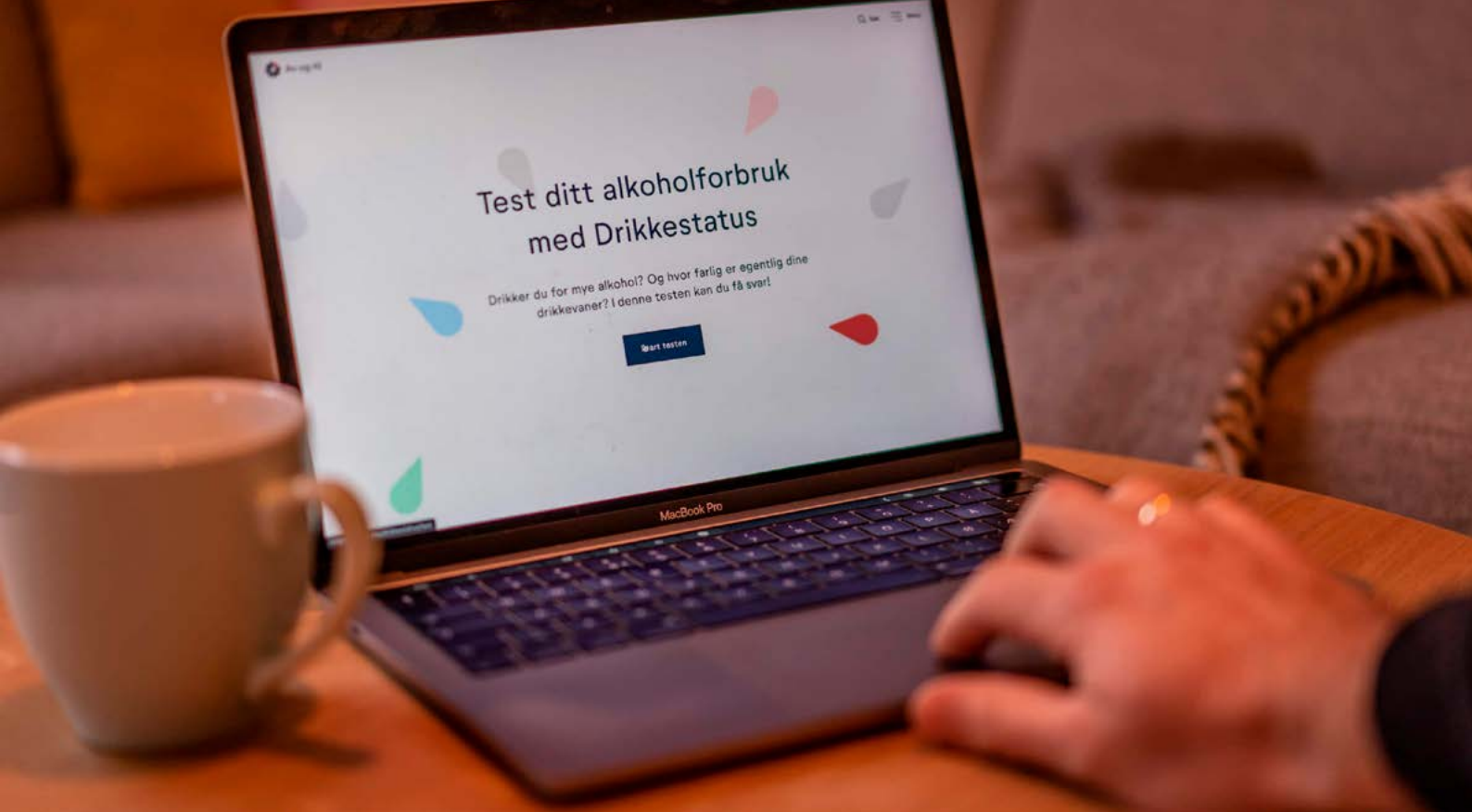
og nasjonale medier og å være en premissgiver og informasjonsleverandør på alkoholfeltet. Derfor gjennomførte vi også i 2020 flere store spørreundersøkelser for å hente inn ny og kvalitetssikret kunnskap om nordmenns holdninger til og bruk av alkohol. Funnene fra undersøkelsene, som ble gjennomført av meningsmålingsbyråer, ble brukt i en rekke medisaker i løpet av året.

Bred pressedeckning er et sentralt mål i alle Av-og-tils kampanjer, og en betydelig andel av presseoppslagene i 2020 var knyttet til kampanjene våre. Av-og-til var totalt omtalt i 1123 presseoppslag i 2020. Det er en liten økning fra 2019. Mange av oppslagene var knyttet til koronatiltakene og hvilke konsekvenser de har for alkoholvanene våre og livet til barn, unge og andre pårørende.

Den største og viktigste kommunikasjonskanalen til Av-og-til er likevel sosiale medier. Ved utgangen av 2020 hadde Av-og-til 95 000 følgere på Facebook, der de ulike kampangebudskapene til sammen hadde flere millioner visninger. I tillegg var vi aktivt til stede på Instagram og YouTube. Av-og-til har ikke egne kanaler på Snapchat og Tik Tok, men har likevel vært til stede der gjennom kanalene til medier som VG og NRK Super, og ved at påvirkere deler stoff fra oss på kontoene sine.

Den høye synligheten i tradisjonelle og sosiale medier gjør at mange kjenner til Av-og-til og temaene vi jobber med. Befolkningsundersøkelser viser at 37 prosent kjenner til organisasjonen og arbeidet vi gjør for å fremme godt alkovev. ■





# Årets nyvinning: Drikkestatus

Når drikker du egentlig for mye? Det vil vi gi svar på gjennom verktøyet Drikkestatus.

Det finnes mange forestillinger om hva det betyr å ha alkoholproblemer. Er det når du starter dagen med øl? Når du ikke lenger husker sist du var edru? Eller mye tidligere?

Vi opplever mye engasjement og spørsmål rundt hvor grensen egentlig går, og hva som er greit. Det finnes selvsagt ikke et fasitsvar på dette, men med verktøyet Drikkestatus gir Av-og-til deg en pekepinn på hvordan drikkingen din påvirker deg og de rundt deg. Testen er utviklet i samråd med IQ-initiativet i Sverige og er basert på den svenske testen «Alkoholprofilen», som årlig brukes av hundretusener.

Drikkestatus ble lansert i november og fikk i løpet av årets to siste måneder over 46 000 besøk. Over 33 000 fullførte alle de 17 stegene i testen. Dataene viser at brukerne i snitt leser i om lag to minutter på resultatsiden, som er en god indikasjon på at innholdet her engasjerer og gir verdi.

Testen har spesielt unge voksne som målgruppe. I Sverige blir 44 prosent av testene gjennomført av unge voksne mellom 18 og 25 år. Dette er en målgruppe det er vanskelig å nå med budskapet om godt alkoveit. Erfaringene fra Sverige er imidlertid at man her klarer å nå gjennom til de unge med et konkret verktøy som de unge selv ønsker seg og søker etter. Erfaringene fra de to første månedene med testen i Norge tyder på at den vil gjøre det samme her. ■

– Mange vil nok få en aha-opplevelse når de tar testen og ser svart på hvitt hvor mye de drikker.

# Tilbakeblikk

2020 er det siste året i strategiperioden 2016 til 2020.

Faksimilje: NRK



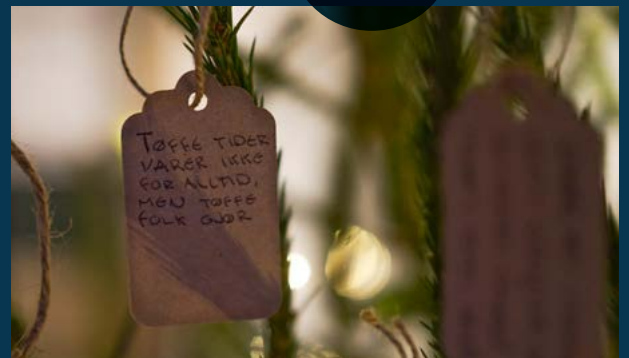
2016



2017



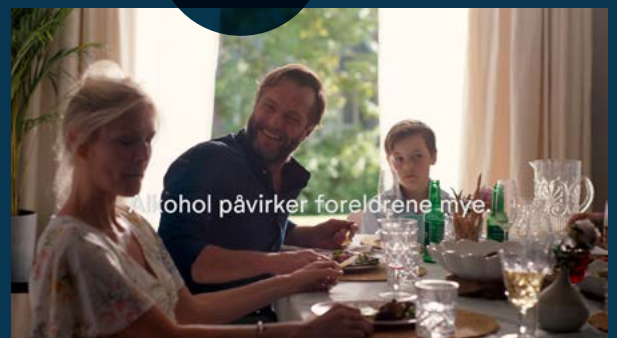
2018



2019



2020





Ved utgangen av 2020 følger **32 prosent** flere Av-og-til på Facebook – og får med det ukentlige nyheter om hvilken rolle alkohol spiller, og bør spille i samfunnet.

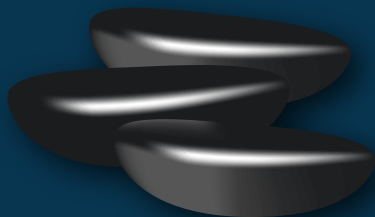
**Aldri før** har flere besøkt Av-og-tils nettsider for å lese om alkoholens bakside.



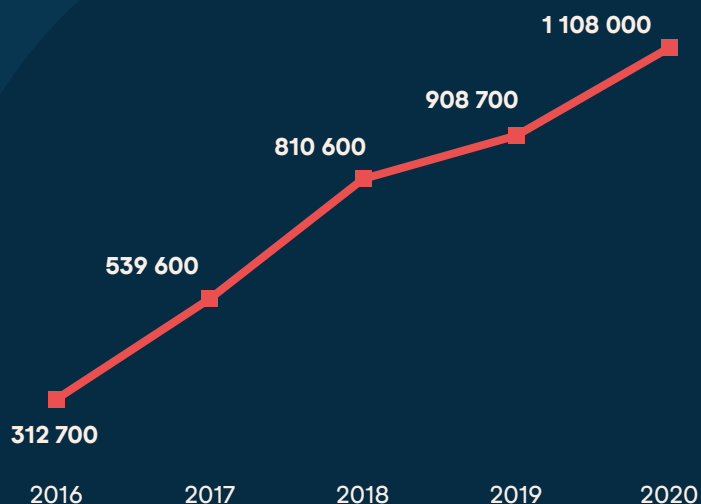
**5 230 ganger**

har nordmenn kunnet lese om alkoveit i media.

Norske båtfolk har fått utdelt **2 633 000 lakrisbåter**



sammen med en påminner om å være edru når man fører båt.



**795 300 flere**

bor i en kommune som samarbeider med Av-og-til om å redusere de skadelige effektene av alkohol.



# Styret og de ansatte

49 frivillige organisasjoner støtter arbeidet med å fremme alkovett og står bak Av-og-til.

Årsmøte i september 2020 valgte følgende styre:

Knut Haugsvær, Frelsesarmeen  
Luisa Klaveness, Actis – Rusfeltets samarbeidsorgan  
Martin Strand, 4H  
Marianne Andersen, Krefthforeningen  
Liv Marie Bendheim, Ung i trafikken  
Heidi Greni, Senterpartiet  
Ingunn Foss, Høyre  
Christian Stoutland, Politidirektoratet  
Susanne Demou Øvergaard, Skeiv verden  
Marte Sletten, Av-og-til (ansattrepresentant)

Lederen velges på årsmøtet, mens styret konstituerer seg selv med nestleder og eventuelle utvalg. Styret har hatt til sammen fire styremøter. Styret behandlet 42 saker i 2020.

Sekretariatet til Av-og-til er lokalisert i Torggata i Oslo. Per 31. desember 2020 bestod staben av ti medarbeidere: generalsekretær, kommunikasjonsleder, seks kommunikasjonsrådgivere, to rådgivere og sekretær. Alle stillingene i Av-og-til blir opprettholdt under forutsetning av årlige bevilgninger.

## Ansatte i løpet av 2020:

Randi Hagen Eriksrud, generalsekretær  
Katrine Gaustad Pettersen, kommunikasjonsleder  
Marte Sletten, rådgiver  
Stina Katrine Bakken, rådgiver  
Trude E. Gaare, kommunikasjonsrådgiver  
Sigbjørn Pettersen Kiserud, kommunikasjonsrådgiver  
Hanne Hjelmungen Lorvik, kommunikasjonsrådgiver  
Christine Brown Vollan, kommunikasjonsrådgiver  
Marianne Nordtveit Woldstad, kommunikasjonsrådgiver  
Alexander Klöver Stenerud, kommunikasjonsrådgiver  
Marion Kristine Gustavsen, kommunikasjonsrådgiver  
May-Linn Lauritzen, sekretær

## Økonomi

For å gjøre arbeidet til Av-og-til mest mulig effektivt utarbeides det målrettede kampanjeplaner for hvert år. Det legges stor vekt på god organisering og på at virkemidlene skal være kostnadseffektive. Styret i Av-og-til har lagt opp til en fleksibel virksomhetsplan. Det skyldes Av-og-tils egenart og at inntektene i hovedsak er basert på tilskudd over statsbudsjettet. Aktivitetsnivået er avhengig av tilskuddets størrelse. Forutsetningen for fortsatt drift er til stede, og årsregnskapet for 2020 er satt opp på bakgrunn av dette.

### INNTEKTER

Inntektene i 2020 var på i alt 21 593 665 kroner. Av de totale inntektene utgjorde bevilgninger over statsbudsjettet 19 900 000. Av andre inntekter mottok Av-og-til 1 672 165 kr i momskompensasjon, og medlemskontingenten beløp seg til 21 500 kroner.

### KOSTNADER

Kostnadene i 2020 var på i alt 21 691 625 kroner. Det ble satset betydelig på informasjons- og kampanjevirkosomhet og på systematisk nettverksarbeid og kartleggingsvirkosomhet.

### RESULTAT

Årsresultatet viser et underskudd på 88 158 kroner.

# Resultatregnskap 2020

	NOTE	2020	2019
<b>DRIFTSINTEKTER</b>			
Kontingenter		21500	20 500
Grunntilskudd	4	19 900 000	19 300 000
Andre inntekter		1 672 165	1 809 293
<b>Sum driftsinntekter</b>		<b>21 593 665</b>	<b>21 129 793</b>
<b>DRIFTSKOSTNADER</b>			
Lønnskostnader	3	5 962 816	5 529 637
Andre personalkostnader	3	431 920	357 793
Fremmede tjenester	3	1 215 265	1 776 199
Reise/Diett		168 905	149 354
Kontorkostnader inkl.elektrisitet og renhold		620 493	613 954
Telefon/porto/kopi/trykksaker		631 629	707 766
Inventar/edb		244 708	231 394
Annet kampanjemateriell/arrangementer		8 991 975	8 676 277
Møter		14 825	109 544
Annonser		2 292 976	1 275 164
Diverse utgifter		108 637	91 921
Markedsundersøkelser		1 007 475	1 064 375
<b>Sum driftskostnader</b>		<b>21 691 625</b>	<b>20 583 378</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>-97 960</b>	<b>546 415</b>
<b>FINANSIELLE INNTEKTER OG KOSTNADER</b>			
Annen renteinntekt/finansinntekt		16 831	3 295
Annen rentekostnad/finanskostnad		7 029	1 373
<b>Netto resultat av finansielle inntekter og kostnader</b>		<b>9 801</b>	<b>1 922</b>
<b>ORDINÆRT RESULTAT</b>		<b>-88 159</b>	<b>548 338</b>
<b>ÅRSRESULTAT</b>		<b>-88 158</b>	<b>548 338</b>
<b>OVERFØRINGER TIL EGENKAPITAL</b>			
Overført til/fra annen egenkapital	5	211 842	248 338
Avsatt/bruk Idrett-kampanje 2020	5	-300 000	300 000
<b>Sum overføringer til egenkapital</b>		<b>-88 158</b>	<b>548 338</b>

# Balanse

	NOTE	31.12.2020	31.12.2019
<b>EIENDELER</b>			
<b>OMLØPSMIDLER</b>			
<b>Fordringer</b>			
Kortsiktige fordringer	1	119 360	82 940
<b>Sum fordringer</b>		<b>119 360</b>	<b>82 940</b>
<b>Bankinnskudd, kontanter og lignende</b>	2	<b>5 591 016</b>	<b>4 739 703</b>
<b>Sum totale omløpsmidler</b>		<b>5 710 375</b>	<b>4 822 643</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>5 710 375</b>	<b>4 822 643</b>
<b>EGENKAPITAL OG GJELD</b>			
<b>EGENKAPITAL</b>			
<b>Opptjent egenkapital</b>			
Annen egenkapital	5	2 646 417	2 434 575
Avsetning Idrett-kampanje 2020	5	0	300 000
<b>Sum opptjent egenkapital</b>		<b>2 646 417</b>	<b>2 734 575</b>
<b>Sum total egenkapital</b>		<b>2 646 417</b>	<b>2 734 575</b>
<b>GJELD</b>			
<b>Kortsiktig gjeld</b>			
Leverandørgjeld		1 975 037	834 213
Skyldige offentlige avgifter		452 624	422 791
Annen kortsiktig gjeld		636 296	831 064
<b>Sum kortsiktig gjeld</b>		<b>3 063 958</b>	<b>2 088 068</b>
<b>Sum total gjeld</b>		<b>3 063 958</b>	<b>2 088 068</b>
<b>SUM EGENKAPITAL OG GJELD</b>		<b>5 710 375</b>	<b>4 822 643</b>

\_\_\_\_\_  
Knut Haugsvær (e-signert)  
Leder

\_\_\_\_\_  
Christian Stoutland (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Luisa Libertad Morales Klaveness (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Ingunn Alice Biktjørn Foss (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Heidi Greni (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Martin Strand (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Marianne Andersen (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Liv Marie Bendheim (e-signert)

\_\_\_\_\_  
Randi Hagen Eriksrud (e-signert)  
Generalsekretær

\_\_\_\_\_  
Marte Sletten (e-signert)  
Ansattrepresentant



# Noter

## Note 1 – Regnskapsprinsipper

### Generelt

Regnskapet er utarbeidet i overensstemmelse med regnskapsloven og god regnskapsskikk (GRS) for små foretak. Organisasjonen er ikke skattepliktig.

### Klassifisering av eiendeler og gjeld

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler.

Andre eiendeler er klassifisert som omløpsmidler. Fordringer som skal tilbakebetales innen et år, er klassifisert som omløpsmidler.

Ved klassifisering av langsiktig og kortsiktig gjeld er samme regel lagt til grunn.

## Note nr. 2 – Bundne midler

Bundne skattetrekkmidler på egen bankkonto pr. 31.12.: **234 918**

## Note nr. 3 – Lønnskostnader, antall ansatte, godtgjørelse etc.

LØNSKOSTNADER	2020	2019
Lønninger	5 227 328	4 822 015
Arbeidsgiveravgift	735 239	707 622
Pensjon, andre kostnader	432 169	357 793
<b>SUM</b>	<b>6 394 736</b>	<b>5 887 430</b>

Gjennomsnittlig antall ansatte i administrasjonen	8	8
---	---	---

YTELSER TIL LEDENDE PERSONER	GENERAL-SEKRETÆR	STYRET
Lønn og andre ytelser	873 374	27 000

### Revisor

Revisjonshonorar og bistand utgjør i 2020 kr 70 700 ekskl. mva, hvorav kr 24 900 vedrører særattestasjon mva komp, utarbeidelse av årsregnskap og annen bistand.

### Obligatorisk Tjenestepensjon

Organisasjonen kommer inn under ordningen om pliktig OTP.

Organisasjonen har fra før etablert pensjonsordning. Pensjonsordningen oppfyller kravene som er under ordningen med OTP.

## Note 4 – Tilskudd

Tilskudd over statsbudsjettet, utbetalt av Helsedirektoratet, utgjør for 2020 kr 19 900 000.

## Note nr. 5 – Annen egenkapital

	Annen egenkapital	Avsetning Idrett-kampanje 2020	Sum egenkapital
Egenkapital 01.01.	2 434 575	300 000	2 734 575
Årsresultat	211 842	-300 000	-88 158
<b>Egenkapital 31.12.</b>	<b>2 646 417</b>	<b>0</b>	<b>2 646 417</b>

## UAVHENGIG REVISORS BERETNING

Til styret i Av-og-til

### Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet

#### Konklusjon

Vi har revidert foreningen Av-og-til sitt årsregnskap som viser et underskudd på kr 88 158. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2020, resultatregnskap og oppstilling over endringer i egenkapital for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening er det medfølgende årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av foreningens finansielle stilling per 31. desember 2020, og av dets resultater for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

#### Grunnlag for konklusjonen

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i *Revisors oppgaver og plikter ved revisjon av årsregnskapet*. Vi er uavhengige av foreningen slik det kreves i lov og forskrift, og har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

#### Styrets ansvar for årsregnskapet

Styret (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik intern kontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til foreningens evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avviklet.

#### Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

Medlem av UHY International, en sammenslutning av uavhengige revisjons- og konsultentselskaper



Revisorgruppen

Revisorgruppen  
Akershus AS  
Postboks 335  
N-1411 Kolbotn

Besøksadresse:  
Rosenholm Campus  
Rosenholmveien 25

Tlf.: +47 66 81 79 00  
E-post: akershus@rg.no

Foretaksregisteret  
NO 967 604 364 MVA

www.rg.no

Statsautoriserte  
revisorer

For videre beskrivelse av revisors oppgaver og plikter vises det til <https://revisorforeningen.no/revisjonsberetninger>

#### **Uttalelse om øvrige lovmessige krav**

##### *Konklusjon om registrering og dokumentasjon*

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av foreningens regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsikk i Norge.

Trollåsen, 10. februar 2021

#### **Revisorgruppen Akershus AS**

Knut Østbye  
Statsautorisert revisor



# Disse står bak Av-og-til

Av-og-til har 49 medlemsorganisasjoner:

- Acta – barn og unge i Normisjon
- Actis – Rusfeltets samarbeidsorgan
- Arbeiderbevegelsens Rus- og Sosialpolitiske Forbund
- Arbeidernes Ungdomsfylking (AUF)
- Arbeiderpartiet
- Barn av rusmisbrukere – BAR
- Blå Kors
- Det Hvite Bånd
- DNT – Edru Livsstil
- Familieklubbene i Norge
- FORUT
- Forbundet Mot Rusgift
- Frelsesarmeen
- Høyres Hovedorganisasjon
- IOGT i Norge
- Internasjonal helse- og sosialgruppe (IHSG)
- Ja, det nytter!
- Juvente
- Juba
- Kirkerådet, Den norske kirke
- Kristelig Folkeparti
- Kristelig Folkepartis Ungdom
- Kristen Idrettskontakt
- MA – Rusfri Trafikk
- Norges Kristelige Student- og Skoleungdomslag
- Noregs Ungdomslag
- Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité
- Norges KFUK-KFUM
- Norges KFUK-KFUM-speidere
- Norges Røde Kors
- Norges Speiderforbund
- Normisjon
- Norsk Helse- og Avholdsforbund
- 4H Norge
- Personskadeforbundet LTN
- Rusfri Oppvekst
- Rød Ungdom
- Rødt
- Senterpartiet
- Senterungdommen
- Skeiv Verden
- Sosialistisk Ungdom
- Sosialistisk Venstreparti
- Ungdom og Fritid
- Ungdom Mot Narkotika
- Ung i trafikken
- Utdanningsforbundet
- Venstre
- Den norske legeforening (støttemedlem)



Av-og-til

Torggata 1, 0181 Oslo

telefon: 23 21 45 30

e-post: avogtil@avogtil.no

[www.avogtil.no](http://www.avogtil.no)

