

# Årsrapport 2021



Av.og.til

# 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 folkehelse, samvær med barn og unge, båt- og sjøliv, ungdom og idrett.

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>	
Folkehelse	5
Barn og unge	8
Ungdom og alkohol	11
Båt- og sjøliv	14
Idrett	17
<b>Øvrige tema</b>	
Arbeidsliv, Trafikk, Graviditet	18
<b>Verktøyene våre</b>	
Samarbeid og lokal iverksettelse	20
Kompetanse og informasjon	23
Kommunikasjon	24
Årets fokus: alkohol under pandemi og folkehelse	27
Styret og de ansatte	28
Økonomi	28
Regnskap	29
Disse står bak Av-og-til	34

# Et stort problem ble større

Året vi legger bak oss, ble i likhet med året før, ikke helt som forventet. Vi var riktignok bedre forberedt nå, men de nye bølgene med pandemi og konsekvensene de fikk, gikk likevel inn på oss. Igjen måtte vi leve med store utfordringer. Igjen måtte vi leve med inngripende tiltak som fikk en stor innvirkning på hverdagen vår. Ikke minst fortsatte pandemien å ramme dem som allerede har utfordringer, spesielt hardt.



Det var bakgrunnen for at vi tidlig i 2021 ba Rambøll Management Consulting om å undersøke hvilke konsekvenser pandemien fikk for nordmenns forhold til og forbruk av alkohol – både når det gjelder de som drikker, og de som står rundt. Resultatet ble rapporten «Alkohol og korona – en risikofaktor under pandemien», og den ga grunn til bekymring.

Rapporten viser at pandemien og reguleringene medførte en betydelig risiko for at flere skal utvikle alkoholproblemer. Årsakene er blant annet at pandemien ga oss flere utfordringer og bekymringer, noe vi av erfaring vet at får folk til å søke trøst i alkohol, samtidig som vi mistet mange av de arenaene og rutinene som gjør at vi skjerper oss og ikke kan ta oss like store friheter når det kommer til alkohol.

Rambøll-rapporten viser også at skjevhetene i alkoholforbruk ble større dette året. De som allerede hadde utfordringer med alkohol, og som drakk mye før pandemien, drakk enda mer som følge av pandemien.

Til slutt viser rapporten at problemene ikke bare gjaldt dem som drakk, men at hverdagen

til pårørende hadde blitt verre. 90 000 barn vokser opp i et hjem hvor mor eller far drikker for mye. Vi vet hvilke konsekvenser det har for barn å bli eksponert for voksnes skadelige alkoholbruk. Under pandemien ble barn mer utsatt for slik alkoholbruk enn tidligere.

Funnene i rapporten påvirket måten vi jobbet på gjennom året. Vi la særlig vekt på alkoholbruken vår og hvordan den påvirker barn – og vi var opptatt av å få frem at pandemien har gjort situasjonen verre for dem som allerede har det vanskelig. Vi hadde også som mål å gjøre flere oppmerksom på et av de viktigste verktøyene våre, Drikkestatus, som gir brukerne en pekepinn på hvorvidt de har et problematisk forhold til alkohol, og hva de kan gjøre med din egen situasjon.

Idet vi går inn i 2022, tar vi med oss lærdommen fra fjoråret, ikke minst om følgene av pandemien, og vi fortsetter å jobbe for å synliggjøre og motvirke konsekvensene av alkoholbruken vår.

KNUT HAUGSVÆR  
styreleder



# Hvert glass du kutter ...

Det finnes mye kunnskap om alkoholens effekter på helsen. Alkohol øker risikoen for mer enn 200 sykdommer, blant annet brystkreft, alvorlige hjerteproblemer, demens, angst og depresjon. Selv et moderat inntak kan øke risikoen for sykdom, og myten om at et glass er godt for hjertet, er motbevist gang på gang.

Samtidig vet vi – den norske befolkningen – for lite om de negative helseeffektene av alkohol. Av-og-til fikk i 2021 gjennomført en undersøkelse som viser at bare 7 prosent kjenner til sammenhengen mellom alkohol og brystkreft, og at bare to av ti vet at det er en forbindelse mellom alkohol og tarmkreft. Undersøkelsen avdekker et stort kunnskapshull. Kunnskapen finnes, men den er ikke kjent. Det må vi gjøre noe med, slik at vi alle kan ta kunnskapsbaserte valg for vår egen helses del.

Derfor er folkehelse et av temaene Av-og-til prioriterer i denne strategiperioden. Vi ønsker å opplyse om hvilke konsekvenser bruken av alkohol har på helsen. Vi vil at studenten skal vite at alkohol påvirker konsentrasjonen og evnen til læring, at hun som sliter med angst, skal vite at alkohol kan forsterke psykiske plager, og at bestefar skal vite at alkohol er en risikofaktor for hjerte- og karsykdommer.

**– Av-og-til vil motivere og engasjere til endring. Og vi vet at kunnskap er nøkkelen.**

I 2021 fylte Av-og-til 40 år. Vi ble etablert av de parlamentariske lederne på Stortinget i 1981 for å bidra til å redusere alkoholkonsumet. Oppdraget var da – som nå – å opplyse folk om konsekvensene av alkoholbruk.

På 40 år har forskningen kommet langt. Av-og-til ønsker å være en oppdatert kilde for den norske befolkningen. Derfor er det svært gledelig at vi hadde over 1 million brukere på nettsidene våre avogtil.no i 2021, at verktøyet på drikkestatus.no ble brukt 150 000 ganger, og at promillekalkulatoren ble brukt 250 000 ganger.

Høsten 2021 gjennomførte vi en kampanje om de negative helseeffektene av alkohol. I 2022 vil vi kommunisere mer rundt risikoen for kreft. Dette skal vi få til på en klok måte i tett samarbeid med gode samarbeidspartnere som Kreftforeningen og medlemsorganisasjonene våre.

Vi kan med trygghet si at hvert glass du kutter, er godt for helsen.



RAGNHILD KASKI  
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.





# Folkehelse

Konsekvensene av alkoholbruk på helsen er store, men kunnskapsnivået om disse konsekvensene er lavt. Av-og-til ønsker å opplyse, motivere og inspirere befolkningen, slik at alle kan ta valg som er gode for helsen.

Folkehelse, som er et prioritert tema i strategien for 2021–2025, er et nytt og viktig satsingsområde for Av-og-til. Målet med folkehelsekampanjen er at den norske befolkningen skal ha kunnskap om hvordan alkoholbruk påvirker helsen, og at denne kunnskapen skal påvirke folks drikkemønster i positiv retning. Vi ønsker med andre ord at folk skal drikke mindre, både når det gjelder mengde og frekvens, at de skal være bevisst på alkoholens negative konsekvenser for den fysiske og psykiske helsen på kort og lang sikt, og at de skal utvise alkoveit.

I 2021 var vi opptatt av å få frem hvor viktig det er å snakke om alkohol og hvordan alkoholen påvirker oss, og vi lanserte verktøy som Drikkestatus og ga tips og råd om hvordan man kan få bedre drikkevaner.

## Tette kunnskapshull

Befolkningens kunnskap om helsekonsekvensene av alkoholbruk er som

nevnt lav. I en spørreundersøkelse som Ipsos gjennomførte for Av-og-til i 2021 går det frem at hele 45 prosent av befolkningen ikke kjenner til sammenhengen mellom alkohol og hjertesykdom. Og annenhver nordmann tror at et glass vin om dagen ikke har noe å si (det er verken sunt eller usunt) for helsen.

Av-og-til har som mål å tette kunnskapshullene i befolkningen, og kampanjefilmene «Alkohol påvirker deg – også når du ikke drikker», som ble lansert i 2021, viser hvordan alkohol påvirker ulike faktorer som søvn, trening, hjertet, konsentrasjonen og den psykiske helsen.

Filmene var svært synlige i flere kanaler. Til sammen fikk alle kampanjefilmene drøye 1 millioner 3-sekundersvisninger og nesten 600 000 15-sekundersvisninger på Facebook og Instagram. I tillegg ble filmene vist over 2,7 millioner ganger

på YouTube, der 320 000 av seerne så et lengre utdrag av filmen.

Filmene ble også vist på legekontorer i ulike Av-og-til-kommuner, og vi brukte dem som annonser, hvor de ble knyttet opp mot artikler som handlet om helse og alkohol. Alle filmene ble også koblet opp mot saker på avogtil.no. Der kan de besøkende lese artikler og fordype seg i faktakunnskap om de ulike konsekvensene av alkoholbruk. Disse artiklene ble godt besøkt gjennom hele året. Vi tok også i bruk verktøyet Drikkestatus, som ble utviklet på slutten av 2020, for å hjelpe dem som ønsker å få innsikt i sitt eget drikkemønster og ta grep om alkoholvanene sine.

For å tette noen av kunnskapshullene som spørreundersøkelsen avdekket, hadde vi også flere saker om alkohol og helse i pressen i løpet av året. I en av disse slo vi oss sammen med søvnforsker Ståle Pallesen og avlivet



## – Livet rakner når man er avhengig av alkohol. GUNN-HELEN ØYE

myten om at man sover bedre med litt alkohol innabords. I løpet av 2021 var Av-og-til involvert i 236 pressesaker om helse og alkohol.

### Koronadriking har fått store konsekvenser

Koronapandemien preget store deler av 2021 og fikk store konsekvenser for når, hvor og hvordan vi drakk alkohol. Rambøll Management Consulting utarbeidet rapporten «Alkohol og korona – en risikofaktor under pandemien» på oppdrag fra Av-og-til. Rapporten konkluderer med at alkohol ble en større risikofaktor under pandemien, og at dette gikk ut over både sårbare og ikke-sårbare grupper i befolkningen. Du kan lese mer om rapporten på side 27.

### Personlige historier

Historier fra virkeligheten er viktige for å skape gjenkjennelse og forståelse for problemstillingen alkohol og helse. Gunn-Helen Øye er en av dem som har fortalt sin historie om alkoholmisbruk. Hun var avhengig av alkohol i 15 år. Historien om hvordan hun kom seg ut av misbruket, er imponerende, og filmen hvor hun forteller sin historie, nådde ut til nesten 350 000 via Facebook.

Vi hadde også flere artikler om folk som fortalte om forholdet sitt til alkohol, på avogtil.no. To kvinner

fortalte om hvordan de brukte alkohol for å håndtere hverdagen, mens tidligere proffbokser Ole Klemetsen og bryter Felix Baldauf fortalte om hvorfor de holdt seg unna alkohol i forbindelse med trening.

### Hvit januar

Én av fire har vurdert å ta en hvit måned, som er det samme som å la være å drikke alkohol i en hel måned. En undersøkelse som Ipsos gjorde på vegne av Av-og-til i 2021, viser at én av to unge mellom 18 og 29 år har vurdert dette.

I januar 2021 fulgte vi studentene Stian og Rachel, som begge gjennomførte hvit januar. De delte erfaringene sine, både oppturer og nedture, gjennom selfievideoer i sosiale medier og i fire lengre filmer hvor vi blant annet fikk bli med da de skulle på fest sammen med venner.

Rachel oppsummerer erfaringene med hvit måned slik:

– *Generelt følte jeg at jeg hadde mye mer kapasitet til å få gjort ting jeg trengte å gjøre, og jeg ble mer kreativ og fylte tiden med aktiviteter jeg vanligvis ikke ville gjort.*

Stian fikk mange gode opplevelser i løpet av måneden:

– *Jeg følte meg kognitivt mye*

*mer til stede, og jeg følte meg sunnere. Det hjalp veldig å kjenne på mestringsfølelsen.*

### Eldre og alkohol

Dagens eldre drikker mer enn generasjonene før dem. I tillegg vet vi at hverdagsdriking er svært utbredt blant dem over 65 år. Ser vi bort fra de yngre voksne, som drikker absolutt mest, er alkoholforbruket høyest i aldersgruppen 50 til 70 år, både når det gjelder andelen som drikker ofte, og andelen som drikker mye.

Når vi blir eldre, påvirker alkoholen oss på en annen måte. Eldre har blant annet mindre væske i kroppen. I tillegg brytes alkohol saktere ned når vi blir eldre – med det resultatet at promillen stiger raskere og varer lenger. Det er også flere eldre som bruker medisiner – som i likhet med alkohol brytes saktere ned i kroppen. Det kan føre til at man blander medisiner og alkohol ubevisst fordi nedbrytningen av den ene ikke er ferdig før man fyller på med det andre.

I en fersk undersøkelse som Ipsos gjennomførte på vegne av Av-og-til, ble eldre spurt om de hadde fått råd, veiledning eller informasjon om alkohol og helse i møte med fastlegen de siste to årene. Svaret er nedslående. Bare 1 prosent svarte ja. Sammen med lege og forsker på



## TEGN PÅ AT DU **DRIKKER** LITT FOR MYE ALKOHOL

1

Du tåler mer alkohol før du blir påvirket.

2

Du merker at du drikker mer enn de rundt deg.

3

Du klarer ikke å begrense deg når du drikker.

4

Du oppsøker situasjoner der alkohol er en "naturlig del".

5

Det er ikke så lett å slippe av uten å drikke.

6

Du har fått kommentarer fra andre på drikkingen din.



 Av-og-til

## 4 grunner til at eldre bør tenke over drikkevanene sine.

Alkohol kan gi mange helseutfordringer

Nedbrytningen av alkohol går saktere

Promillen blir høyere og varer lengre

Medisiner og alkohol forsterker hverandre



 Av-og-til

alkoholfeltet, Torgeir Gilje Lid, hadde vi en pressesak hvor vi oppfordret eldre til å snakke med fastlegen om alkoholvanene sine. Saken stod på trykk i Stavanger Aftenblad. Vi informerte også om hvordan alkohol påvirker oss annerledes når vi blir eldre, i artikler på avogtil.no og i innlegg i sosiale medier.

– Når du blir eldre, når du er syk, og når du bruker medisiner, tåler du mindre alkohol enn før. Torgeir Gilje Lid

### Studiestart og alkohol

Flere undersøkelser har vist at studenter opplever sterkt drikkepress i studietiden, og spesielt fadderuken er kjent som en tid med mye alkohol. Det skaper utfordringer for flere.

Amanda var en av dem som gruet seg til fadderuken. Hun var urolig fordi hun syntes at alkoholen fikk for stor plass. Heldigvis gikk det bedre enn forventet da hun begynte på studiene ved Høgskolen i Innlandet. Sammen med Amanda hadde vi en sak på trykk i VG og på VG-snap, hvor vi kom med råd til studenter og faddere før studiestart. Disse rådene ble også brukt i flere studentaviser og på avogtil.no.

1. Tenk gjennom hvor mye du skal drikke.
2. Ikke drikk på tom mage.
3. Prøv annenhver uten.

4. Ta vare på hverandre.
5. Det er ingen skam å snu.

### Verdensdagen for psykisk helse



Faksimile: VG

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. Det er en påvist sammenheng mellom alkohol og psykiske problemer, selv om det er vanskelig å peke på akkurat hva denne sammenhengen innebærer. Av-og-til pleier å si at det er dumt å fylle på med mer når det allerede er litt for mye.

I forbindelse med verdensdagen for

psykisk helse 10. oktober rettet vi søkelyset mot alkohol og hvordan alkoholbruk påvirker den psykiske helsen vår. En fersk undersøkelse som Ipsos har gjort på vegne av Av-og-til, viser at tre av ti ikke kjenner til sammenhengen mellom alkohol, angst og depresjon. Omtrent halvparten av de spurte oppga dessuten at de opplever at de ikke får nok informasjon om hvordan alkohol påvirker den psykiske helsen vår.

Mange bruker alkohol for å dempe psykiske plager. Håkon var en av disse. Han selvmedisinerte seg med alkohol for å dempe plagene. På verdensdagen for psykisk helse tematiserte Håkon dette på TV2-nyhetene sammen med Av-og-til.

### Fakta om helsekonsekvenser på avogtil.no

Artiklene om alkohol og helse er blant de mest leste på avogtil.no gjennom hele året. Disse artiklene får mye trafikk fra Google, og i 2021 gjorde vi et løft på nettsidene for å optimalisere artiklene for Google. Vi oppdaterte og utviklet nye artikler for å dekke temaene vi skulle formidle i kampanjene om alkohol og helse. Blant annet skrev vi nye saker om alkohol og konsentrasjon, alkohol og søvn og alkohol, angst og depresjon. ■



## Barn og unge

Barn opplever ofte at foreldrenes drikking er ubehagelig lenge før vi voksne tror.

Derfor ønsker vi at folk skal ha et bevisst forhold til hva som er greit og ikke foran barna.

En hyggelig sommerkveld eller et juleselskap trenger ikke gå over styr før det kan oppleves ugreit for barn. Det mange voksne vil beskrive som god stemning etter noen glass vin, og som gjør at vi kanskje klemmer litt lenger og ler og snakker litt høyere, kan være ubehagelig for barn. De ønsker seg stabile og trygge voksne som oppfører seg akkurat slik som de pleier.

Av-og-til har siden begynnelsen av 1980-årene satt søkelys på hvilke konsekvenser det kan ha for barna når voksne drikker alkohol. Kampanjene, som opp gjennom årene har hatt ulik form og vektlagt ulike aspekter, løftes spesielt i forbindelse med jula og sommeren.

Målet er at arbeidet vårt skal ha følgende effekter:

- Voksne, spesielt foreldre og besteforeldre, skal drikke mindre alkohol når de er sammen med barn og unge.

- Voksne skal kjenne til og være klar over de negative konsekvensene alkoholbruk kan ha i situasjoner som berører barn og unge.

I 2021 valgte vi en litt annen tilnærming til noen av hovedsatsingene som gjaldt tematikken foreldre, barn og alkoholbruk, enn tidligere. Vi lanserte en sommerkampanje som spilte på det absurde i noen av situasjonene der voksne drikker foran barn, og en julekampanje som viste frem alle de gode minnene man kan skape i jula når barna står i fokus.

Tidligere har vi vært opptatt av at folk skal være enige i problemforståelsen og se hvor viktig det er å være bevisst foran barna, men i 2021 valgte vi å gi foreldre tydeligere råd og anbefalinger. I tillegg ble 2021 preget av pandemien. Gjennom hele året rettet vi oppmerksomheten på hvordan smittesituasjonen og mer tid hjemme påvirker folks drikkemønster, og hvordan det kan gå ut over barna.

Tematikken barn, voksne og alkohol stod i fokus hele året, men vi vet at alkoholkonsumet øker i ferier og i jula. Derfor har Av-og-til hatt tradisjon for å intensivere arbeidet med barn og alkohol i forbindelse med jule- og sommerferien. I år gjorde vi også det i forbindelse med påsken og foreldres drikking på påskefjellet. Vi oppfordret foreldre til å drikke mindre i påsken, og temaet fikk omtale i flere nasjonale medier. I sosiale medier hadde vi også et innlegg om det samme temaet som nådde svært bredt ut.

I 2021 måtte 17. mai-feiringen for en stor del foregå hjemme ettersom fellesarrangementer på skolene utgikk som følge av pandemien. Vi var bekymret for hvordan dette ville påvirke barna, og advarte mot mer foreldredrikking som følge av økt tilgang på alkohol under hjemme-feiringen. Dette var en sak som fikk stort gjennomslag og skapte engasjement både i pressen og sosiale medier. Vi annonserte også i





nettartikler som handlet om relevante tema. Der oppfordret vi foreldre til å være bevisst på sitt eget forbruk under feiringen. Den samme annonsen var også synlig i bybildet i Oslo.

Gjennom samarbeidet med Av-og-til-kommunene tilbyr Av-og-til også fysisk og digitalt materiell tilpasset foreldre med barn på helsestasjonen.

### Ny vri i sommerkampanjen

Med årets sommerkampanje var vi spesielt opptatt av at folk ikke skulle få muligheten til å tenke at dette gjelder «alle de andre». Derfor ønsket vi heller ikke å trekke frem situasjoner med tydelig overforbruk av alkohol.

Også i år førte pandemien til at det var usikkerhet om hvordan sommeren ville bli. Vi valgte derfor en kampanje som kunne fungere uavhengig av eventuelle reiserestriksjoner. I kampanjefilmen trakk vi frem situasjoner der barn ofte opplever at voksne drikker alkohol om sommeren, men vi lot dem finne sted i en barnehagesetting.

### Filmideen

Vi overlater ikke barna våre til hvem som helst. Skal de begynne i barnehagen, går vi på åpne dager og studerer de ansatte med kritisk blick. Skal vi ha barnevakt, vil vi ha de beste referansene fra noen vi kjenner. Både de barnehageansatte og barnevaktene skal ha full oppmerksomhet på barna våre, og det å drikke alkohol mens de er ansvarlige for barna, er helt uakseptabelt. Så hvorfor er vi ikke like strenge med oss selv?

Med årets kampanjefilm ønsket vi å vise frem scenarioer hvor ansatte i en barnehage «kosedrikker» mens de har ansvar for barna. De fleste foreldre vil synes at dette både er feil og uakseptabelt og i visse situasjoner til og med direkte farlig. Og det er uten tvil en grunn til å ta med seg barnet hjem igjen.

I filmen ser vi et barnehagebarn som blir tatt imot av en ansatt. Den ansatte smiler og oppfører seg etter alt å dømme normalt og hyggelig, men etter hvert ser vi at han står med en ølflaske i hånden som han tar noen slurker av. Vi går videre til

en samlingsstund inne i barnehagen. Igjen er alt tilsynelatende som vanlig, men også her kan det observante øye se at de ansatte drikker alkohol. Slik fortsetter filmen med flere sommerlige situasjoner mens de voksne drikker underveis. Til slutt kommer sluttplakatene med påskriften «Hvis dette ikke er greit, er det greit når du gjør det selv?» og «Tenk over hvor mye du drikker foran barna».

Filmen ble publisert på Facebook, YouTube, Instagram og Snapchat i forbindelse med skoleslutt i juni. Den skapte umiddelbart stort engasjement i kanalene våre. Sammen med de andre filmene våre hadde den over 1,5 millioner visninger. Vi ga Respons Analyse i oppdrag å gjennomføre en undersøkelse om kampanjen blant et utvalg med 1042 respondenter. I undersøkelsen svarte 40 prosent av respondentene at de hadde lagt merke til kampanjen før de svarte på undersøkelsen. Dette er det høyeste tallet vi har hatt siden vi fikk sammenliknbare tall i 2019.

I løpet av sommeren viste vi også filmen som reklame på TV2, noe som

førte til at filmen ble kåret til den beste reklamefilmen den måneden den ble vist (den fikk en «Sølvfisk»). Med dette ble vi også nominert til å vinne «Gullfisken». Selv om vi ikke gikk av med seieren i konkurransen, betydde dette at filmen vår ble vist i programmet «Gullfisken» for et stort publikum en lørdag kveld på TV2.

Kampanjen omfattet også artikler om tematikken med kjente foreldre: Jørgine Vasstrand (Funkygine), Henriette Steenstrup, Stian Barsnes Simonsen, Tinashe Williamson og Heidi Marie Vestrheim. Artiklene, som ble publisert på avogtil.no, skapte stort engasjement og fikk mange lesere.

Et annet sentralt grep vi gjorde i år, var å gi konkrete råd om hva som er viktig å tenke på dersom man drikker alkohol foran barna. Vi jobbet med å gjøre rådene så tydelige som mulig, noe som også ga oss en rekke muligheter i det videre kommunikasjonsarbeidet. Listen med råd ble utgangspunkt både for en ekspertfilm, saker i pressen og kommunikasjonsuttak i kommunene. Den representerte en løsning som var enkel for folk å gjennomføre. Vi lagde også et bilde av listen med råd til sosiale medier.

Dette ble svært godt mottatt og skapte stort engasjement, noe som gikk frem i kjennskapsundersøkelsen gjennomført av Respons Analyse. Dette var også det uttaket i kampanjen som fikk størst organisk rekkevidde (uten betalte midler), noe vi er svært fornøyde med siden tiltak som tilbyr folk konkrete løsninger, antakelig er de mest effektive.

### Folks egne juleminner

Etter en lang pandemi ønsket vi i å lage en julekampanje som med en positiv vinkling skulle få folk til å reflektere over sitt eget alkoholforbruk foran barna. Vi ønsket å fremheve hva som er viktig med høytiden, og hvordan den kan bli best mulig for barna. Ideen bak årets hovedfilm var altså å vise frem alt det fine jula kan være. Vi etterlyste filmklipp i sosiale medier og ba publikum sende sine egne juleminner med barna til oss.

Tanken med å bruke folks egne klipp var å få noe som umiddelbart oppleves som ekte og gjenkjennelig for folk. På den måten ønsket vi å minne folk på hva jula egentlig dreier seg om, og at de ekstra par juleølene om kvelden kanskje ikke er så viktige likevel. Filmen avslutter med teksten «Det fineste du kan gi barna til jul,

er deg selv. Tenk over hvor mye du drikker foran barna i jula». Den ble laget i to ulike lengder og publisert på Facebook, YouTube og Instagram.

Fra slutten av november og frem til julaften nådde vi ut med budskapet i en rekke ulike kanaler. Vi la større vekt på å vise hovedfilmen på YouTube enn Facebook, noe som resulterte i nesten 1,3 millioner 15-sekundersvisninger. Vi fikk også over 2,5 millioner eksponeringer i annen type annonsering. Det er viktig for oss for å ha flere ben å stå på og også å nå ut til ulike målgrupper. Vi annonserte for eksempel på forsiden av VGs nettutgave i de fem største Av-og-til-kommunene våre samt i Oslo og Trøndelag, hvor vi vet at folk gjerne har et tettere drikkemønster enn ellers i landet. Vi annonserte også i bilag i Aftenposten og Dagbladet med konkrete råd til foreldre om alkoholbruk rundt barn i jula.

I sommer- og julekampanjen ble temaet omtalt i 290 saker i pressen, deriblant i VG, DN, på P4, på TV2 og i Nettavisen. 28 Av-og-til-kommuner engasjerte seg i sommerkampanjen og 32 i julekampanjen. ■







Er det en god idé å sende med ungdommene alkohol på fest for å ha kontroll på hva de drikker?



Av-og-til



Har det foreldrene sier noen betydning for ungdommens drikkevaner?



Av-og-til

## Ungdom og alkohol

Å eksperimentere med alkohol er for mange ungdommer en naturlig del av overgangen fra barn til voksen. Når ungdom drikker alkohol, øker risikoen for ulykker, vold og overgrep. Ungdomsfylla er farlig.

Året 2021 var ekstra tungt for barn og unge. Mange ungdommer tilbrakte mye tid i isolasjon, med hjemmeskole og avlyste fritidsaktiviteter. Vi var nysgjerrige på hvordan det hadde virket inn på de unges alkohol- og festvaner, og på hvordan det var for ungdomsforeldre å sette grenser for ungdommene sine under en enda mer kjipt og sårbar periode.

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. Tenåring er uerfarne med alkohol og derfor ekstra sårbare når de drikker.

### Den viktigste forebyggeren

Foreldre har mye å si for hvordan ungdom bruker alkohol. Tenåring 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 skal ta en aktiv rolle gjennom ungdomstiden. Vi ber foreldre snakke med ungdommene sine om alkohol, sette tydelige grenser og ha dialog med andre foreldre, slik at man kan komme til enighet om grenser for alkohol.

### Bekymret for hemmelige fester

Av-og-til-kommunene er viktige samarbeidspartnere i dette arbeidet. SLT-koordinatorer (Samordning av lokale rus og kriminalitetsforebyggende 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, for eksempel på foreldremøter.

Våren 2021 inviterte vi SLT-koordinatorer fra fire Av-og-til-kommuner til en fokussamtale for å kartlegge deres bekymringer rundt ungdom og alkohol under koronapandemien. I denne samtalen kom det frem at koordinatorene var bekymret for at ungdom gjemte seg vekk på avsidesliggende steder hvor det var vanskelig for både helsepersonell, politi og andre voksne å komme til dersom noe alvorlig skulle skje.

Vi laget derfor to filmer med følgende budskap: Selv om festen ikke synes eller høres, betyr det ikke at den ikke finnes. Vi oppfordret foreldre til å være kjipe i tide, sette grenser og holde kontakten med ungdommene sine. ▶



## Vær kjip i tide, sett grenser og hold kontakt

### Test din foreldretype

Som en liten hjelp til å finne ut hvordan og hvorfor foreldre bør snakke med ungdommene sine om alkohol, utviklet vi også en test på nettsidene våre. I testen kan foreldre svare på en rekke spørsmål om grensesetting og alkohol. Det er en uformell test som gir en pekepinn på

hva slags foreldretype man er, og som skal hjelpe foreldre til å snakke mer med ungdommene sine om alkohol.

### Bidra i samfunnsdebatten

Det er stor interesse for ungdom og alkohol i samfunnsdebatten, og særlig lokalpressen tar opp dette temaet. Mange lokalaviser har oppslag om

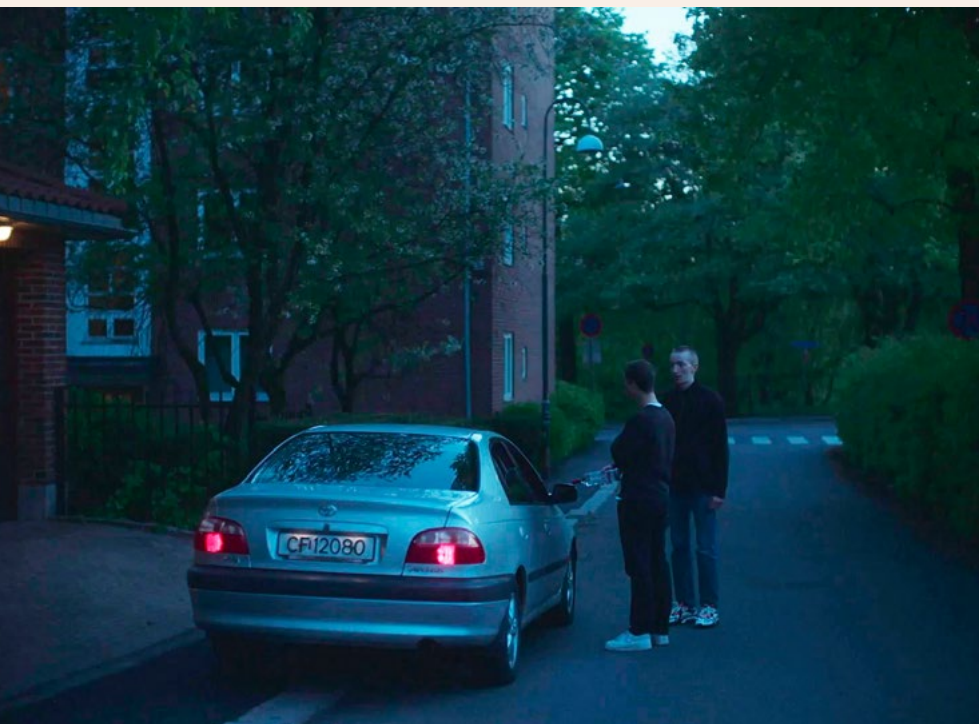
helgens fester hvor mindreårige var til stede og drakk alkohol. Det er viktig for oss å ha en tydelig stemme i den debatten.

Budskapet om å være en kjip forelder fungerer, og mange av pressesakene er vinklet på nettopp dette.

*– Vi foreldre må også tørre å være barnets unnskyldning, det kan noen ganger være greit å kunne skylde på en kjip mor eller far.*

*(UTDRAG FRA SAK I KK).*

Mange av kommunene våre ønsker å bidra i samfunnsdebatten, og for dem er innlegg og presseoppslag om temaet høyst relevante. Derfor har pressesaker i samarbeid med kommunene alltid høy prioritet i ungdomskampanjen. Tjue Av-og-til kommuner var med på presseoppslag om ungdom og alkohol i 2021.







### Jesper på Karmøy

Jesper Kolstad Rødseth, som står bak filmen «Kjære Pappa», besøkte Karmøy kommune sammen med Av-og-til for å vise filmen for elever ved to av kommunens videregående skoler. I filmen, som handler om ham selv og forholdet han hadde til sin avdøde far, åpner Jesper opp om sin egen psykiske helse og alkoholproblemene sine. Filmene var en fin samtaleåpner under den påfølgende panelsamtalen, der Jesper, Av-og-til og representanter fra kommunens helsetjenester for ungdom snakket om alkohol og psykisk helse. Ungdommene i salen

lyttet interessert, og flere tok kontakt med Jesper i etterkant av besøket for å takke ham for at han var så åpen, og fortelle at det hadde hjulpet dem.

### Ungdataundersøkelsen

Ungdata er lokale barn- og ungdomsundersøkelser der skoleelever over hele landet svarer på spørsmål om hvordan de har det, og hva de driver med på fritiden. Noen av spørsmålene handler også om hvilket forhold de har til alkohol og andre rusmidler. Høsten 2021 ble fylkesrapportene fra Innlandet, Vestfold og Telemark, Troms og Finnmark og Trøndelag

gjort tilgjengelige. Vi gikk grundig gjennom alkoholtallene, som blant annet viste at foreldre flere steder var slepphendte med å sende med ungdommene sine alkohol på fest, og at ungdom enkelte steder drakk mye alkohol.

Dette var saker som vi solgte inn til regionale aviser og distriktskontorer, med oppfordringer til foreldre om å snakke med ungdommene sine, og med forklaringer på hvorfor det er en dårlig idé å sende med ungdommene alkohol på fest. Sakene ble en suksess, og vi fikk mange fine regionale presseoppslag. ■

## Fem råd til ungdomsforeldre

**1.** Snakk med ungdommen om alkohol.

**2.** Sett tydelige grenser for hva som er greit, og hva som ikke er greit. Ungdommer som får tydelige signaler hjemmefra, vil sannsynligvis drikke mindre enn andre.

**3.** Ikke send med ungdommen alkohol på fest. Det er en myte at du da har oversikt over hva og hvor mye tenåringsen vil drikke i løpet av kvelden. Ungdommer drikker riktignok det de får av foreldrene sine, men ofte kommer det i tillegg til alkoholen de får fra andre ungdommer på festen.

**4.** Allier dere med andre foreldre. Bli enige om hvilke regler dere vil at skal gjelde for ungdommene i deres klasse eller nærmiljø.

**5.** Tilby deg å kjøre og hente når ungdommene skal ut, slik at du vet hvor de er, og hvem de er sammen med.



## Båt- og sjøliv

Også sommeren 2021 var det mange som ferierte i Norge, og både ferske og erfarne båtførere inntok norske havner og fjorder. Kampanjen Klar for sjøen var et viktig bidrag for å sikre en trygg båtsommer for alle.

Alkohol påvirker egenskaper som er helt sentrale for båtførere. Man blir mer risikovillig og impulsiv, og man reagerer tregere. De siste fem årene har drøyt hver fjerde omkomne på sjøen hatt promille. Holder du deg edru bak roret, gjør du mye for å redusere din egen og andres risiko.

Flertallet av dem som er innblandet i båttulykker hvor alkohol er involvert, er unge under 45 år. Disse ulykkene skjer typisk på vei hjem fra fest. I tillegg oppgir 21 prosent av de unge mellom 18 og 29 år at de har sittet på i fritidsbåt hvor båtfører har drukket alkohol (ifølge en spørreundersøkelse som Ipsos gjennomførte for Av-og-til i 2021). Denne andelen er en vesentlig høyere enn andelen i de eldre aldersgruppene. I år valgte vi derfor å henvende oss direkte til båtførere som kjører båt hjem fra fest, og til passasjerer som velger å sitte på med noen som har drukket

alkohol. Dette bidro også til at målgruppen var yngre enn tidligere.

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.

### «Vil du bli med?»

Årets viktigste innslag i kampanjen *Klar for sjøen* ble låten «Vil du bli med?», sunget av musiker og skuespiller Arthur Berning. Sangen er skrevet og produsert av Kaizers Orchestra-vokalist Janove Ottesen og er en sjanti-inspirert sommerlåt med stort allsangpotensial. Den er alvorspreget, men spiller også på humoristiske elementer for å oppfordre unge til å takke nei til å sitte på med berusede båtførere.

Det ble laget en musikkvideo til sangen som tar i bruk sterke visuelle

virkemidler. Her følger vi skuespiller Arthur Berning som synger sangen samtidig som han forsøker å overtale en jente til å bli med ham i båten. Underveis forandrer Arthur utseende i takt med at han blir fullere og fullere, og videoen blir mer og mer skremmende. Til slutt ser han ut som en ubehagelig og skummel sjørøver som man helst ikke vil sitte på med hjem fra fest. Vi ønsket at denne musikkvideoen skulle påvirke både båtførere og passasjerer til verken å føre eller sitte på i en båt når føreren er beruset.

Låten har nærmere 70 000 avspillinger på Spotify, og musikkvideoen har blitt mye sett i sosiale medier. Den fikk for eksempel over 380 000 visninger på YouTube og over 60 000 visninger på TikTok.

I tillegg til kampanjefilmen ble det laget to bakomfilmer med Arthur Berning og Janove Ottesen. Den ene



Vil du bli med meg i båten i kveld  
Og plukka stjerner frå himmelen  
Så kan me cruise på lyset fra månen  
Heilt te nåttå e på hell  
Eg har kjøpt ei korg med jordbær fra torget  
Og har ei flaska med sjampis på is  
Så kan du setta deg på fanget mitt  
Og få styra litt om du vil  
Og me blir så lenge du vil  
(Så lenge du vil)  
Men fysst så e det ein te kapteinen og ein i kver fot  
Du treng' ikkje ver redde, eg har autopilot  
Eg har seilt te Karibien og heilt tebage her  
Eg har sjøbein i slektå og ein redningsvest te kver  
Seint og forsiktig glir me langs land  
Sjøl om det e mørkt så naviger'eg på ein dram  
Og det går fiiint det, det alltid fint vær  
Ka gir du meg, du kan'kje takka nei te dette her  
||: Vil du bli med?  
Kom an  
Eg seie: Vil du bli med?  
Kom an :||

filmen handler om produksjonen av kampanjen, og den andre handler om hvor viktig det er å holde seg edru i fritidsbåt.

#### **Ekte kapteiner drikker kaffe**

Kampanjekonseptet «Ekte kapteiner drikker kaffe» har etter hvert blitt godt kjent i målgruppen, og

konseptet var et støtteelement også i årets kampanje. Spesielt kapteinens kopp er svært ettertraktet og har blitt en identitetsmarkør for målgruppen på sjøen. Koppen ble loddet ut som premie i flere konkurranser i sosiale medier, og i mange av Av-og-til-kommunene ble skattejakten «Finn sommerkoppen» gjennomført med

stort engasjement. De som fant koppen, vant den og et utvalg med Kapteinens kaffe.

I samarbeid med Vinmonopolet ble det også utviklet tre oppskrifter på alkoholfrie kaffedrinker som inneholdt Kapteinens kaffe.





### Fysisk tilstedeværelse på sjøen

En sentral del av *Klar for sjøen* går ut på at kampanjepartnerne er til stede på arrangementene der målgruppen er, og sprer budskapet om godt alkovett. I år som i fjor ble det imidlertid vanskelig å gjennomføre fysiske møter på grunn av covid-19, restriksjoner og smittevern. Men denne gangen var vi bedre kjent med viruset, og vi fikk til flere fysiske møter i 2021 enn i 2020. Vi var til stede med kampanjen ved aktiviteter og arrangementer på i alt 121 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 95 pressesaker i 2021, med god hjelp fra kampanjepartnerne og Av-og-til-kommuner.

Aviser landet rundt publiserte for eksempel innlegget «Takk nei til berusede kapteiner i sommer», der vi oppfordret passasjerer til å ta ansvar ved ikke å sitte på med båtførere som hadde drukket alkohol. Av-og-til var også med båtpatroljen i Agder politidistrikt ut på kontroll, hvor budskapet var knyttet til farene ved å ta festen i båten. Kontrollen ble dekket av et TV-team fra NRK, og den samme saken ble også dekket i riksdekkende medier.

En posttest av kampanjen, gjennomført i samarbeid med Ipsos, viser at 45 prosent av befolkningen hadde lagt merke til kampanjen i en eller annen kanal. Og 51 prosent av dem som eier eller disponerer båt, oppga at de hadde lagt merke til kampanjen i en eller annen kanal. 14 prosent svarte at kampanjen hadde innvirkning på deres egen drikking som båtfører på sjøen. Resultatene er bedre enn tidligere år. I 2020 oppga 29 prosent av målgruppen at de

hadde lagt merke til kampanjen, mens 7 prosent oppga at kampanjen hadde innvirkning på deres egen drikking.

Sjøfartsdirektoratet registrerte 26 omkomne ved bruk av fritidsbåt i 2021. Det er 6 flere enn i 2020. ■

### Følgende kampanjepartnere bidro til å gjøre norske båtfolk klare for sjøen i 2021:

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



# Idrett

Idretten er fritidsaktiviteten som aktiviserer flest barn og unge i Norge. For flere er det en livsviktig arena. Derfor jobber vi for å gjøre idretten så trygg som mulig.

Vi vet at 90 000 barn vokser opp med en mor eller far som drikker for mye, og at mange av disse barna møter på trening med en vond hemmelighet. Nettopp fordi vi vet at mange ikke har det trygt på hjemmebane, jobber vi for å gjøre idretten alkoholfri og trygg for dem som trenger den mest.

I året som gikk, jobbet vi langs to spor. På den ene siden brukte vi en rekke kampanjevirkemidler for å nå ut med budskapet om hvor viktig det er å se barna i idretten – og hvor mye idretten og støtteapparat kan bety i barns liv. På den andre siden forsøkte vi å videreutvikle arbeidet vårt og finne enda mer effektive måter å nå idretten på.

## Et viktig budskap

Kampanjefilmene «Det er ikke alltid tryggest på hjemmebane» og «Ungdommen trenger noen som heier» er filmer vi har vist før – og som har truffet publikum godt. De har skapt følelser, engasjement og

forståelse for problemet alkohol og idrett. Det gjorde de også i 2021. Filmene ble sett mer enn 300 000 ganger – og skapte stort engasjement i sosiale medier. En befolkningsundersøkelse gjennomført på vegne av Av-og-til, avdekket at trenere i breddeidretten spiller en enorm rolle i mange barns liv, men at trenerne ikke får den anerkjennelsen de fortjener. Sammen med Ole Tobias Mehn-Andersen og Norges Fotballforbund viste vi frem hvor viktig idretten og trenerne er, blant annet med innslag på TV2-nyhetene. Mehn-Andersen vokste opp i et hjem preget av rus, og for ham var idretten og det å bli sett av treneren livsviktig. Vi delte også historien hans og andre historier som berørte, på nettet, og dette resulterte i mer enn 120 000 besøk på nettsidene våre i perioden.

## Økt innsikt = økt treffsikkerhet

I tillegg til kampanjearbeidet jobbet vi for å forstå idretten enda bedre – og for å komme tettere på der endring

i idretten skapes. Vi jobbet opp mot aktører i idretten og la vekt på hvor viktig det er at idrettsklubbene har en sunn alkoholkultur og tydelige retningslinjer for alkohol. Som en del av dette arbeidet styrket vi eksisterende samarbeid samtidig som vi stiftet nye bekjentskaper. Dette er et arbeid vi tar med oss inn i 2022 – målet er å gjøre en enda bedre jobb i årene som kommer!

Til tross for at pandemien la noen begrensninger på arbeidet vårt i året som gikk, for eksempel med hensyn til foredragsvirksomhet, opplever vi at vi lyktes godt. Vi klarte å skape en forståelse for hvor viktig idretten er for barn og unge i Norge, og vi viste hvor viktig det er at idretten er en arena som er trygg for dem som trenger den mest. Vi kom tettere på idretten, og vi fikk en bedre forståelse for hvordan vi kan forbedre arbeidet og bidra til endring i idretten. Dette arbeidet ser vi frem til å fortsette med. ■



# Øvrige tema

## Arbeidsliv

Alkohol på arbeidsplassen kan skape utfordringer og virke ekskluderende. Derfor jobber vi for at arbeidslivet skal ha tydelige regler for alkoholbruk. I liket med fjoråret førte pandemien til at utfordringene knyttet til alkohol i arbeidslivet ble snudd på hodet. Tidligere har vi vært opptatt av at arbeidsplassene måtte tilrettelegge for alkoholfrie arrangementer og ha tydelige regler for alkoholbruk – i 2021 var vi opptatt av konsekvensene av hjemmekontor og isolasjon. Rutiner som å møte opp på jobb og treffe kollegaer er med på å skjerpe oss når det gjelder alkohol. Fraværet av disse rutinene og møter på Teams uten kamera gjør det lettere å skjule et mer eller mindre alvorlig forbruk. Da blir det også mer krevende

for ledere og kollegaer å plukke opp at noe er galt. Dette forsøkte vi å belyse i de mange pressesakene der vi tok opp konsekvensene av pandemien og blant annet viste til funnene i Rambøll-rapporten «Alkohol og korona – en risikofaktor under pandemien». Vi deltok også i møter med blant annet Helsedirektoratet og Akan, arbeidslivets kompetansesenter for rus- og avhengighetsproblematikk, for å snakke om hvordan vi i Av-og-til jobber målrettet med å kommunisere rundt temaet alkohol, et tema mange ikke liker å snakke om.



## Trafikk

Alkohol gjør oss mer risikovillige og mer impulsive – samtidig som vi reagerer tregere og blir dårligere til å vurdere konsekvenser. Det er en livsfarlig kombinasjon. Risikoen for ulykker og dødsfall i trafikken øker drastisk med promille i blodet. I året som gikk, fortsatte vi det forebyggende arbeidet knyttet til alkohol i trafikken. Vi 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.

Vi lyktes imidlertid med å nå målgruppen på andre områder. Vi gikk blant annet bredt ut i store nasjonale medier sammen med medlemsorganisasjonen MA Rusfri trafikk og advarte mot Facebook-grupper som varsler om trafikkkontroller. Vi deltok i den offentlige debatten knyttet til promillegrense ved bruk av el-sparkesykkel. Blant annet var vi til stede i en rekke nasjonale medier og snakket om at befolkningen ønsket promillegrense. Vi deltok også i høringen knyttet til nye regler for elektriske kjøretøy i regi av Statens Vegvesen og Samferdselsdepartementet. Under ruskontrollukene trakk vi frem risikoen ved dagen-derpå-promille, blant annet gjennom radioreklame og sponning av vår egen promillekalkulator i sosiale medier. I fjor brukte mer enn 250 000 nordmenn kalkulatoren til å sjekke promillen sin på Av-og-tils nettsider.



Faksimile: Aftenposten

## Graviditet

De fleste er enige i at alkohol og graviditet ikke hører sammen. Likevel fødes det flere hundre barn i Norge hvert år med alkoholrelaterte fosterskader. Derfor jobber vi i Av-og-til for å opplyse om risikoen ved å innta alkohol under svangerskapet. For å få til det må vi være der de gravide er. I så måte har samarbeidet med Av-og-til-kommunene og helsestasjonene vært avgjørende for å nå frem med informasjon om alkohol og graviditet. Dette omfatter også utdeling av informasjonsmaterieill rettet mot foreldre som venter barn, samt oppdatert kunnskap og informasjon på avogtil.no.

I 2019 inngikk vi et samarbeid med appen Helseoversikt som gir gravide og spedbarnsforeldre trygge helseråd på mobilen. Vi er en av innholdsleverandørene til appen, og også i 2021 mottok foreldre innholdet vårt.





# Verktøyene våre

Av-og-til jobber etter en bred kampanjemodell med 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 følgende satsingsområder:

- folkehelse
- barn og unge
- båt- og sjøliv
- ungdom og alkohol
- idrett

Målgruppen er den voksne befolkningen som drikker alkohol.



# Samarbeid og lokal iverksettelse

Også 2021 ble et år preget av pandemien. Smitteverntiltak og endrede arbeidsoppgaver i Kommune-Norge krevde et mer digitalt tilbud fra Av-og-til, samtidig som lettelser i løpet av året også gjorde det mulig å skape noen fysiske møteplasser.

For at flest mulig skal få med seg budskapet om sunt alkovett, samarbeider Av-og-til med kommuner, medlemsorganisasjoner, etater og andre aktører i frivilligheten. Dette fellesskapet gir oss muligheten til å nå ut med god og riktig informasjon til ulike deler av befolkningen. I tillegg får vi tilgang til viktig innsikt som danner grunnlag for kampanjer og annen virksomhet i Av-og-til.

Samarbeid er viktig for oss i alle faser av et prosjekt eller en kampanje. *Klar for sjøen*-kampanjen er et godt eksempel på dette, der kampanjepartnerne spiller en sentral rolle fra start til slutt. De gir oss verdifulle innspill og hjelper oss med å ta gode valg i planleggingen av kampanjen, og de er avgjørende for at vi skal få budskapet ut til båtfolk over hele landet. Av-og-til-kommunene er et annet eksempel. Der er vi i dialog med ulike aktører avhengig av temaet. I 2021 gjennomførte vi blant annet



Foto: Privat

fokusgrupper med SLT-koordinatorer i et utvalg kommuner. Målet med gruppene var å få innblikk i hvordan ungdommenes hverdag ble påvirket av koronarestriksjonene.

## Av-og-til Lokalt

Av-og-til Lokalt er et samarbeid mellom Av-og-til og kommuner over hele landet om lokaltilpasset alkoholforebygging. Sammen jobber vi for å forebygge og redusere alkoholskader og gjøre hverdagen tryggere for alle som bor i kommunen.

Kommunesamarbeidet er et viktig satsingsområde for Av-og-til. Kommunene har en unik mulighet til å komme i direkte dialog med befolkningen, i tillegg til at de utformer lokal alkoholpolitikk og håndhever alkoholloven. Ved å benytte kommunenes kommunikasjonskanaler og møtepunkter kan Av-og-til Lokalt sørge for at innbyggerne treffer på budskapet om alkovett på mange arenaer i lokalmiljøet sitt.

Av-og-til Lokalt bidrar til å gi kommunenes ansatte enkle metoder for å snakke om alkohol og folkehelse med befolkningen. Kommunene blir invitert med når vi har nasjonale kampanjer, samtidig som vi utarbeider materiell og ressurser som kommunene har behov for. Dette er et viktig bidrag i det kommunale rusmiddelpolitiske arbeidet og legger til rette for godt samarbeid mellom kommunale aktører, frivilligheten og lokalt næringsliv.

## Å tilpasse forebyggingen til smitteverntiltakene

Også i 2021 ble arbeidet preget av den pågående pandemien. Flere av de ansatte i kommunene fikk endrede arbeidsoppgaver, noe som naturlig nok fikk følger for samarbeidet. I tillegg var situasjonen ulik og i endring i de forskjellige kommunene, noe vi hele tiden måtte ta hensyn til.

Den årlige konferansen for kommunene lot seg ikke gjennomføre fysisk slik vi pleier. Konferansen gir







Foto: Privat

Av-og-til-kommunene kunnskap og inspirasjon til å jobbe med forebyggingsarbeid det påfølgende året. Dermed ble det desto viktigere å levere en god løsning via skjerm. Vi samarbeidet derfor med et eventbyrå som har spesialkompetanse på praktisk digital gjennomføring, og inviterte Solveig Kloppen med som konferansier. Temaene var samfunn, smittevern og sårbare grupper, kommunikasjon i kommuner og alkohol som folkehelseutfordring. Det var stor interesse for å delta på konferansen, og vi endte opp med å samle rekordmange kommuneansatte som fulgte sendingen fra ulike kanter av landet.

En digital konferanse gjorde det mulig å samle de ulike aktørene som samarbeider om alkoholforebygging i kommunene.

Pandemien satte også sitt preg på *Klar for sjøen*-kampanjen siden muligheten til å drive oppsøkende virksomhet mot lokale båtfolk og feriegjester var mindre i år. Vi inviterte kommunene til å være med og lage en konkurranse der befolkningen skulle lete etter kapteinens kopp, som ble gjemt på et maritimt sted i kommunene. De fikk hjelp av oss til å informere om konkurransen på Facebook og i lokale medier. Tilbudet ble godt mottatt av kommunene, og mange brukte en

sommerdag på å lete etter koppen som hadde kampanjemottoet «Ekte kapteiner drikker kaffe».

### Nye verktøy og virkemidler

Det var naturlig å prioritere digitale ressurser til kommunene i år, både for å gi dem noe som kunne brukes ved inngripende smitteverntiltak, og av miljøhensyn. I løpet av året utarbeidet vi blant annet flere foredrag, digital ranselpost til foreldre i skoler og barnehager, digitale plakater og filmer til infoskjermer i ulike kommunelokaler samt lokaltilpassede digitale quizer som kan deles lokalt ved hjelp av en QR-kode. I tillegg målrettet vi innhold i sosiale medier mot Av-og-til-kommuner i forbindelse med kampanjer.

Filmene i årets folkehelsekampanje ble spesielt tilpasset til informasjonsskjermer som benyttes på lokale legekontorer. De ble vist på venterommet til over 480 leger landet rundt. På den måten fikk innbyggerne i Av-og-til-kommuner informasjon om alkohol og helse mens de ventet på å komme inn til legen, og filmene kunne kanskje også fungere som en samtaleåpner.

Vi utviklet også nytt informasjonsmateriell som skal gjøre Av-og-til Lokalt bedre kjent internt i kommunene, og gjøre det lettere for nye Av-og-til-kommuner å få en oversikt over tilbudet.

### Lokal agendasetting

Av-og-til-kommunene jobber med ulike tema gjennom året. Mange kommuner er spesielt opptatt av alkoholforebygging blant ungdom og bruker materialet vi tilbyr om kjipe foreldre, for å komme i dialog med foreldregruppen. Også i 2021 synliggjorde flere kommuner den viktige foreldrerollen i foreldremøter, i lokalaviser, i sosiale medier og på skolens digitale kanaler.





Foto: Privat



Foto: Privat



Foto: Privat

Den digitale hverdagen har også gjort at en del tar steget helt ut og lager digitale foreldremøter. Lindesnes kommune arrangerte et større møte for 8. klassetrinnet, der rundt 200 foreldre deltok på Teams. Deltakerne

fikk treffe dem som jobber med ungdom i kommunen, politi og representanter for ungdommene selv, og høre om tema som er aktuelle for foreldre og lokalsamfunnet. Av-og-til bidro med foredrag om kjipe foreldre.



Hvert år setter Av-og-til psykisk helse på agendaen i forbindelse med Verdensdagen for psykisk helse den 10. oktober. Årets tema var livet

under og etter pandemien. Flere kommuner markerer Verdensdagen, og Av-og-til bidro med ulike ressurser til dette, blant annet foredrag og samarbeid om presseutspill.

Som tidligere nevnt samarbeider Av-og-til med filmskaper Jesper Kolstad Rødseth. I 2021 fikk et utvalg kommuner tilbud om besøk i videregående skole med filmvisning og panelsamtale med Rødseth, helsesykepleier, kommunepsykolog og Av-og-til. Opplegget skal videreføres og tilbys til flere kommuner i 2022.

I Karmøy kommune ble det fysiske arrangementet med elever fra videregående skole svært vellykket. Elevene fikk også informasjon om hvor de kan henvende seg når de har det vanskelig.

Gjennom samarbeidet med Av-og-til-kommunene tilbyr Av-og-til

fysisk og digitalt materiell tilpasset småbarnsforeldre, som de får utdelt på helsestasjonen. I år ble viktig innhold også tilgjengelig på engelsk, etter forespørsel fra kommunene. I 2021 ble det utviklet en workshop for å sikre at helsesykepleiere tar opp temaet alkohol og barn med foreldrene. Opplegget ble testet ut med alle helsesykepleierne i Bærum kommune og skal gjøres tilgjengelig for resten av Av-og-til-kommunene i 2022.

### Nye kommuner

Det var utfordrende å dra på kommunebesøk og presentere samarbeidet Av-og-til Lokalt for interesserte kommuner i 2021. Like fullt var det 57 Av-og-til-kommuner ved utgangen av 2021, og 1 170 000 mennesker bor nå i en Av-og-til-kommune. De nye kommunene som kom til i 2021, var Eigersund, Meløy, Sola, Stranda og Flekkefjord. ■

### AV-OG-TIL-kommuner per 2021

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

# 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 virksomheten på oppdatert kunnskap om alkoholskader og drikkemønstre. Vi samarbeider med relevante forsknings- og kompetansemiljøer og bruker nettsider, sosiale medier og andre nyhetsmedier for å formidle kunnskapen til folk.

## Egne undersøkelser

I 2021 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 2021 ga vi Rambøll Management Consulting i oppdrag å undersøke om pandemien og smitteverntiltakene førte til et endret drikkemønster i befolkningen, og hva slags ringvirkninger det igjen hadde. Rapporten «Alkohol og korona – en risikofaktor under pandemien» gir en sammenstilling av forskning og studier og ser blant annet på sammenhengen mellom kriser og alkoholkonsum. Gjennom dybdeintervjuer med en rekke fageksperter og tjenester på området får vi et større bilde av hvordan pandemisituasjonen og smitteverntiltakene påvirket

ulike grupper i samfunnet. Vi får også innsikt i hvordan alkohol som risikofaktor under pandemien gikk ut over både sårbare og ikke-sårbare grupper i befolkningen.

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 Nordan (Nordic Alcohol and Drug Policy Network).

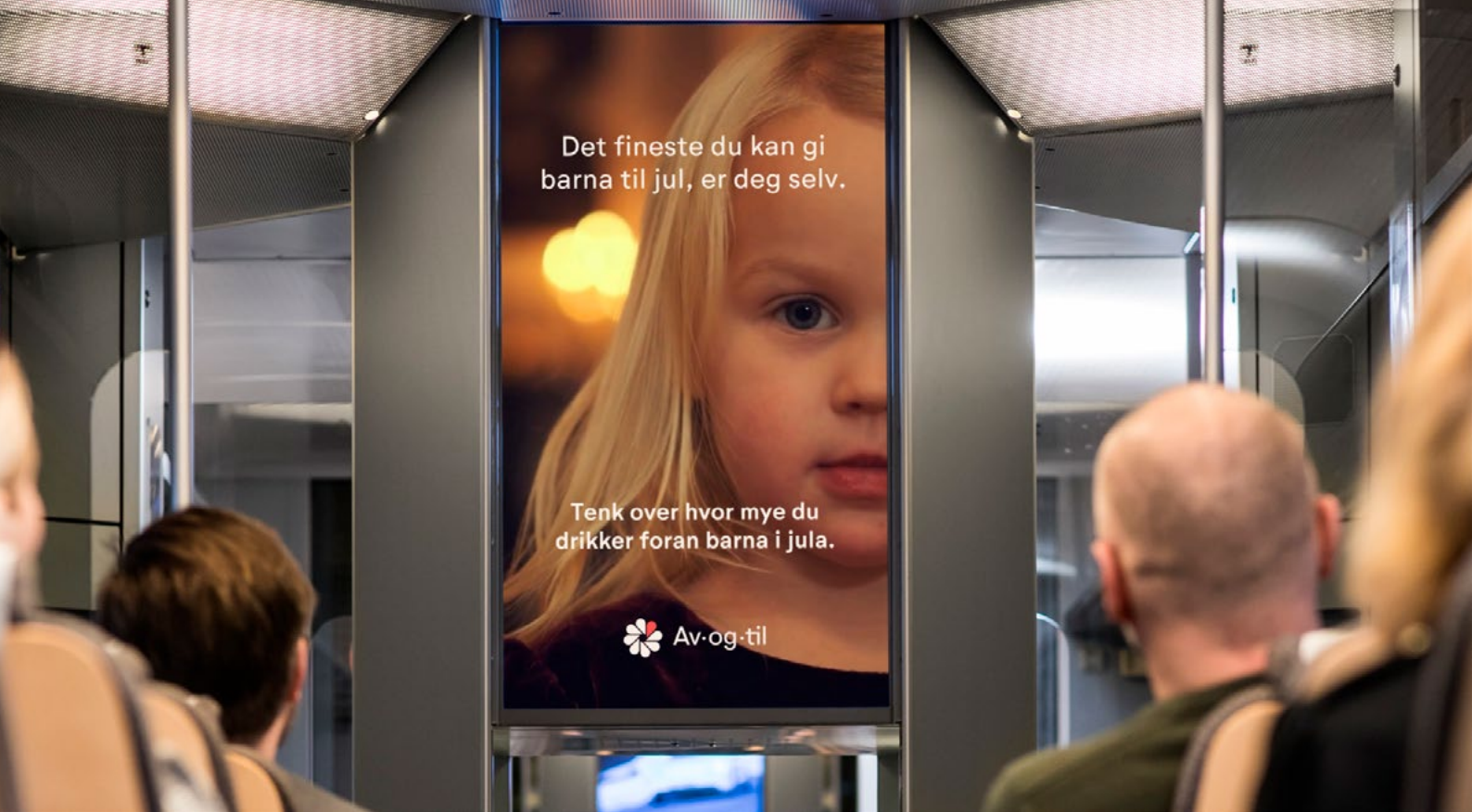
Av-og-til jobber også målrettet med å spre informasjon om alkohol og holdninger til alkoholbruk i media. Ved å opprettholde en nær kontakt med journalister og sørge for at vi alltid har oppdatert kunnskap, ønsker Av-og-til å være en relevant kilde for journalister og andre når det gjelder spørsmål om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

Særlig når det gjelder sammenhengen mellom alkohol og helse, er det stort behov for informasjon. Til tross for at forskning viser at det er en sammenheng mellom alkoholbruk og over 200 ulike sykdommer, er kunnskapen om denne sammenhengen lav hos befolkningen. For eksempel vet bare halvparten av respondentene i en spørreundersøkelse som Ipsos gjennomførte for Av-og-til, at alkohol øker risikoen for hjertesykdom, og bare 7 prosent vet at det øker risikoen for brystkreft. Å bidra til å tette kunnskapshullene på helsefeltet var derfor en prioritert del av Av-og-tils arbeid i 2021.

Av-og-til holder også foredrag om de ulike temaene vi jobber med. På grunn av restriksjoner knyttet til pandemien var det noe mindre foredragsvirksomhet enn i tidligere år, og mange av foredragene vi arrangerte, ble flyttet over til digitale flater. ■

– På avogtil.no får folk tilgang til forskning og kunnskap om alkohol og konsekvensene av å drikke.





## Kommunikasjon

Også 2021 ble et år preget av sosial nedstenging og færre fysiske møteplasser. Det påvirket Av-og-tils kommunikasjon både i innhold og i form.

Digitale kanaler har alltid vært en bærebjelke i Av-og-tils kommunikasjon, både i det løpende arbeidet og i kampanjene våre. I løpet av de to årene med pandemi ble denne delen av arbeidet vårt enda viktigere. Restriksjoner og smittevernhensyn tvang oss til å være mer hjemme, mer alene og mindre sammen med venner og familie. Det påvirket ikke bare måten vi lever livet vårt på, men også drikkevanene våre – og Av-og-tils kommunikasjon.

### Økt digitalisering

Av-og-til trengte heldigvis ikke å avlyse så mange av de planlagte kommunikasjonsaktivitetene i 2021, men restriksjonene knyttet til pandemien førte til at noen aktiviteter måtte endres eller flyttes. Energikonferansen, Av-og-tils årlige samling med samarbeidskommunene våre, som vanligvis avholdes fysisk i Oslo, måtte for første gang avholdes digitalt. Enkelte kampanjer ble også justert noe innholdsmessig. For eksempel gjorde restriksjoner og

begrensninger knyttet til russetiden det lite hensiktsmessig å rette ungdomsarbeidet så tydelig mot denne gruppen som vi opprinnelig hadde planlagt. Fraværet av fysiske møteplasser gjorde også digital kommunikasjon til en enda viktigere bærebjelke i gjennomføringen av de andre kampanjene. Særlig tydelig ble dette i kampanjene knyttet til trafikk og sjøliv, der stander, fysiske møter og utdeling av materiell ble redusert, mens nettartikler, digitale konkurranser, radioreklame og andre tiltak i tradisjonelle og sosiale medier ble prioritert opp. Også mye av Av-og-tils foredragsvirksomhet ble digitalisert i 2021, og informasjonsmateriell ble i flere kommuner erstattet av digital informasjon på nett og infoskjermer.

### Pandemifokus i medier og kampanjer

Pandemien påvirket ikke bare formen på Av-og-tils kommunikasjon. Den preget også i høyeste grad innholdet. Rapporten «Alkohol og korona

– en risikofaktor under pandemien» var sentral i mye av Av-og-tils mediearbeid i 2021, ikke bare i det løpende arbeidet, men også i flere av kampanjene. I barnekampanjen trakk vi frem bekymringen for at pandemien ville føre til at foreldre drakk mer sammen med barn, mens et sentralt poeng i folkehelsekampanjen var risikoen for at pandemien kunne få de gruppene som hadde et risikofylt forbruk fra før, til å drikke mer. I ungdomskampanjen la vi blant annet vekt på at restriksjonene førte til at ungdommen hadde færre muligheter til å møtes hjemme hos hverandre.

### Vekst på nett

Av-og-til har de siste årene jobbet systematisk med å øke trafikken til nettsidene. I 2020 kom mye av nettrafikken fra promillekalkulatoren. Det gjorde den også i 2021, men trafikken fikk også betydelig drahjelp fra verktøyet Drikkestatus, som ble lansert på tampen av 2020. Drikkestatus lar deg kartlegge dine egne drikkevaner og gir deg en



tilbakemelding på hvor stor risiko som er forbundet med alkoholbruken din.

Gjennom hele året arbeidet vi med å videreutvikle nettsidene, både når det gjaldt oppdatering av eksisterende innhold og nye funksjoner. Basert på en søkeordsanalyse jobbet vi med å forbedre tekstene på nettsidene. I tillegg skrev vi nytt innhold med utgangspunkt i søketrender som er blitt fanget opp. Videre utviklet vi nye funksjoner i form av en quizmodul, infografikk og flere illustrasjoner. Det er svært viktig for oss å holde oss oppdatert på digitale trender og ta i bruk nye funksjoner fordi det bidrar til å vekke brukerens nysgjerrighet.

### Fra holdning til handling

Utviklingen av verktøy som Drikkestatus er et resultat av en bevisst satsing på å utfordre folk til å endre ikke bare holdningene til alkoholbruk, men også drikkevanene. Mange av Av-og-tils kommunikasjonsiltak er utviklet for å bli lagt merke til og vekke følelser hos folk. I 2021 jobbet vi mye med å sikre at slike kommunikasjonsiltak ikke bare får folk til å tenke, men også gjør



Foto: TV2

det lettere for dem å faktisk endre vaner. I tillegg til å bruke verktøy som Drikkestatus og Promillekalkulator aktivt i flere kampanjer jobbet vi derfor systematisk med å spisse og forenkle tipsene og rådene vi gir rundt alkoholbruk, og tilpasse dem til ulike kanaler. Vi laget blant annet grafiske og bildebaserte utgaver av mange nettartikler, tilpasset den enkelte sosiale mediekanal, noe som har gjort rådgivnings- og veiledningsstoffet vårt mer tilgjengelig for en langt større målgruppe.

### Løftet frem det positive

Selv om en viktig del av Av-og-tils arbeid er å vise frem de negative konsekvensene av alkoholbruk, er det ikke nødvendigvis det som motiverer folk til å gjøre faktiske endringer i sine egne liv. I et år preget av restriksjoner, påbud og begrensninger var det derfor viktig for Av-og-til å ikke bare advare folk om alkoholbruk, men også løfte frem løsninger og vise alle fordelene ved å redusere alkoholforbruket. Særlig på Av-og-tils ferskeste satsingsområde folkehelse var dette





**Vendepunktet**  
 TEKST: HILDA KILBING / FRIKAMPEN | FOTO: HILDA KILBING / FOTOPOLSKA/REUTERS  
 «Det var et miserabelt liv, men det er utrolig hvor godt jeg fungerte.»  
 Det tok lang tid før Gunn-Helen Øye (67) innså at hun kom til å drikke seg i hjel, om hun ikke tok grep.

Gunn-Helen Øye står på kjøkkenet og rydder etter gjestene. Det er i begynnelsen av høstferien og hun har allerede huser ligger røstet av det gjennomsnittlige tallet på 25-åringene er forbruk og tilsvarende økt i løpet av året. Men hun har ikke noe å si om det. Hun har vært i behandling for alkoholproblemer i over 20 år. Hun har vært i behandling for alkoholproblemer i over 20 år. Hun har vært i behandling for alkoholproblemer i over 20 år.



TEKST: HILDA KILBING / FRIKAMPEN | FOTO: HILDA KILBING / FOTOPOLSKA/REUTERS

«Det er som å dykke ned i helvete å dra på fast i den første perioden. Beskytt deg selv og si at det ikke passer.»  
 GUNN HELEN ØYE

«Være trygg på at hovedpersonen selv er meg klar over sine problemer.»

«En klar lære var at vedkommende reagerte med å trekke seg vekk.»

«Jeg hadde bare en tryk for å bli avstilt eller bli stilt i hjel. Det var som å være i en tunnel som ikke har et lys i slutten. Men mange år etter har jeg fått et lys i slutten. Men mange år etter har jeg fått et lys i slutten. Men mange år etter har jeg fått et lys i slutten.»

«Alkoholproblemer ble et stort problem for meg. Det tok lang tid å bli stilt i hjel. Det var som å være i en tunnel som ikke har et lys i slutten. Men mange år etter har jeg fått et lys i slutten. Men mange år etter har jeg fått et lys i slutten.»

«Det er som å dykke ned i helvete å dra på fast i den første perioden. Beskytt deg selv og si at det ikke passer.»

Faksimile: Dagbladet

et sentralt grep, både i sosiale medier, på nettsidene våre og i media.

**Tydligere stemme i samfunnsdebatten**

Mediene er en viktig kanal for Av-og-til, både i kampanjene og i det løpende alkoholforebyggende arbeidet. Av-og-til har som mål å sikre en jevn tilstedeværelse i lokale, regionale og nasjonale medier. Derfor gjennomførte vi også i 2021 flere store undersøkelser gjennom meningsmålingsbyråer for å hente inn ny og kvalitetssikret kunnskap om nordmenns holdninger til og bruk av alkohol. Funnene fra undersøkelsene ble brukt i en rekke pressesaker i løpet av året. Sammen med rapporten «Alkohol og korona – en risikofaktor under pandemien» ga undersøkelsene Av-og-til en mulighet til å være premissgiver og informasjonsleverandør i samfunnsdebatter om alkohol.

Bred pressedeckning er et sentralt mål i mange av Av-og-tils kampanjer, og en betydelig andel av presseoppslagene i 2021 var knyttet til kampanjene våre. Av-og-til var omtalt i til sammen 1256 presseoppslag i 2021. Mange av oppslagene var

knyttet til koronatiltakene og hvilke konsekvenser de hadde for alkoholvanene våre og for livet til barn, unge og andre pårørende. I tillegg utgjorde saker om den negative sammenhengen mellom alkohol og ulike helseutfordringer en vesentlig del av omtalen.

**– Fraværet av møteplasser gjorde digital kommunikasjon enda viktigere i 2021**

Den største og viktigste kommunikasjonskanalen til Av-og-til er imidlertid sosiale medier. Ved utgangen av 2021 hadde Av-og-til 98 500 følgere på Facebook, og de ulike kampanjebudskapene hadde til sammen flere millioner visninger. I tillegg var vi aktivt til stede på Instagram og YouTube, og vi opplevde en betydelig vekst i synligheten på begge disse plattformene. Av-og-til har ikke en egen kanal på Snapchat, men er også til stede

der ved å sponse innhold og ved at nyhetsmedier deler budskapene våre fra sine kontoer.

**Kjente kampanjer, mindre kjente avsender**

Av-og-tils kampanjer når bredt ut og blir lagt merke til av en svært stor andel av befolkningen, men selve organisasjonen er ikke like langt framme i folks bevissthet. Når befolkningen blir spurt om hvilke organisasjoner de kjenner som jobber med holdningsskapende arbeid og alkohol, er det bare 9 prosent som nevner Av-og-til. Etter å ha blitt gjort oppmerksom på navnet er likevel andelen som sier at de har hørt om oss, høy. 54 prosent sier at de kjenner til organisasjonen, hvorav 39 prosent sier at de bare kjenner oss ved navn. Det er i tråd med Av-og-tils strategi om å prioritere budskap og alliansebygging over synliggjøring av egen merkevare. Vi ser også at kjennskapet til organisasjonens arbeid er høy på mange av prioriteringsområdene våre. Over 40 prosent av befolkningen kjenner til Av-og-til arbeider med barn, folkehelse og ungdom. ■



# Vi vet at under pandemien:

ble alkohol en større risikofaktor

kan det ha blitt en større skjevfordeling i alkoholkonsum

drakk flere i hverdagen, alene og i hjemmet

unge voksne, menn, barn og unge var sårbare for alkohol

sto flere personer i fare for å utvikle alkoholproblemer

HOVEDFUNNENE I RAPPORTEN:  
«ALKOHOL OG KORONA», UTARBEIDET AV  
RAMBØLL PÅ OPPDRAG FRA AV-OG-TIL.



## ALKOHOL OG KORONA EN RISIKOFAKTOR UNDER PANDEMIEN

Av-og-til  
Rapport  
April 2021  
www.ramboll.com





# Styret og de ansatte

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

Årsmøtet i september 2021 valgte følgende styre:  
Knut Haugsvær, Frelsesarmeen  
Karoline Solheim, Actis – Rusfeltets samarbeidsorgan  
Martin Strand, 4H  
Marianne Andersen, Krefteforeningen  
Liv Marie Bendheim, Ung i trafikken  
Heidi Greni, Senterpartiet  
Ingunn Foss, Høyre  
Christian Stoutland, Politidirektoratet  
Åsmund Kleivenes, Idrett uten alkohol  
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 sju styremøter, fem ordinære og to ekstraordinære i forbindelse med ansettelse av ny generalsekretær. Styret behandlet 56 saker i 2021.

Sekretariatet til Av-og-til er lokalisert i Torggata i Oslo. Per 31. desember 2021 bestod staben av ni medarbeidere: generalsekretær og kommunikasjonsleder, fem kommunikasjonsrådgivere, to rådgivere og en førstekonsulent.

Alle stillingene i Av-og-til blir opprettholdt under forutsetning av årlige bevilgninger.

## Ansatte i løpet av 2021:

Randi Hagen Eriksrud, generalsekretær  
Katrine Gaustad Pettersen, kommunikasjonsleder og konstituerende generalsekretær  
Marte Sletten, rådgiver  
Stina Katrine Bakken, rådgiver  
Alexander Klüver Stenerud, kommunikasjonsrådgiver  
Christine Brown Vollan, kommunikasjonsrådgiver  
Ingvild Hauge, kommunikasjonsrådgiver  
Marianne Nordtveit Woldstad, kommunikasjonsrådgiver  
Marion Kristine Gustavsen, kommunikasjonsrådgiver  
Sigbjørn Pettersen Kiserud, kommunikasjonsrådgiver  
May-Linn Lauritzen, førstekonsulent

## 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 2021 er satt opp på bakgrunn av dette.

### INNTEKTER

Inntektene i 2021 var på i alt 22 978 322 kroner. Av de totale inntektene utgjorde bevilgninger over statsbudsjettet 20 500 000 . Av andre inntekter mottok Av-og-til 2 459 822 kr i momskompensasjon, og medlemskontingenten beløp seg til 18 500 kroner.

### KOSTNADER

Kostnadene i 2021 var på i alt 22 823 428 kroner. Det ble satset betydelig på informasjons- og kampanjevirkosomhet og på systematisk nettverksarbeid og kartleggingsvirkosomhet.

### RESULTAT

Årsresultatet viser et overskudd på 164 007 kroner.

# Resultatregnskap 2021

	NOTE	2021	2020
<b>DRIFTSINNETEKTER</b>			
Kontingenter		18 500	21500
Grunntilskudd	4	20 500 000	19 900 000
Andre inntekter		2 459 822	1 672 165
<b>Sum driftsinntekter</b>		<b>22 978 322</b>	<b>21 593 665</b>
<b>DRIFTSKOSTNADER</b>			
Lønnskostnader	3	5 933 388	5 962 816
Andre personalkostnader	3	556 296	431 920
Fremmede tjenester	3	1 786 179	1 215 265
Reise/Diett		69 477	168 905
Kontorkostnader inkl.elektrisitet og renhold		658 117	620 493
Telefon/porto/kopi/trykksaker		588 569	631 629
Inventar/edb		346 411	244 708
Annet kampanjemateriell/arrangementer		8 818 158	8 991 975
Møter		37 390	14 825
Annonser		2 298 660	2 292 976
Diverse utgifter		55 730	108 637
Markedsundersøkelser		1 675 053	1 007 475
<b>Sum driftskostnader</b>		<b>22 823 428</b>	<b>21 691 625</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>154 894</b>	<b>-97 960</b>
<b>FINANSIELLE INNETEKTER OG KOSTNADER</b>			
Annen renteinntekt/finansinntekt		9 517	16 831
Annen rentekostnad/finanskostnad		405	7 029
<b>Netto resultat av finansielle inntekter og kostnader</b>		<b>9 112</b>	<b>9 801</b>
<b>ORDINÆRT RESULTAT</b>		<b>164 007</b>	<b>-88 159</b>
<b>ÅRSRESULTAT</b>		<b>164 007</b>	<b>-88 158</b>
<b>OVERFØRINGER TIL EGENKAPITAL</b>			
Overført til/fra annen egenkapital	5	164 007	211 842
Avsatt/bruk Idrett-kampanje 2020	5	0	-300 000
<b>Sum overføringer til egenkapital</b>		<b>164 007</b>	<b>-88 158</b>



# Balanse

	NOTE	31.12.2021	31.12.2020
<b>EIENDELER</b>			
<b>OMLØPSMIDLER</b>			
<b>Fordringer</b>			
Kortsiktige fordringer	1	104 057	119 360
<b>Sum fordringer</b>		<b>104 057</b>	<b>119 360</b>
<b>Bankinnskudd, kontanter og lignende</b>			
	2	6 257 376	5 591 016
<b>Sum totale omløpsmidler</b>		<b>6 361 433</b>	<b>5 710 375</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>6 361 433</b>	<b>5 710 375</b>
<b>EGENKAPITAL OG GJELD</b>			
<b>EGENKAPITAL</b>			
<b>Opptjent egenkapital</b>			
Annen egenkapital	5	2 810 424	2 646 417
<b>Sum opptjent egenkapital</b>		<b>2 810 424</b>	<b>2 646 417</b>
<b>Sum total egenkapital</b>		<b>2 810 424</b>	<b>2 646 417</b>
<b>GJELD</b>			
<b>Kortsiktig gjeld</b>			
Leverandørgjeld		2 378 062	1 975 037
Skyldige offentlige avgifter		469 983	452 624
Annen kortsiktig gjeld		702 965	636 296
<b>Sum kortsiktig gjeld</b>		<b>3 551 009</b>	<b>3 063 958</b>
<b>Sum total gjeld</b>		<b>3 551 009</b>	<b>3 063 958</b>
<b>SUM EGENKAPITAL OG GJELD</b>		<b>6 361 433</b>	<b>5 710 375</b>

Oslo, 18. februar 2022  
Styret i AV-OG-TIL

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

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

\_\_\_\_\_  
Karoline Solheim (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)

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

\_\_\_\_\_  
Katrine Gaustad Pettersen (e-signert)  
Generalsekretær

\_\_\_\_\_  
Ragnhild Helene Kaski (e-signert)  
Generalsekretær

# 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.: **249 422**

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

LØNNSKOSTNADER	2021	2020
Lønninger	5 163 241	5 227 328
Arbeidsgiveravgift	768 799	735 239
Pensjon, andre kostnader	557 644	432 169
<b>SUM</b>	<b>6 489 684</b>	<b>6 394 736</b>

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

YTELSER TIL LEDENDE PERSONER	GENERAL-SEKRETÆR	STYRET
Lønn og andre ytelser	836 171	97 676

### Revisor

Revisjonshonorar og bistand utgjør i 2021 kr 65 900 ekskl. mva, hvorav kr 19 100 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 2021 kr 20 500 000.

## Note nr. 5 – Annen egenkapital

	Annen egenkapital
Egenkapital 01.01.	2 646 417
Årsresultat	164 007
<b>Egenkapital 31.12.</b>	<b>2 810 424</b>

Til styret i  
**Av-og-til**

## UAVHENGIG REVISORS BERETNING

### Konklusjon

Vi har revidert Av-og-til sitt årsregnskap som viser et overskudd på kr 164 007. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2021, resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening

- oppfyller årsregnskapet gjeldende lovkrav, og
- gir årsregnskapet et rettviseende bilde av foreningens finansielle stilling per 31. desember 2021 og av dets resultat 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 de internasjonale revisjonsstandardene International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet nedenfor under Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet. Vi er uavhengige av foreningen slik det kreves i lov, forskrift og International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av the International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), og vi har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Innhentet revisjonsbevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

### Ledelsens ansvar for årsregnskapet

Ledelsen er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og 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.



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](http://www.rg.no)



**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 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.

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

Trollåsen, 28. februar 2022  
**Revisorgruppen Akershus AS**

Håkon Mæland  
Statsautorisert revisor

Dokumentet er elektronisk signert.

# Disse står bak Av-og-til

Av-og-til har 48 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
- Familielubbene 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
- Venstre



Av-og-til

Torggata 1, 0181 Oslo

telefon: 23 21 45 30

e-post: avogtil@avogtil.no

www.avogtil.no

