

AV·OG·TIL



Årsrapport 2017

Dette er AV-OG-TIL

AV-OG-TIL jobber for alkovett i samfunnet. Ved å sette fokus på situasjoner der alkohol utgjør en særlig risiko eller kan være til ulempe for andre, vil AV-OG-TIL bidra til å redusere de negative følgene av alkoholbruk og gjøre hverdagen tryggere for alle. Alkovett er å tenke seg om og vise hensyn.

OPPDRAG

I 1980 tok en tverrpolitisk allianse på Stortinget initiativ til det som i dag er AV-OG-TIL. Oppdraget gikk ut på å være en samlende aktør og snakke til folk flest om ulike sider ved alkoholbruk.

SAMMEN FOR ALKOVETT

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.



Innhold

Ord fra styrelederen	2
Visjon	3
Dette jobbet vi med i året som gikk	
Alkovett	4
Arbeidsliv	6
Barn og unge	7
Graviditet	10
Båt- og badeliv	12
Idrett	14
Livskriser	16
Trafikk	18
Våre verktøy	19
Samarbeid og lokal iverksettelse	20
Kompetanse og informasjon	22
Kommunikasjon	23
En popup utenom det vanlige	26
Styret og de ansatte	28
Regnskap 2017	29
Disse står bak AV-OG-TIL	34

AV-OG-TIL i dag og fremover

Det gjelder å være på hugget og tenke nytt,
samtidig som vi holder fast på det som fungerer.

1981. De parlamentariske lederne på Stortinget blir enige om å etablere et felles tiltak for å forebygge alkoholskader. Alkokutt blir først etablert som en midlertidig kampanje og har deretter utviklet seg til å bli AV-OG-TIL slik vi kjenner det i 2017. Det har alltid vært viktig for AV-OG-TIL å snakke om alkoholvaner, men måten det har blitt gjort på, har endret seg over tid. Alkokutt har utviklet seg til AV-OG-TIL og alkovett som snakker til folks følelser og fornuft.

Å være en alkovettorganisasjon som har i oppdrag å få folk til å tenke gjennom egne alkoholvaner og atferdsmønstre, kan være en delikat oppgave. Temaet alkohol er ikke sjelden forbundet med skam og moralisme. Skal budskapet treffe bredt, må vi henge med i tiden. Budskapet må formidles med finesse, gjerne med humor, samtidig som det er klart og lettfattelig. Det må være forankret i fakta og ha aktualitet samt være basert på nyskapende ideer og kreativitet. Evalueringer viser at vi har truffet godt når det gjelder å få oppmerksomhet rundt kampanjene våre og skape refleksjon etterfulgt av handling hos den enkelte – helt i tråd med oppdraget vårt.

Filmen «Litt av en kunst» som vi laget til *Klar for sjøen*-kampanjen i 2015, er én av de mange gangene vi har truffet riktig. Kampanjefilmen ble spredt viralt til alle verdenshjørner og sett over 11 millioner ganger. Den er morsom samtidig som den uten ord formidler et klart budskap. Vi spilte med hell videre på det samme konseptet de neste to årene – med stor gjennomslagskraft. I 2017 har vi fortsatt å skape oppmerksomhet, blant annet ved å ta i bruk ny teknologi. Ved hjelp av virtuell virkelighet lot vi folk få oppleve hvordan det er å være barn på sydenferie med berusede foreldre.

Med VR-brillene føles det som om man er i situasjonen, man får klump i magen og kjenner hvordan det er å komme i andre rekke og å være overlatt til seg selv. Ulike aktører ble invitert til å se VR-filmen, og deres spontane reaksjoner og uttalelser ble også filmet. Reaksjonene ble samlet i en såkalt bakomfilm som med sitt metaperspektiv også ble et viktig kampanjeelement.



I AV-OG-TIL er vi overbevist om at vi får til mer sammen enn alene.

Derfor er det svært gledelig at vi i 2017 signerte samarbeidsavtale med hele 13 nye kommuner. Vi har nå totalt 51 AV-OG-TIL-kommuner med på laget. Samarbeidsmodellen med mange ulike aktører har vist seg å være både levedyktig og effektiv over tid. Takk til alle AV-OG-TIL-kommunene og samarbeidspartnerne våre for det gode samarbeidet!

Kari Randen takket i 2017 av etter åtte år som daglig leder. Hun har ledet arbeidet som har gitt AV-OG-TIL en unik posisjon og vært organisasjonens talsperson på en solid og god måte. På vegne av styret, sekretariatet og alle medlemsorganisasjonene takker jeg Kari for innsatsen.

Det kan være fristende å gjenta gamle suksesshistorier. Men i en medievirkelighet som stadig fornyer seg, er det viktigere enn noensinne at vi evner å være på hugget og tenke nytt, samtidig som vi holder fast på det som fungerer. Det opplever jeg at vi klarte i 2017. Og det er styrets mål og ønske at vi skal klare det også i fremtiden.

Stig Söderström,
styreleder i AV-OG-TIL

Visjon

Et samfunn med godt alkovett.

Hovedmål

Redusere negative konsekvenser av alkoholbruk.

Formål

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



Alkovett

AV-OG-TIL har i 2017 jobbet for å gjøre befolkningen mer bevisst og bidra til at de får et mer reflektert forhold til egen drikking. Vi kaller det å vise godt alkovett.

Alkovett er et vidt begrep, rett og slett fordi det finnes så mange måter å rote til alkoholbruken sin på, og det er noe som kan skje den beste. Noen har vanskeligheter med å kontrollere hvor ofte de drikker. Andre kan ha vanskeligheter med å stoppe når de først begynner. Det kan også være utfordrende å ha et bevisst forhold til hvordan alkoholbruken din påvirker livet ditt og dem du er glad i.

AV-OG-TIL HOPPET I TIDSMASKINEN

I begynnelsen av året kom vi med følgende oppfordring: Når du tenker på alkohol, tenk ett trekk lenger. For når vi skal vise alkovett, handler det ofte om å tenke langsiktig. Vi skal ikke nødvendigvis spå inn i fremtiden, men minne oss selv på at vi har ambisjoner for morgendagen, neste sesong eller neste år. Godt alkovett er det samme som å utvise skjønn og tenke selvstendig hver gang man vurderer å drikke alkohol, enten det er snakk om den første drinken på en måned eller kveldens sjette øl.

Man kan spørre seg selv: Vil den neste drinken jeg tar, få uheldige konsekvenser for meg selv og de rundt meg i fremtiden? Har man et bevisst forhold til eget alkoholforbruk, er det lettere å være til stede og å ta gode beslutninger i livet sitt.

I årets første kampanje, der vi oppfordret folk til å tenke ett trekk lenger, benyttet vi livlige illustrasjoner som på en humoristisk måte skisserte ulike situasjoner som viser konsekvensene av for høyt alkoholbruk. Vi fokuserte var på en blanding av aktuelle saker og mer sosiale og samfunnsrelaterte problemstillinger. Ved hjelp av skreddersydd tekst og spisset målretting fikk ulike grupper i befolkningen direkte påminnelser om situasjoner som de med stor sannsynlighet ville kunne kjenne seg igjen i. Facebook var hovedplattform for kampanjen og Instagram en nyttig støttekanal. Illustrasjonene skapte stort engasjement i form av likes, delinger og kommentarer. Det var særlig populært å tagge venner og bekjente. Til sammen fikk de ulike postene nærmere 12 000 reaksjoner. Kampanjen førte også til en god økning i antall følgere på Facebook-siden vår.

På P4 kunne lytterne også høre ulike humoristiske radiospotter hvor fremtiden ringte for å advare mot de valgene man tar i drikkesituasjonen. I en periode på over to uker fikk omtrent 1 249 000 personer høre radioreklamene. På avogtil.no ble artikkelen «AV-OG-TIL hopper i tidsmaskinen» hyppig lest, og kampanjen ble plukket opp og omtalt på bransjenettstedet kampanje.com. På nrk.no ble AV-OG-TIL frontet i oppslag som advarte

Med egne illustrasjoner som ble delt på Facebook og Instagram, viste vi hvilke meldinger vi kanskje hadde fått fra fremtiden, om vi hadde mulighet for å gi råd til oss selv.



politikere mot Facebook-fylla, og budskapet om at alkohol svekker dømmekraften, kom tydelig frem. Som en oppfølging publiserte vi artikkelen «Slik unngår du digital fylleangst». Vi så en markant økning i trafikken på avogtil.no i kampanjeperioden.

Alkovett var også tema i flere mediasaker i løpet av våren. Blant annet fikk russen høre hva alkovettleder Kari Randen gjerne skulle ha visst da hun selv var russ, gjennom en artikkel på TV2.no, og allergikere som leste nyheter på nrk.no, fikk lære at pollenallergi blir verre når man drikker alkohol.

DET ER NOE VI MÅ SNAKKE OM

Mange opplever at det kan være ubehagelig å snakke om alkoholbruk. En undersøkelse Respons Analyse gjennomførte på oppdrag fra AV-OG-TIL, viste at 33 prosent av befolkningen ville synes det var ubehagelig å konfrontere familiemedlemmer med deres høye alkoholforbruk. Skal vi ha et samfunn med godt alkovett, er det helt nødvendig å kunne snakke om det problematiske ved alkohol. Derfor ble det i forbindelse med julen 2017 utviklet samtaleråd for dette følsomme temaet.

Det finnes en del faste reaksjonsmønstre når det gjelder hvordan man responderer på kritikk, og disse er ofte knyttet til bestemte personlighetstyper. Noen blir for eksempel sinte eller anklagende, noen tøyser det bort, andre igjen prøver å få sympati. Hvordan kan du håndtere det hvis den

du skal snakke med om alkohol, har et reaksjonsmønster som gjør samtalen vanskelig?

Her kan vi lære av retorikken. AV-OG-TIL inngikk derfor et samarbeid med retorikeren Elaine Eksvård om å utarbeide råd for hvordan man kan ta opp temaet med ulike personlighetstyper. Personlighetstypene er utviklet med utgangspunkt i historier som AV-OG-TIL har fått tilsendt fra mennesker som har opplevd vanskeligheter med alkohol i nære relasjoner. Personlighetstypene er den spydige, komikeren, fasadeholderen og martyren, og hver personlighetstype ble illustrert med egne karakteristiske figurer. Rådene ble lest over 15 000 ganger på avogtil.no alene, noe som tilsvarer hele 32 prosent av alle sidevisningene på nettsidene i desember. Guiden ble også lest nøye. I gjennomsnitt brukte de besøkende 3,5 minutter på artikkelen, som er omtrent dobbelt så mye som gjennomsnittet for alle sider på avogtil.no i 2017. Rådene ble også omtalt i flere ulike medier, som Aftenposten, og var et innslag i radioprogrammet Norgesglasset på NRK P1.

Flere av dem som selv har slitt med alkohol, kommenterte også rådene. De oppfordret folk til å si ifra når noen drikker for mye, siden de færreste ønsker å drikke så mye at det blir ubehagelig for andre.



Arbeidsliv

Arbeidslivet i 2017 var sterkt preget av metoo-kampanjen. Den synliggjorde at mange organisasjoner og bedrifter mangler et godt regelverk for alkoholhåndtering, og at det fortsatt er en stor jobb å gjøre på dette området.

Skillet mellom arbeid og fritid viskes mer og mer ut, og en betydelig andel av anledningene der vi inntar alkohol, er arbeidsrelaterte. Vi drikker med andre ord alkohol på fritiden sammen med kolleger, på sosiale arrangementer i regi av ledelsen, på arbeidsreiser og i forbindelse med kurs, seminarer og representasjon – det vi ofte kaller gråsoner mellom arbeid og fritid. Dette alkoholkonsumet har stor påvirkning på folkehelsen og kan ha alvorlige konsekvenser for enkeltmennesker.

Nettopp fordi såpass mange av drikkeanledningene er knyttet til arbeidsplassen, er arbeidsplassen en svært viktig arena å nå ut på. AV-OG-TIL jobber derfor for å redusere de negative konsekvensene av jobbrelatert alkoholkonsum. I 2017 reviderte AV-OG-TIL brosjyren om arbeidslivet i henhold til den nyeste forskningen, slik at AV-OG-TIL-kommunene og andre har tilgang til kvalitetssikret og oppdatert informasjonsmateriell. Brosjyren har fått ny tittel – «En arbeidsplass for alle».

Metoo-debatten illustrerte tydelig hvordan alkoholbruk i bedrifter og organisasjoner kan være en medvirkende faktor til uønskede hendelser. AV-OG-TIL ønsker at alle ledere skal ha et bevisst

forhold til sin egen rolle som tilrettelegger for alkoholkonsum, og at organisasjonens ansatte sammen skal komme frem til hvordan de ønsker å ha det på sin arbeidsplass. Derfor fikk organisasjoner også i 2017 tilbud om hjelp til å utarbeide en alkoholpolicy, både gjennom samtaleprogrammet om alkoholkultur på www.avogtilprat.no og via direkte mailkorrespondanse.

I 2017 inviterte Kreftforeningen AV-OG-TIL med på et samarbeidsprosjekt for å sette alkoholens negative konsekvenser for folkehelsen høyere på agendaen. Sammen undersøkte vi hvordan alkoholen er til stede i norske bedrifter, hvilke problemstillinger dette reiser, og hvilken rolle alkoholen spiller i bedriftene. Målet for det toårige samarbeidet er å gi bedrifter et verktøy for å redusere alkoholens betydning på arbeidsplassen. Så langt har dette gjennom kvalitative intervjuer blant annet gitt ny og nyttig innsikt i alkoholens rolle på arbeidsplassen og staket ut kursen for det videre forebyggende arbeidet. Basert på innsikten og ideene fra 2017 vil AV-OG-TIL og Kreftforeningen med flere i 2018 videreutvikle samarbeidet og utvikle et digitalt verktøy til norske arbeidsgivere.



Barn og unge

Gjennom to store kampanjer nådde AV-OG-TIL i 2017 trolig ut til flere enn noensinne med budskapet om å utvise alkovett når man er sammen med barn og unge.

– Jeg blir provosert, sa daværende stortingsrepresentant Torgeir Michaelsen (Ap) etter å ha testet VR-brillene fra AV-OG-TIL hvor man kan oppleve sydenferien fra barnas perspektiv.

I kampanjen *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* vil AV-OG-TIL vise hvordan voksnes drikking kan gå ut over barn. Vi jobber for å sette tematikken på dagsordenen gjennom hele året, men intensiverer arbeidet i perioder der det drikkes ekstra mye alkohol.

I juni var AV-OG-TIL bidragsyter til barnefestivalen Miniøya, som hadde 16 500 besøkende. På festivalen ble foreldre invitert til å ta en quiz og en prat. Mange ønsket dialog om hvor grensen går når man drikker sammen med barn, og hvordan man skal gripe inn hvis man kjenner barn som sliter. AV-OG-TIL-kommunene deltok aktivt i kampanjen og delte blant annet ut materiell til foreldre og barn i lokale barnehager. Dette er et tema som de aller fleste er veldig engasjert i, og det er den kampanjen som det er knyttet mest aktivitet til lokalt. Det kan for eksempel dreie seg om samtaler på helsestasjonen, å ha en stand i lokalmiljøet rundt juletider eller, som de gjorde i AV-OG-TIL-kommunene i Setesdal, å arrangere foredrag om alkovett i samvær med barn for foreldre i barnehagen.

SE DET GJENNOM BARNAS ØYNE
Alkoholbruk rundt barn engasjerer og berører

mange. Undersøkelser Ipsos har gjort på vegne av AV-OG-TIL, viser at mange drikker mer alkohol enn vanlig når de er på sommerferie i utlandet. Det kan oppleves befriende å komme til et annet land hvor alkoholen gjerne også er billigere. For barna kan dette imidlertid oppleves ubehagelig av flere grunner. Når man er langt borte fra de kjente omgivelsene, har færre kjente rundt seg og er i en ny kultur med et ukjent språk, er det kanskje ikke så rart at det kan bli skummelt når mamma og pappa drikker.

Dette var bakgrunnen for en større sommerkampanje rundt barn. AV-OG-TIL ville la de voksne oppleve hvordan det kan være å være barn på sydenferie med foreldre som drikker for mye alkohol. Derfor ble det laget en VR-film der seeren deltar i et middagsselskap på sydenferie med fulle voksne – sett fra barnas perspektiv. VR-brillene gjør at man opplever situasjonen i filmen på en realistisk måte. De virker slik at man ser filmen som deltaker i selve filmscenen, og beveger man hodet i ulike retninger, kan man «se seg rundt» i filmen.

Filmen ble publisert på Facebook og YouTube, der AV-OG-TILs følgere selv kunne oppleve ►



- ▶ sydenferien fra Lukas (6) sitt perspektiv. Det ble også laget en bakomfilm med et utvalg kjente fjes som ble invitert til å se VR-filmen før den offisielle lanseringen, blant annet sanger Venke Knutson, skuespiller Tinashe Williamson, P4-vert Michael Andreassen og Arbeiderparti-politiker Torgeir Micaelsen. Bakomfilmen viste tydelig hvordan seerne opplevde å være barn i en sårbar situasjon.

Både VR-filmen og bakomfilmen gikk viralt med mer enn 3,6 millioner visninger til sammen på ulike kommunikasjonsflater. Dette åpnet også døren for mye presseomtale av kampanjen. Kampanjen ble omtalt i en rekke ulike medier, som Dagbladet, VGTV, NTB, NRK Radio og mange lokalaviser.

43 PROSENT LA MERKE TIL KAMPANJEN

Den politiske møteplassen Arendalsuka er en viktig arena for politisk påvirkning. Her ble politikere og folk flest invitert til å se VR-filmen med skikkelig VR-utstyr. Med et stadig økende antall arrangementer og deltakere er det også stor konkurranse om oppmerksomheten og viktig å skille seg ut for å få de resultatene man ønsker. Ved å gi politikere og andre muligheten til å prøve VR-brillene i ro og mak opplevde vi at vi både klarte å berøre og få god tid til å prate med dem før og etter VR-opplevelsen. Arrangementet ble godt besøkt, blant annet av en rekke stortingspolitikere og ledelsen fra nesten alle ungdomspartiene. Knut Arild Hareide var en av dem som fikk se filmen, og det satte sterke spor. Så sterke at AV-OG-TIL og VR-brillene ble nevnt i Hareides årstale til KrF i 2018.

Vi fikk også pressedekning i form av kronikker i sørlandspresen i tillegg til at NRK Sørlandet sendte live fra arrangementet.

I en evaluering gjennomført av Ipsos på oppdrag fra AV-OG-TIL oppga hele 43 prosent av respondentene at de hadde lagt merke til kampanjen *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* i løpet av forsommeren. Av disse svarte 17 prosent at kampanjen hadde innvirkning på deres eget drikkemønster med barn til stede. I Fædrelandsvennen 24. juli kunne vi lese at Alarmtelefonen tidligere år har hatt en økning av henvendelser knyttet til rusproblematikk sommerstid, men i 2017 var det en liten nedgang, noe man antar skyldes AV-OG-TILs kampanje og dens positive effekt på folks bevissthet rundt alkohol.

«TIL MAMMA. FRA VIKTORIA»

I desember rettet AV-OG-TIL på nytt søkelyset mot julehøytiden med den årlige julekampanjen. Med oss på laget hadde vi nok en gang gode kampanjepartnere som bidro til kampanjen, støttet opp om budskapet og delte ut materiell.

I år var følgende aktører med på kampanjen:

- Blå Kors
- AEF (Arbeiderbevegelsens rus- og sosialpolitiske forbund)
- Barn av rusmisbrukere (BAR)
- IOGT i Norge
- Norsk barnelegeforening
- Norges KFUK-KFUM
- Familieklubbene i Norge
- Junior- og barneorganisasjonen JUBA
- Utdanningsforbundet



Over t.v.:
Mange besøkte AV-OG-TIL sin stand på Miniøya. Her fikk barna tato-
vering og voksne kunne stille spørsmål om alkovevt.

Over t.h.: Slik så det ut da vi spilte inn vår aller første VR-film på Mallorca i mai.

- Den norske kirke
- Ja, det nytter!
- Unicef: Den Ene
- Røde Kors
- Organisasjonen Voksne for Barn
- Rusfri oppvekst
- Blå Kors: Jeg ser
- Actis – Rusfeltets Samarbeidsorgan
- Norsk Sykepleierforbund
- DNT Edru Livsstil

Jula er en tid med mye god mat og drikke, mange selskaper og rikelig med drikkeanledninger. Desember er også den måneden nordmenn kjøper mest alkohol, og for mange kan det bli litt for mye. I lys av dette ønsket vi å gi en hjelpende hånd til alle dem som synes det er ubehagelig å skulle snakke om alkoholbruk med sine nærmeste. Undersøkelser Respons Analyse har gjort på oppdrag fra AV-OG-TIL, viser at 33 prosent av befolkningen ville ha vært ukomfortable med å skulle konfrontere venner eller familiemedlemmer med deres høye alkoholkonsum. Målet med kampanjen var derfor å hjelpe voksne med å ta den vanskelige samtalen (se omtalen av samtalerådene på side 5) og vise hvor viktig det er at vi voksne snakker sammen om alkoholbruk, slik at barna slipper.

AV-OG-TIL mottar hvert år mange historier fra dem som har vonde minner eller opplevelser knyttet til alkohol i jula. Mange av dem peker på at det verste ikke alltid er at foreldrene er spesielt fulle, men at man ikke føler seg sett og prioritert på julekvelden. Dette ville vi vise i filmen om Victoria. Hun prøver selv å si ifra om at det blir for mye alkohol på jul-

aften. Men her er det ingen tvil – dette er de voksnes ansvar.

Filmen ble godt mottatt på Facebook med nesten 700 000 visninger. Kampanjen sikret også bred omtale i en rekke ulike medier. Budskapet om hvor viktig det er med godt alkovevt rundt barn og unge, ble for eksempel formidlet i innslag i NRK Norgesklasset, i Aftenposten og på Snapchat-kontoen Mammabanden med mer enn 13 000 følgere. Kampanjen ble også dekket på NRK Supernytt og VGs egen Snapchat-satsing rettet mot barn og unge.

SAMARBEID MED MATPRAT

Kampanjen fikk i 2017 også bred oppmerksomhet på helt nye arenaer, som popup-restauranten Julero – et samarbeid mellom Matprat, Matvett, musikkstrømmetjenesten Tidal og AV-OG-TIL. Julero var en egen restaurant i Oslo sentrum der man kunne stikke innom og finne den rette julestemningen. Det ble servert god alkoholfri drikke, og man kunne spise god julemat. Alle som var innom, fikk også mulighet til å skrive en hilsen til barn som opplever at jula blir ødelagt på grunn av de voksnes alkoholbruk, noe nær 150 gjester gjorde.

Ipsos gjennomførte på oppdrag fra AV-OG-TIL en resultatmåling av kampanjen. Denne viste at 35 prosent av respondentene la merke til kampanjen i løpet av desember. Av disse oppga 16 prosent at kampanjen hadde direkte innvirkning på deres eget drikkemønster i løpet av jula, noe som tilsvarer om lag 233 000 personer.



Graviditet

AV-OG-TIL ønsker at gravide skal vite at alkohol påvirker barnet i magen.

Vi har i 2017 bidratt med saklig og tilrettelagt informasjon rettet mot gravide, der de er.

Forskningen har ikke klart å fastsette noen sikker nedre grense for hvor mye man kan drikke uten å skade fosteret. Derfor anbefaler norske myndigheter at kvinner avstår helt fra alkohol når de er gravide.

AV-OG-TIL ønsker å bidra til å bedre befolkningens kunnskap om virkningene av alkoholbruk under svangerskapet. I en undersøkelse gjennomført av Respons Analyse på oppdrag fra AV-OG-TIL i 2017, oppga 35 prosent at de var usikre på eller ikke trodde at fosteret vil få samme promille som den gravide dersom hun drikker alkohol. Men faktum er at alle celler og organer hos fosteret vil bli påvirket. Og barnet i magen får samme promille som mor. Det viser at det fortsatt er en jobb å gjøre.

Ved å utarbeide og distribuere oppdatert informasjonsmateriell om temaet alkohol og graviditet håper vi å fortsette å øke folks kunnskap om konsekvensene og sørge for gode holdninger. Brosjyren «Alkovett for den lille» er en viktig ressurs i AV-OG-TIL-kommunene. Den er også bestilt av jordmødre på helsestasjoner rundt om i hele landet, som deler ut brosjyren når gravide kommer på kontroll. Samarbeidet med kommunene og helsestasjonene

er uvurderlig for å nå de gravide der de er. AV-OG-TIL utarbeidet også Facebook-bannere, nettartikler og mediesaker som AV-OG-TIL-kommunene kunne ta i bruk.

Nettsiden avogtil.no skal være en viktig informasjonskilde for gravide eller andre som ønsker å vite mer om konsekvensene av alkohol under svangerskapet. Derfor skal hjemmesiden avogtil.no alltid ha oppdaterte faktaartikler og nyttige råd og tips til dem som er gravide eller forsøker å få barn. I 2017 løftet vi frem temaet på nettsiden og på Facebook i anledning av den internasjonale FASD-dagen (en dag da man setter søkelys på skader som oppstår grunnet alkoholinntak under svangerskapet). Målet med tilstedeværelsen i media, informasjonsmateriellet og den oppdaterte nettsiden er å skape oppmerksomhet og spre kunnskap om hvordan barnet i magen påvirkes når mor drikker alkohol.

Alkovett for den vesle



Dersom du drikk, får barnet same promille som deg.
Les meir på avogtil.no

AV·OG·TIL 



Båt- og badeliv

I 2017 ville vi hylle de mange som stiller seg bak budskapet om å utvise alkovett på sjøen. Det resulterte i en ny film med den båtglade antihelten og hele nabolaget hans dansende på brygga.

Sammen med en rekke sentrale aktører på fritidsbåtfeltet jobber AV-OG TIL for å redusere antall alkoholrelaterte ulykker til sjøs. I 2017 møtte båtfolket våre samarbeidspartnere og *Klar for sjøen*-kampanjen på arrangementer over hele landet.

Arbeidet med *Klar for sjøen*-kampanjen springer ut av et bredt samarbeid med offentlige myndigheter, interesseorganisasjoner, båtbransjen og redningsorganisasjoner. Disse bidrar i planleggingen, kvalitetssikringen og gjennomføringen av kampanjen samt med å forankre den i sine egne organisasjoner. Kampanjepartnerne våre har en sterk stemme på fritidsbåtfeltet, og sammen løftet vi *Klar for sjøen*-kampanjens budskap høyere enn noen av oss hadde klart alene.

Kampanjens budskap ble presentert i båthavner, på festivaler, konferanser, ungdomsleirer, båtførerkurs og mange andre steder hvor båtfolk ferdes, takket være innsatsen til fantastiske og engasjerte frivillige og lokalt ansatte. Faktabasert informasjonsmaterieill var også en sentral del av kampanjens kunnskapsformidling, og over 45 000 brosjyrer ble bestilt via nettsiden vår.

Klar for sjøen var til stede på minst 165 arrangementer i 2017. I tillegg ble det mange møter med målgruppen gjennom blant annet politiets kontrollvirksomhet, Redningsselskapets skøyter, Kystvaktens patruljer og Røde Kors-båtene. I 2017 fikk også AV-OG-TIL en ny kampanjepartner i Kartverket.

AV-OG-TIL jobbet hele sommeren med å få oppmerksomhet i presse og medier over hele landet. Totalt var det 178 redaksjonelle saker som handlet om promille på sjøen eller kampanjen. I forkant av sesongen gjennomførte AV-OG-TIL en spørreundersøkelse som ga grunnlag for flere viktige presseutspill. Blant annet kunne man lese en lengre artikkel i Aftenposten om at de som tjener mest, har de mest liberale holdningene til alkohol og båtføring, et av funnene fra undersøkelsen vår. På slutten av sesongen trykket flere medier kronikken vår «Smil til en ildsjel» – en hyllest til alle de som står på gjennom hele sesongen for å gjøre båtlivet litt tryggere for alle.

Også i 2017 ble film et viktig element i *Klar for sjøen*-kampanjen. Den bygget videre på det etablerte universet fra de to foregående filmene. I årets film har den harry båthelten fått følge av flere av kystens

I årets kampanje hadde «vår mann», spilt av Jo Gill Næss (foran i midten), fått med seg både venner og naboer på dans.



FOTO: TROND WALTER SVENDSEN

I mai deltok Sandnessjøen Røde Kors på Båtmessa i Sandnessjøen med informasjon og materiell om godt alkovett på sjøen.

personligheter, spilt av båtheltens naboer fra det virkelige liv, og hans mor. I tillegg til en hovedfilm ble det laget flere små filmsnutter og bevegelige bilder (GIF-er) av dansende båtpersonligheter. Disse kampanjeelementene hadde god synlighet øverst på AV-OG-TILs Facebook-side hele sommeren.

Filmene i 2017 er en hyllest til alle som har stilt seg bak *Klar for sjøens* budskap, og som har blitt med på dansen for å gjøre båtlivet litt tryggere for alle. Filmene ble til sammen sett 1,4 millioner ganger. Båtlivets mange herlige personligheter dannet også grunnlag for en nettquiz som ga folk svaret på spørsmålet «Hvilken kystpersonlighet er du?», en lettbeint og humoristisk quiz som kartla alt fra kaffepreferanser til meningen med båtlivet. På en blid og snedig måte formidlet quizen budskapet om å la flaska bli igjen på bryggekannten.

I etterkant av kampanjen gjennomførte Ipsos en landsrepresentativ undersøkelse blant befolkningen over 18 år for å kartlegge om kampanjens målsetting var oppnådd. Om lag 770 000 personer oppga at de hadde lagt merke til kampanjen på arrangementer, stander, festivaler og andre steder hvor våre frivillige hadde ferdes, og om lag 104 000

båtførere og 123 000 passasjerer oppga at *Klar for sjøen*-kampanjen hadde innvirkning på egen drikking på sjøen.

Kampanjepartnerne som var med på å gjøre norske båtfolk klare for sjøen i 2017:

- Kongelig Norsk Båtforbund
- Kongelig Norsk Seilforening
- Norges Seilforbund
- Sjøfartsdirektoratet
- Politidirektoratet
- Redningsselskapet
- Norges Røde Kors
- Kystvakten
- Kystverket
- NORBOAT
- Oslofjorden båteierunion
- Friluftsrådernes Landsforbund
- Kartverket



Idrett

I 2017 meldte 26 nye klubber seg inn i *Se & bli sett*.

AV-OG-TIL fortsetter å samarbeide med klubber og særforbund for at idretten skal være en trygg arena for alle barn.

Anslag fra Folkehelseinstituttet viser at 90 000 barn vokser opp i hjem hvor minst én av foreldrene sliter med alkohol. For mange av disse barna er idretten en trygg havn der de ikke trenger å tenke på problemene på hjemmebane. I 2017 ønsket AV-OG-TIL å fortsette og løfte frem viktigheten av at idretten skal være et fristed for alle barn.

For AV-OG-TIL er det viktig å spille på lag med idretten i dette arbeidet. Over flere år har vi bygget gode relasjoner, og i 2017 fikk vi gleden av å inngå samarbeid med Norges Gymnastikk- og Turnforbund. Vi samarbeider nå med Norges Idrettsforbund og ti særforbund. Disse er:

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

Idrettsklubber, kretser og kommuner har også bidratt godt til at kampanjebudskapet er blitt delt og spredt.

Arbeidet med idrett bygger på at barn skal føle seg trygge og ivaretatt i idrettsmiljøet. De er avhengige av at trenere og ledere er gode rollemodeller, og at klubben har tatt et tydelig standpunkt når det gjelder alkoholbruk. Trenere og ledere må være bevisste på at de ser alle barn og være klar over at de kommer til trening med ulik bagasje. Og de må samtidig være klar over at de er rollemodeller som *blir sett*. Dette er bakgrunnen for konseptet *Se & bli sett*. Klubber som melder seg inn i *Se & bli sett*, får tilbud om hjelp til å utvikle en alkoholpolicy for klubben, draktmerker til alle spillere og annet materiell.

Undersøkelser Respons Analyse gjennomførte på oppdrag fra AV-OG-TIL blant norske idrettsforeldre i 2016, viser at 32 prosent har registrert at voksne drikker alkohol på overnattingsturer med barn og unge. 26 prosent oppga at de mener det er greit å drikke alkohol på sosiale sammenkomster i klubben der barn er til stede. Samtidig viser undersøkelsen at 81 prosent mener idrettslag



bør ha retningslinjer for alkoholbruk i klubben. Et overveldende flertall er altså enige med AV-OG-TIL om at vi må jobbe for bedre retningslinjer i klubber og lag.

Høsten 2017 hadde vi en ny idrettskampanje med mål om å rekruttere nye klubber til *Se & bli sett*. Filmen fra 2016, som forteller historien om Sondre som vokste opp med en mor som hadde et alkoholproblem, ble en del av av idrettssatsingen også i 2017. Denne ble tatt godt imot med nesten 150 000 nye visninger, og det var nesten 300 personer som delte filmen. Samtidig ble det i kampanjeperioden delt nye og oppdaterte nettsideartikler som forklarte hvordan de enkelte klubbene best kan jobbe med alkovevett. Resultatet var 26 nye AV-OG-TIL-klubber og flere henvendelser fra foreldre og klubber som ville ha mer informasjon.

Også i AV-OG-TIL-kommunene har det blitt gjennomført flere tiltak rundt idrett og alkohol. På Stord ble det for eksempel arrangert en håndballfestival hvor over 400 trenere for de yngste håndballagene og 4000 spillere fra hele regionen i alderen 7-14 år deltok. Der pakket AV-OG-TIL-koordinatoren og gode hjelpere 450 papirposer med informa-

sjonsmateriell og *Se & bli sett*-nøkkelbånd, slik at hver trener fikk informasjonen direkte. Risør kommune hadde en egen stand under åpningen av kommunens nye idrettsanlegg, og dette førte også til et oppslag i Aust-Agder blad, hvor betydningen av å ikke blande idrett og alkohol ble trukket frem. Kvam Herad i Hordaland hadde stand på Øystese cup, og Karmøy kommune deltok på Gla' Gris-cup. Og for sjuende år på rad ble *Se & bli sett* frontet av Husøy og Foyndland Idrettsforening på den regionale cupen i Nøtterøy, som får besøk av over 200 lag fra både vest- og øst-siden av Oslofjorden.

Mot slutten av året jobbet vi med en helt ny kampanje for 2018. Denne kampanjen vil på ny fremme idretten som et fristed for barn og unge som kommer fra hjem hvor alkohol er et problem.



Livskriser

Stadig flere unge forteller at de sliter psykisk, og altfor mange oppgir at de har brukt alkohol i et forsøk på å lette vonde følelser.

I 2017 hadde AV-OG-TIL derfor et spesielt fokus på unge.

Det er menneskelig å ha det vanskelig, og i perioder av livet vil vi alle gå gjennom tøffe perioder. Men når det allerede er litt for mye, er ikke løsningen å fylle på med mer. Derfor har AV-OG-TIL utviklet en kampanje som handler om alkovett i livskriser.

En livskrise henger ofte sammen med en tapsfølelse eller sorgreaksjon. Vanlige hendelser man kan oppleve i et livsløp, kan bli en for stor påkjenning for den som er i situasjonen, og man kan komme i en sterk personlig krise. Alkohol blir noen ganger benyttet for å håndtere ubehageligheter eller dempe på lettere psykiske plager som en slik krise fører med seg. Alkohol kan bli det man griper til for å takle hverdagen, koble av eller glemme problemene sine.

Psykiske helse er et viktig tema og en stor samfunnsutfordring. I løpet av 12 måneder vil mellom 16 og 22 prosent av den voksne befolkningen ha en psykisk lidelse. Mest utbredt er angstlidelser, depresjon og rusbrukslidelser. I det siste har vi også sett at tallet på psykiske lidelser blant de yngste øker. Det er velkjent at alkohol benyttes til selvmedisinering, og det er alvorlig. Enda mer alvorlig er det at dette er et mønster mange av de yngste tar til seg. I en

undersøkelse gjennomført av Respons Analyse for AV-OG-TIL i 2017 oppga hele 42 prosent av dem mellom 18 og 24 år at de hadde drukket alkohol for å dempe personlige problemer. Dessverre kan alkoholbruk i møte med en tøff livssituasjon gjøre vondt verre. Alkoholproblemer og mentale helseproblemer kan virke inn på hverandre og føre til forsterkede psykiske plager.

I 2016 ble det skrevet flere artikler om livskriser og alkohol til hjemmesiden avogtil.no. Artikkene tar for eksempel opp hvorfor alkohol kan virke uheldig i en livskrise, hva man kan gjøre for å ta tilbake kontrollen, og hva pårørende kan gjøre. I 2017 ble artikkene videreutviklet og tilpasset slik at Google skulle rangere dem høyere når noen søkte på temaer som omhandlet alkohol. Artikkene om livskriser og alkohol ble delt flere ganger på AV-OG-TILs Facebook-side, og de har skapt et stort engasjement.

I 2017 var AV-OG-TIL tydelig til stede i media, blant annet i en stor artikkel i VG om unge som bruker alkohol for å dempe personlige problemer. I artikkelen fortalte årets vinner av tabuprisen og leder for Mental Helse Ungdom, Adrian Lorentsson,



Det er menneskelig å ha det vanskelig.

Alkovett er å ikke fylle på med mer når det er litt for mye.

sin sterke historie om hvordan han selv hadde brukt alkohol til selvmedisinering i en vond tid. Denne saken førte også til en invitasjon til God Morgen Norge, der fungerende generalsekretær Elise Nyborg Eriksen deltok.

I kommunesamarbeidet ble det lagt til rette for lokal alkoholforebygging i forbindelse med Verdensdagen for psykisk helse. Kommuner, helsestasjoner, hjemmesykepleien og fastlegekontorer har mottatt brosjyrer til bruk i direkte samtaler med dem som har det tungt. I tillegg til at kampanjen var synlig på de mer klassiske arenaene i AV-OG-TIL-kommunene, ble det lagt til rette for gode samtaler om alkovett på andre arenaer, for eksempel på Siderfestivalen i Kvam Herad. Sarpsborg kommune har et sterkt søkelys på rusforebyggende arbeid hele året gjennom og arrangerte en rekke arrangementer i forbindelse med Verdensdagen for psykisk helse, hvor budskapet var at tabuene rundt rus og psykisk helse må legges vekk.

For å støtte opp om det lokale arbeidet var kampanjen på trykk i landets største helgemagasiner og synlig i digitale bannere på Schibsted-avisenes nettsider deriblant på vg.no, samt i annonser på

legekontorer landet over. Det var stor kampanjesynlighet gjennom et stort oppslag i Dagbladets temabilag samt på alle lokale arrangementer tilknyttet Verdensdagen for psykisk helse. Også i Dagbladet var oppslaget et samarbeid mellom AV-OG-TIL og Mental Helse Ungdom. Temaet for årets markering var «Noe å glede seg over», og i den forbindelse ble kronikken «Finn ditt solskinn» publisert i lokalaviser over hele landet.

Totalt stod AV-OG-TIL bak 41 mediesaker om alkohol og livskriser i 2017.



Trafikk

AV-OG-TIL gjennomførte to trafikkampanjer i 2017 der både politiet og flere AV-OG-TIL-kommuner var ute på promillekontroller og snakket med bilister om promillekjøring.

At promillekjøring er uakseptabelt, er noe nesten alle er helt enige om. Likevel vet vi at promillerelaterte ulykker skjer, og at de berører altfor mange. Statens Vegvesen anslår at ruspåvirkning sannsynligvis var en medvirkende faktor i 23 prosent av dødsulykkene i 2016. Derfor jobber AV-OG-TIL målrettet sammen med flere aktører for å sette søkelys på promillekjøring i trafikken.

I tilknytning til politiets to ruskontrolluker, som avholdes før sommerferien og før jul, gjennomfører AV-OG-TIL to trafikkampanjer hvert år. Disse kampanjene skal nå målgruppen gjennom flere kanaler. Gjennom direkte dialog, presseutspill og sosiale medier søker vi å nå ut til flest mulig med livsviktig informasjon om trafikk og promille.

Den direkte dialogen ble i all hovedsak gjennomført av politiet, men enkelte steder, som i Etne og Vindafjord, var også en lokal AV-OG-TIL-koordinator til stede på promillekontrollene og snakket med sjåførene om alkovett i trafikken. AV-OG-TIL produserte faktabasert informasjonsmateriell, flyers, isskraper og drops til utdeling på kontrollene. Til sammen ble det sendt ut over 70 000 flyers,

nærmere 15 000 isskraper og over 375 kilo drops til politiet og AV-OG-TIL-kommunene. Bestillingene overgikk all forventning, og i årets siste kampanjerunde måtte materialet fordeles broderlig mellom bestillerne. Svært mange bilførere over hele landet har vært i direkte dialog med politiet og fått en liten oppmerksomhet og en oppfordring om å slutte opp om målet om å holde trafikken helt alkoholfri.

I ruskontrollukene møtte målgruppen budskapet om edru bilkjøring fra flere hold. I løpet av de to kampanjeukene var over 100 presseoppslag i tilknytning til trafikkampanjene på trykk. Temaene var blant annet risikoen for å ha trafikkfarlig promille dagen derpå, at én av ti nordmenn har sittet på med en beruset bilfører, og at mange angrer på å ha kjørt bil dagen etter at de har drukket alkohol. Temaene ble også dekket i sosiale medier.

Over t.v.: AV-OG-TIL-koordinator Liv Ellen Ebne (t.v.) i Etne og Vindafjord kommune deltok i desember på promillekontroll i samarbeid med Kristoffer Haugland fra politiet.

Over t.h.: AV-OG-TIL-koordinator Reidun Braut Kjosås i Kvam herad samarbeidet med politiet og Vegvesenet om en trafikkaksjon en kald vinterdag.

Våre verktøy

AV-OG-TILs arbeid er tuftet på en bred kampanjemodell og en lokal forebyggingsmetode som tar utgangspunkt i anbefalinger fra Verdens helseorganisasjon. Arbeidet består av tre hovedpilarer som i sin tur er sentrale virkemidler for å drive god primærforebygging og et effektivt kampanjearbeid:

- Samarbeid og lokal iverksettelse
- Kompetanse og informasjon
- Kommunikasjon

For å oppnå de overordnede målene har AV-OG-TIL følgende satsingsområder: alkovett, arbeidsliv, båt- og badeliv, graviditet, idrett, livskriser, trafikk og samvær med barn og unge. Målgruppen er den voksne befolkningen.





Samarbeid og lokal iverksettelse

Dette er nøkkelord i måten AV-OG-TIL jobber på. Det hadde ikke vært mulig å samle så mye god innsikt, utvikle så mange spennende ideer og nå ut til så mange uten alt det gode samarbeidet.

AV-OG-TIL jobber sammen med engasjerte medlemsorganisasjoner, etater, idrettslag, særforbund, frivilligheten og kommuner. Dette fellesskapet er utrolig viktig, for det er ikke mulig å sitte på hele fasiten selv. Og det er så mye å vinne! God kjennskap til virkeligheten som båtfolket møter, gir grobunn for fantastiske ideer som kan bli en kampanje. Helsesøstrene kan fortelle oss hva vordende mødre, småbarnsforeldre og tenåringer lurte på. Budskapet får lang større slagkraft når så mange ulike stemmer formidler betydningen av godt alkovett. Sammen skaper vi større oppmerksomhet og troverdighet, noe som gjenspeiles i kampanjearbeidet.

AV-OG-TIL samarbeider bredt med mange aktører innenfor ulike felt. Vel så viktig som samarbeidet med aktører innenfor rusfeltet er samarbeidet med aktører som primært jobber med andre ting enn rus. Det gir oss innpass på flere arenaer og innsikt som er helt sentral i kampanjeutviklingen.

AV-OG-TIL-KOMMUNENE

AV-OG-TIL tilbyr kommunene et ferdig opplegg

som gjør det enkelt å iverksette primærforebygging lokalt. Rollefordelingen er slik at AV-OG-TIL tilrettelegger, mens kommunene iverksetter lokalt. Kommunene er viktige aktører fordi de har en unik mulighet til å komme i direkte dialog med befolkningen, i tillegg til at de håndhever alkoholloven. Metoden vi jobber etter, ble i sin tid utviklet i samarbeid mellom AV-OG-TIL og kompetansesentrene på rus.

Det er utviklet en egen verktøykasse for alkovett til AV-OG-TIL-kommunene. Den inneholder metodisk og faglig informasjon samt ressurser og maler som gjør det enkelt å iverksette aktiviteter lokalt. AV-OG-TIL gir faglig hjelp og bidrar med kommunikasjon og kampanjeresurser, og kommunene inviteres med i de ulike kampanjene som AV-OG-TIL iverksetter i løpet av kalenderåret. Hver kommune får også sin egen brosjyre som forteller om kommunens alkoholforebygging.

Også i 2017 var det energisamling for samarbeidskommunene. Dette er en stor energiinnsprøytning som gjør at vi i fellesskap er godt rustet til å gå i

Over t.v.: I 2017 signerte AV-OG-TIL med 13 nye kommuner, deriblant Gjesdal kommune i Rogaland.

Over t.h.: Ann-Kristin fra Tysvær er en av mange engasjerte sjeler som har fremmet alkovettbudskapet med et smil landet rundt.

AV-OG-TIL-KOMMUNER PER 2017:

- Asker
- Birkenes
- Bokn
- Bømlo
- Dønna
- Etne
- Fjaler
- Forsand
- Fusa
- Førde
- Gjesdal
- Gloppen
- Haugesund
- Hol
- Hurum
- Hyllestad
- Jevnaker
- Jølster
- Karmøy
- Kvam Herad
- Larvik
- Lebesby
- Leirfjord
- Lier
- Nore og Uvdal
- Nøtterøy
- Risør
- Røst
- Sande (i Vestfold)
- Sandnes
- Sarpsborg
- Selje
- Setesdal (Evje og Hornnes, Bygland, Valle og Bykle)
- Stange
- Stord
- Sveio
- Sykkylven
- Sørum
- Tysnes
- Tysvær
- Ullensaker
- Vindafjord
- Voss
- Ørsta
- Ål
- Ålesund
- Åmli
- Åseral



Over t.h.: AV-OG-TIL-engasjerte over hele landet har stått på stand for å oppfordre til godt alkoveit.

Under t.h.: AV-OG-TIL-koordinator og ungdomskontakt Elin Evensen i Risør kommune i samtale om idrett og alkohol.

gang med mye bra lokaltilpasset alkoholforebygging. I løpet av to dager i mars fikk de lokale samarbeidspartnerne våre informasjon og kunnskap i tillegg til at de fikk utvekslet erfaringer og planlagt det lokale arbeidet for året. I 2017 tok rekordmange representanter fra AV-OG-TIL-kommunene turen, og hele 29 kommuner var representert.

Kommunene inviteres til å delta i kampanjearbeid året rundt, enten det gjelder alkoveit, *Hvor mange glass tåler barnet ditt?*-kampanjen, trafikkaksjonene, *Klar for sjøen*-kampanjen, alkoveit i livskriser og idrettskampanjen *Se & bli sett*. I tillegg organiseres det en rekke små og store aktiviteter og møter i løpet av et år. Slik kan man på en virkningsfull og unik måte komme i direkte dialog med den enkelte og formidle et budskap, og enkeltpersoner i målgruppen kan selv ta del i en samtale om alkoveit. Et eksempel på god lokal synlighet er at det store AV-OG-TIL-flagget har vært heist i flaggstanga på Risør torg ved flere anledninger sommeren og høsten 2017.

Fokusuka er en årlig kampanjeuke hvor temaet rullerer og det tilrettelegges for aktivitet i AV-OG-TIL-kommunene. Temaet i 2017 var foreldre med tenåringsbarn og det å våge å være en kjip forelder. For å gjøre det så enkelt som mulig å få til god og informativ dialog med tenåringsforeldre om dette

temaet, ble det laget et nedlastbart foredrag som var spesielt tilpasset bruk i AV-OG-TIL-kommunene. Dermed kunne en AV-OG-TIL-koordinator kjapt holde et kvalitetssikret foredrag på foreldremøter eller andre arenaer hvor man ønsket et lokaltilpasset foredrag om ungdom, foreldre og alkohol. Det var mye aktivitet i kampanjeuka. Deriblant fikk alle ungdomsskoleforeldre i Nøtterøy en SMS med en quiz om temaet og en oppfordring om å våge å være kjipe. Det ble også holdt foredrag på samtlige bli-kjent-møter i alle nye ungdomsskoleklasser i Sandnes, og på alle møtene ble det servert kaffe i pappkrus med AV-OG-TIL-blomsten.

I 2017 undertegnet AV-OG-TIL en samarbeidsavtale om alkoholforebygging med 13 nye kommuner. Disse er Sandnes, Lebesby, Lier, Stange, Forsand, Åseral, Sande, Bømlo, Selje, Ullensaker, Ørsta, Gjesdal og Gloppen. I tillegg er det en gledelig nyhet at Rogaland ble landets første AV-OG-TIL-fylkeskommune helt på tampen av året. Interessen er stor for AV-OG-TIL lokalt, og flere kommuner ser nå på muligheten for samarbeid om alkoholforebygging.



Kompetanse og informasjon

AV-OG-TIL skal levere fagkunnskap
på en enkel og lettfattelig måte.

AV-OG-TIL skal være en premissgiver og informasjonsleverandør på feltet alkohol. I likhet med tidligere år ble det derfor også i 2017 gjennomført flere undersøkelser ved hjelp av meningsmålingsbyråer. Undersøkelsene forteller oss noe om hvordan det står til med holdningene og atferden på landsbasis og i den enkelte AV-OG-TIL-kommune. Dette gir oss et grunnlag for å si noe om hvilke grupper i befolkningen som er berørt av problemstillingene, og hvilke grupper man må kommunisere med for å oppnå endring.

I tillegg ble den eksisterende forskningen på feltet gjennomgått, det ble opprettet kontakt med relevante fagmiljøer og med utgangspunkt i dette utviklet vi et kunnskapsgrunnlag for arbeidet. I løpet av året har AV-OG-TIL samarbeidet med ulike forskningsmiljøer og deltatt som eksperter i ulike prosjekter. Vi har også vært til stede på faglig relevante konferanser og møteplasser i inn- og utland, både som deltakere og bidragsyttere. Eksempler på slike fora er Samfor (Samarbeidsforum for foreldrefokusert forebygging i Oslo), Eurocare (European Alcohol Policy Alliance) og Eucam (European Centre for Monitoring Alcohol Marketing). Kompetansen brukes også i kunnskapsformidling gjennom blant annet foredragsvirksomhet.

Kunnskapen som blir samlet, danner grunnlaget for kampanjer og deles gjennom flere ulike kanaler. AV-OG-TIL jobber blant annet målrettet med å spre viktig informasjon om alkohol og holdninger til alkoholforbruk via pressen. Ved å opprettholde en nær kontakt med journalister og sørge for at kunnskapen alltid er oppdatert, vil AV-OG-TIL være en relevant kilde for journalister og andre når det gjelder spørsmål om alkohol og alkovekt. Gjennom en utfyllende nettside som dukker opp i relevante Google-søk, vil vi være tilgjengelige for alle som har spørsmål om alkohol. Kunnskapen deles også i sosiale medier og med samarbeidspartnere og kommuner gjennom ressursdokumenter og nyhetsbrev. Målet er å gi det norske folk oppdatert informasjon formidlet på en måte som gjør den lett tilgjengelig for alle.



FOTO: SKJERMBILDE FRA TV2

Kommunikasjon

AV-OG-TIL leter alltid etter ny teknologi og nye måter å kommunisere budskapene våre på. I 2017 ble det blant annet gjort gjennom VR-film og Snapchat-opptredener.

Fungerende generalsekretær Elise Nyborg Eriksen (t.h.) i samtale med Paradise Hotel-deltaker og svømmer Grunde Myhrer og programledere Elin Ruhlén Gjuvsland og Espen Fiveland.

AV-OG-TIL har hele befolkningen over 18 år som drikker alkohol, som målgruppe. Målgruppen består av mange mennesker som befinner seg på ulike steder og responderer på ulike budskap. Det betyr at vi må være til stede i et bredt utvalg kommunikasjonskanaler, og at vi må tenke nøye gjennom hvilke budskap som treffer i hvilken situasjon. Ønsket om å formidle betydningen av godt alkohovett på en relevant og fornuftig måte, ligger hele tiden i bunn.

PRESSE

AV-OG-TIL har som mål å sikre regelmessig tilstedeværelse i lokale, regionale og nasjonale medier, både på papir og nett. Totalt var AV-OG-TIL omtalt i nesten 800 mediesaker i 2017. Pressetrykket økte opp mot kulturelle anledninger som ferier og årstider, og pressesaker var sentrale i alle kampanjeløpene.

Kronikken «Vær kjip og pust med magen» trøstet bekymrede foreldre som ikke visste hvordan de skulle håndtere tenåringen og alkohol. Etter først å ha blitt publisert i Aftenposten stod kronikken på trykk i 18 lokalaviser med det viktige budskapet om å være kjip og kjærlig.

Sommeren er en viktig tid ettersom sommerferien er en av årets fuktigste perioder. I anledning

kampanjen *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* var AV-OG-TIL bredt ute i media. Blant annet var daglig leder Kari Randen på VGTV og i Dagbladet. Artikkelen «En av ti foreldre drakk alkohol hver dag under utenlandsferien» ble også en viktig del av kampanjen, og saken ble spredt bredt gjennom NTB. Vi er også stolte over rekordmange trafikk-saker i sommer, og at så mange leste om ildsjelene våre på sjøen.

Høsten 2017 satte vi også fokus på alkoholens rolle i livskriser, et tema som blant annet ble omtalt i en viktig artikkel i VG og deretter under et besøk hos God Morgen Norge. En annen stor sak som handlet om eldre og alkohol og hvordan alkoholkonsum kan gå ut over nærmeste familie, stod på trykk i Dagbladet.

I desember løftet vi problemstillingen med alkohol og samvær med barn og var blant annet på NRK Super. Og Elaine Eksvård, den svenske retorikk-eksperten som samarbeidet med oss på denne kampanjen, deltok i en debatt om barn og jul på SVT. Sammen med Matprat bidro AV-OG-TIL også på Vinmonopolets podkast ved å snakke om gode alkoholsvake og alkoholfrie alternativer til julematen, og hvordan disse kan være med på å skape en fin jul for alle. ▶



► SOSIALE MEDIER

AV-OG-TIL er til stede på flere av de viktigste sosiale kanalene i Norge, det vil si Facebook, Instagram og Twitter. 2017 ble også året der vi trådte inn i Snapchat-verdenen med en gjesteopptreden på Snapchat-kontoen Mammabanden, en konto med over 12 000 følgere. AV-OG-TIL deltok sammen med blant annet P4-vert Michael Andreassen og snakket om hvor viktig det er å vise alkovett rundt barna i jula. Sammen med Ja, det nytter! bidro vi også med innhold til VGs Snapchat-satsing som har ungdom som primærmålgruppe. Der snakket vi blant annet om hvorfor det er problematisk med alkohol i jula, og hva man kan gjøre om man som barn opplever at foreldrene drikker for mye.

Facebook er fortsatt vår klart største og absolutt viktigste kanal. AV-OG-TILs følgerskare øker stadig, og siden har nå over 87 000 engasjerte følgere. Dette gir oss en unik mulighet til å formidle kunnskap og informasjon på en effektiv og rimelig måte. Engasjementet på Facebook-siden gir oss også en god pekepinn på hva som rører seg i målgruppen. På Facebook publiseres egenproduserte artikler, kampanjefilmer, quiz, fakta, blogginnlegg og relevante saker fra nyhetsbildet. Her oppfordres følgerne til å delta i diskusjonene, dele innholdet og engasjere seg. Samtidig sjekkes kommentarfeltene kontinuerlig for å sikre at kommentarene er saklige. Julefilmen om Viktoria fikk nesten 700 000 visninger og ble delt mer enn 4000 ganger. Mange engasjerer seg i temaet, og en skriver:

Trist å tenke på at slik er det dessverre for veldig mange barn. Mange flere enn vi kan tro. Voksne bør virkelig tenke seg godt om før de åpner den første flasken. Gjør vondt langt inn i sjela.

Kommentar fra Facebook.

I 2017 ønsket vi å øke bruken av Instagram. Hele 224 4000 nordmenn har en Instagram-konto, og det er også en god kanal for å nå ut til et yngre publikum, da 79 prosent av dem mellom 18 og 29 har konto. Kontoen ble brukt hyppig i kampanjeperioder med budskap tilpasset dette formatet. Et ønske om regelmessig publisering på kontoen førte til at 2017 ble året der AV-OG-TIL-kommunene også fikk pryde Instagram-kontoen. Vi fikk tillatelse til å legge ut vakre naturbilder fra kommunene tatt av dyktige fotografer, og disse bildene delte vi regelmessig på kontoen samt ved signeringer av nye samarbeidsavtaler sammen med tekst som formidlet hvor glade vi er for samarbeidet. Vi fikk mange nye følgere og gode tilbakemeldinger på Instagram i 2017.

Over t.v.: Daglig leder Kari Randen sammen med SU-leder Andrea Sjøvoll under Arendalsuka.

Over t.h.: AV-OG-TIL var sammen med Matprat gjester i Vinmonopolets podkast i desember. Her ser vi (f.v.) Anders Roås Stueland fra Vinmonopolet, Elise Nyborg Eriksen fra AV-OG-TIL, Trond Erling Pettersen fra Vinmonopolet og Anne Zondag fra Matprat.



Over t.v.: Fungerende generalsekretær Elise Nyborg Eriksen forteller om hva man kan gjøre hvis man opplever at voksne drikker, på VGs kanal på Snapchat Discover.

Over midten: Programleder Erik Wiig Andersen fra NRK Sørlandet intervjuer daglig leder Kari Randen under Arendalsuka.

Over t.h.: – Man oppfører seg ikke på den måten foran barn, sa AUF-leder og stortingsrepresentant Mani Hussaini etter å ha testet VR-brillene fra AV-OG-TIL under Arendalsuka.

AV-OG-TIL testet ny teknologi også i 2017, nemlig VR-briller. VR-brillene viste seg å vekke nysgjerrighet og bidro blant annet til at vi fikk snakket med en rekke politikere og andre folk da vi viste VR-filmen under Arendalsuka.

Les mer om VR-brillene under Barn og unge på side 7.

AVOGTIL.NO

Hjemmesiden avogtil.no skal være en informasjonskanal med informasjon som til enhver tid er oppdatert. Derfor har 2017 blitt brukt på å oppdatere nettartikler, produsere nytt innhold og utføre en enklere designmessig oppgradering. Målet har vært å sørge for at sakene er optimalisert for Google-søk, at informasjonen gir leserne svar på det de lurer på, og at det er enkelt å navigere på nettsiden. Og arbeidet bar frukter. Nettsiden hadde i 2017 en ti prosents økning i antall brukere, antall økter og sidevisninger.

Blant alle artiklene på nettsiden var det artikkelen «En alkoholenhet» og «Drikker du for mye» som ble klart mest lest i 2017. Dette sier oss at avogtil.no fortsatt er en viktig informasjonskilde for dem som vil lære mer om et tabubelagt tema.

MATERIELL

Kampanjematerialet må oppleves som nyttig og relevant, slik at vi kan målrette kommunikasjonen og påvirke enkeltindivider på en god måte. I 2017 laget AV-OG-TIL en ny brosjyre til utdeling på trafikkontroller og en ny lokal mal for AV-OG-TIL-kommunenes brosjyrer. Syv kommuner fikk ny

lokal brosjyre i 2017. Båtførerne på sin side fikk mer maritimt materiell som vanntette poser til mobiltelefoner og lakrisbåter når de ble minnet om hvor viktig det er å ha et klart hode for å bli klar for sjøen. Felles for alle kampanjene AV-OG-TIL gjennomfører i løpet av et år, er at materialet tilpasses, fornyes og distribueres i relevant setting og mot riktig målgruppe.

FLERE KJENNER OSS

AV-OG-TIL utforsker stadig nye kanaler og nye formater for å nå ut til det norske folk. Vi ser at ny teknologi gir uante muligheter, og at materialet og informasjonen vi distribuerer, blir vel mottatt og godt brukt. Vi jobber med å etablere ordet alkovett og ser at det blir brukt stadig oftere når man snakker om holdninger til alkohol. Dette er et godt tegn på at folk hører på oss, og at de tenker på budskapet vårt selv om det ikke alltid er bevisst. AV-OG-TIL er kjent for en stor andel av befolkningen, og siste måling viser at 44 prosent har hørt om AV-OG-TIL, en kraftig økning siden navneskiftet i 2007. Med god bruk av ulike kanaler og ny teknologi tviler vi ikke på at kjennskapen vil øke også fremover.

En popup utenom det vanlige

Da vi samarbeidet med Matprat om popup-restauranten Julero, ble de besøkende invitert til å skrive hilsener til barna som opplever at jula er tøff fordi foreldrene drikker for mye. Hilsenene ble skrevet for hånd og hengt på juletreet. Her er et utvalg av hilsenene som ble skrevet. Les mer om kampanjen på side 7-9.

DU ER
VERDIFULL

TUSK AT DU
IKKE ER AWENE,
OG AT DET ER
MANGE SOM VIL
TJELPE!

Husk at ikke
alle synes det
er gøy når det
blir for mye av
det gode.

KJARE VIKTORIA
NÅR DET BLIR VANSKE
OG TRIST, - SÅ SØK TIL
NOEN SOM DU KAN
VÆRE TRYGG HOS, -
KANSJE EN TANTE,
BESTEFAR ELLER
FORELDRE TIL EN VENN

Det er ikke
barna som
skal oppdra
de voksne.

Bevarer
Kjøp av
alkohol

GOD JUL ♥
Det er mange som
tenker på deg,
og som bryr seg
om deg.

God Jul
Barn og juleidyll
uten alkohol og
fyll! God Jul

Julestemning
er ikke synonymt
med alkohol



Styret og de ansatte

49 frivillige organisasjoner støtter arbeidet for å fremme alkovett og står bak AV-OG-TIL.

Styret i AV-OG-TIL er satt sammen slik at medlemsorganisasjonenes ulike områder er representert.

ÅRSMØTET I OSLO 27. APRIL 2017

VALGTE FØLGENDE STYRE:

Stig Søderstrøm, Blå Kors (leder)
Ulf Rikter-Svendsen, Norges Røde Kors
Reidar Foss, Politidirektoratet
Lisbeth Kleveland, Frelsesarmeen
Bente Stein Mathiesen, Høyre
Stian Seland, Norges barne- og ungdomsorganisasjoner (LNU)
Martin Strand, 4H Norge
Ruth Grung, Arbeiderpartiet
Irene Skaret Sørensen, Actis (vara)
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 seks styremøter. Styret behandlet 50 saker i 2017.

Sekretariatet til AV-OG-TIL er lokalisert i Torggata i Oslo. Det er åtte årsverk i sekretariatet, inkludert generalsekretær.

Alle stillinger i AV-OG-TIL blir opprettholdt under forutsetning av årlige bevilgninger.

ANSATTE I LØPET AV 2017:

Kari Randen, daglig leder (i stillingen t.o.m. 21.09.17)
Elise Nyborg Eriksen, kommunikasjonsleder / fungerende generalsekretær
Marte Sletten, rådgiver
Sigbjørn Pettersen Kiserud, kommunikasjonsrådgiver
Hanne Hjelmungen Lorvik, kommunikasjonsrådgiver
Silje Kristin Noer Johansen, rådgiver
Trude E. Gaare, kommunikasjonsrådgiver
May-Linn Lauritzen, sekretær
Stina Katrine Bakken, rådgiver
Laila Egeberg, rådgiver
Kjersti Horgen-Rihel, rådgiver

Økonomi

For å gjøre arbeidet til AV-OG-TIL mest mulig effektivt utarbeides det målrettede kampanjeplaner for hvert delår. 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 2017 er satt opp på bakgrunn av dette.

INNTEKTER

Inntektene i 2017 var på i alt 17 680 156 kroner. Av de totale inntektene utgjorde bevilgninger over statsbudsjettet 16 000 000 kroner. 50 000 var prosjekttilskudd fra Helse- og omsorgsdepartementet til samarbeidet med Kreftforeningen om alkohol og arbeidsliv. Av andre inntekter mottok AV-OG-TIL 1 610 656 i momskompensasjon, og medlemskontingenten beløp seg til 19 500 kroner.

KOSTNADER

Kostnadene i 2017 var på i alt 17 724 754 kroner. Det ble satset betydelig på informasjons- og kampanjevirkosomhet og på systematisk nettverksarbeid og kartleggingsvirkosomhet.

RESULTAT

Årsresultatet viser et overskudd på 1012 kroner. Dette er overført til egenkapitalen.

Resultatregnskap 2017

	Note	2017	2016
DRIFTSINNEKTER			
Kontingenter		19 500	15 000
Grunntilskudd		16 000 000	15 500 000
Prosjektmidler	4	50 000	415 000
Andre inntekter	4	1 610 656	1 594 915
Sum driftsinntekter		17 680 156	17 524 915
DRIFTSKOSTNADER			
Lønnskostnader	3, 4	4 776 551	4 247 967
Andre personalkostnader	3, 4	252 604	238 054
Fremmede tjenester	3, 4	772 533	635 550
Reise/diett	4	159 749	158 618
Kontorkostnader inkl. elektrisitet og renhold	4	810 497	428 059
Telefon/porto/kopi	4	594 165	665 663
Andre sekretariatskostnader	4	11 207	18 323
Inventar/EDB	4	292 678	276 261
Annet kampanjemateriell / arrangementer	4	7 718 134	8 704 461
Møter	4	147 833	237 397
Annonser	4	827 602	1 117 802
Pressetjenester	4		88 806
Diverse utgifter	4	73 577	58 661
Markedsundersøkelser	4	1 287 625	1 102 125
Sum driftskostnader		17 724 754	17 977 746
DRIFTSRESULTAT		-44 598	-452 831
FINANSIELLE INNEKTER OG KOSTNADER			
Annen renteinntekt		46 754	30 048
Annen rentekostnad		1 145	559
Netto resultat av finansielle inntekter og kostnader		45 609	29 489
ORDINÆRT RESULTAT		1 012	-423 343
ÅRSRESULTAT		1 012	-423 343
OVERFØRINGER TIL EGENKAPITAL			
Overført til/fra annen egenkapital	5	1 012	176 657
Overført fra barn og unge	5		-600 000
Sum overføringer til egenkapital		1 012	-423 343

Balanse

	Note	31.12.17	31.12.16
EIENDELER			
OMLØPSMIDLER			
Fordringer			
Kortsiktige fordringer	1	0	34 815
Sum fordringer		0	34 815
Bankinnskudd, kontanter og lignende	2	3 671 299	4 336 762
Sum totale omløpsmidler		3 671 299	4 371 577
SUM EIENDELER		3 671 299	4 371 577
EGENKAPITAL OG GJELD			
EGENKAPITAL			
Opptjent egenkapital			
Annen egenkapital	5	2 206 266	2 205 255
Sum opptjent egenkapital		2 206 266	2 205 255
Sum total egenkapital		2 206 266	2 205 255
GJELD			
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		640 862	1 441 537
Skatt/arbeidsgiveravgift/ferielønn		788 621	711 777
Annen kortsiktig gjeld		35 549	13 009
Sum kortsiktig gjeld		1 465 032	2 166 323
Sum total gjeld		1 465 032	2 166 323
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		3 671 299	4 371 577

Oslo, 1. februar 2018
Styret i AV-OG-TIL

 Stig Söderström Leder	 Ulf Rikter-Svendsen	 Martin Strand
 Reidar Foss Nestleder	 Bente Stein Mathiesen	 Ruth Marie Grung
 Stian Seland	 Irene Skaret Sørensen vara for Lisbeth Kleveland	 Marte Sletten Daglig leder

Noter

NOTE 1 – REGNSKAPSPRINSIPPER

GENERELT

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

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 skattetrekksmidler på egen bankkonto pr. 31.12.: **180 103**

NOTE NR. 3 – LØNNSKOSTNADER, ANTALL ANSATTE, GODTGJØRELSE ETC.

LØNNSKOSTNADER	2017	2016
Lønninger	4 166 639	3 454 499
Arbeidsgiveravgift	609 912	523 905
Pensjon, andre kostnader	252 604	238 054
Innleid arbeidskraft		269 563
SUM	5 029 155	4 486 021

Gjennomsnittlig antall ansatte i administrasjonen	7	7
---	---	---

REVISOR

Revisjonshonorar og bistand utgjør i 2017 kr 70 200 ekskl. mva, hvorav kr 29 900 vedrører særattestasjoner av prosjekter, 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, AVSETNINGER OG PROSJEKTREGNSKAP

Tilskudd over statsbudsjettet, utbetalt av Helsedirektoratet, utgjør for 2017 kr 16 000 000.

Prosjekttilskudd mottatt for samarbeidsprosjekt med Krefthforeningen mottatt i 2017 utgjør kr 50 000.

PROSJEKTREGNSKAP	2017	2016
Administrasjon/sekretariat	4 440 970	4 256 603
AV-OG-TIL generelt	655 270	792 192
Trafikk	399 504	455 423
Båt- og badeliv	1 700 193	1 701 427
Idrett og friluftsliv	1 550 139	1 613 913
Samvær med barn og unge	3 700 390	3 299 022
Internasjonalt arbeid	99 225	298 912
Styrets arbeid	129 929	152 655
AV-OG-TIL lokalt	2 950 587	3 105 638
AV-OG-TIL prat/arbeidsliv	50 000	97 719
Alkovett	1 498 571	1 718 121
Livskriser	499 988	458 119
Graviditet	49 987	28 000
Sum prosjektkostnader	17 724 754	17 977 746

NOTE NR. 5 – ANNEN EGENKAPITAL

	Annen egenkapital
Egenkapital 01.01.	2 205 255
Årsresultat	1 012
Egenkapital 31.12.	2 206 266

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 overskudd på kr 1 012. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2017, 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 2017, 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 avvirket.

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.



Revisorgruppen

Revisorgruppen
Akerhus AS
Postboks 335
N-1411 Kolbotn

Besøksadresse:
Rosenholm Campus
Rosenholmveien 25

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

Foretaksregisteret
NO 967 604 364 MVA

www.rg.no

Medlem av UHY International, en sammenslutning av uavhengige revisjons- og konsulentstelskaper.



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 bokføringskikk i Norge.

Trollåsen, 14. februar 2018

Revisorgruppen Akershus AS


Knut Østbye
Statsautorisert revisor

Medlem av UHY International, en sammenslutning av uavhengige revisjons- og konsultantselskaper.

UHY

RG

www.rg.no

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 Hvide Bånd
- DNT – Edru Livsstil
- Familiekubbene i Norge
- FORUT, Solidaritetsaksjonene for utvikling
- Forbundet Mot Rusgift
- Frelsesarmeen
- Høyres Hovedorganisasjon
- IOGT i Norge
- Internasjonal helse- og sosialgruppe (IHSG)
- Ja, det nytter!
- Juvente
- Juba
- Kirkerådet
- Kristelig Folkeparti
- Kristelig Folkepartis Ungdom
- Kristen Idrettskontakt
- MA Ungdom
- MA – rusfri trafikk og livsstil
- 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
- 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