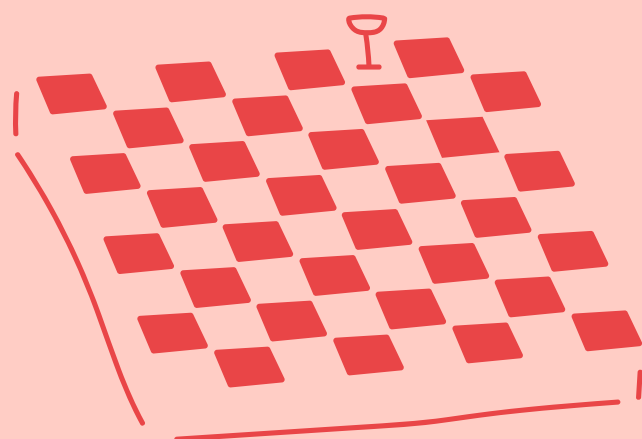


Strategi

2026–2030



Av.og.til



2026–2030

Strategi for Av-og-til

Av-og-til er en ideell organisasjon som arbeider for alkovett i situasjoner der alkohol utgjør en risiko for en selv eller kan være til skade eller ulempe for andre, samt bidra til å redusere totalforbruket av alkohol.

Av-og-til jobber for å øke bevisstheten i befolkningen om hvordan alkohol påvirker oss, og vi viser hvordan en reduksjon vil bidra til et bedre samfunn for enkeltmennesket, de rundt og samfunnet som helhet.

I 1979 slo WHO fast at folkehelseutfordringene knyttet til alkohol var så store at noe måtte gjøres. Det skulle ikke lenger handle utelukkende om de som slet selv. Alkohol var en samfunnsutfordring som påvirket helsen til, og kunne lede til utfordringer, for alle. Det ble definert som folkehelse. I Norge samlet de politiske partiene seg for å finne løsninger.

Én av løsningene ble organisasjonen Av-og-til, opprinnelig AlkoKutt. Med en bred allianse av politiske partier, medlemsorganisasjoner og samarbeidspartnere i ryggen, var oppdraget tydelig: gjennom forebygging, bidra til reduksjon i befolkningens alkoholforbruk. Et arbeid som hele veien har vært fundert på totalkonsumteorien og forebyggingsparadokset.

I dag, nær 50 år senere, har mye skjedd. Folk vet mer om alkoholens negative konsekvenser enn noen gang. Av-og-til er for mange en kjent organisasjon med stor troverdighet. Det er vi stolte av!

Samarbeid har alltid vært en forutsetning for å lykkes. Vi utvikler kampanjer, tiltak og formidler kunnskap i tett samarbeid med blant andre kommuner, frivillige organisasjoner og fagmiljøer. For det er gjennom fellesskapet vi skaper endring – og det er sammen vi kan gjøre alkovett til en naturlig og synlig del av det norske folkehelsearbeidet.

I denne strategien peker vi ut retningen for årene frem til og med 2030. Til grunn ligger alt det gode arbeidet som er gjort frem til i dag. Samtidig skal Av-og-til se framover, og holde oss og vårt budskap relevant i en tid med nye alkovett-trender, digitalisering og høyt tempo. For én ting er sikkert: Av-og-til, vårt formål og vårt budskap trengs også i fremtiden.



Av-og-tils strategi er vedtatt av Av-og-tils årsmøte september 2025, for perioden 2026–2030. Hvert år vedtar årsmøtet en handlingsplan. Det er styret som, gjennom delegering til generalsekretær og sekretariat, står for operasjonaliseringen av strategien.



Innhold

Innledning	1
Mål	5
Målgrupper	7
Metode	11
Våre løfter	13

Innledning

Det handler om deg. Om enkeltmenneskets rett til å vite hvordan alkohol påvirker helsen og livskvaliteten vår, på kort og lang sikt, og hvor mye en reduksjon kan bety. Om hvordan promille øker risikoen for ulykker i trafikken, på sjøen, og for voldshendelser og overtramp. Om de mange årsakene til at det kan være lurt å velge bort alkohol ved noen anledninger, og hvordan man kan møte drikkeforventninger og –press både privat og i arbeidslivet – og også unngå å utøve det mot andre.

Alkohol øker risikoen for over 200 sykdommer.

1 av 3 er bekymret for noen de er glad i.

Det handler om de rundt. Om hvor store fordeler en reduksjon ville gitt for de som påvirkes av andres drikking. Om de 90.000 barna som vokser opp med en mamma eller pappa som drikker for mye alkohol, eller den tredjedelen av den norske befolkningen som bekymrer seg for alkoholbruken til nære venner eller et familiemedlem. Om de som utsettes for overtramp eller vold, eller som møter en beruset bilist.

Til slutt handler det om samfunnet. Om hva vi har å spare i kroner og øre, og i bedre livskvalitet, når vi vet at alkoholbruken vår koster samfunnet opp mot 100 milliarder kroner i året. Om hvordan en reduksjon i konsumet til hele befolkningen vil bidra til å redusere omfanget av alkoholskader, vold og andre utfordringer knyttet til alkohol. Om viktigheten av å ha noen arenaer i samfunnet hvor vi har frihet fra alkohol.

Alkoholbruk koster samfunnet opp mot 100 milliarder i året.

Alkohol angår oss alle. Å jobbe for en reduksjon i det totale forbruket av alkohol i Norge gagner deg, de rundt deg og oss alle.

Derfor er Av-og-til glad for at konsekvensene av alkoholbruk i stadig større grad har blitt løftet inn i den offentlige samtalen. Det er en utvikling vi vil fortsette å gi kraft i årene som kommer.

For til tross for at Norge er blant landene med lavest grad av utfordringer knyttet til alkohol, skaper det fremdeles store utfordringer i samfunnet vårt. Fra hodebry og bekymring, til sykdom og lidelse. Det eksisterer fremdeles kunnskapshull og blindsoner. Fremdeles er deler av alkoholkulturen vår tabu. Like fullt som vi liker å snakke om de positive sidene ved alkohol – om fredagspils, akevitt til ribba og årets første utepils – liker vi dårlig å snakke om at vi blir fullere enn vi liker, gjør ting vi angre på, eller bruker alkohol for å dempe nerver og stress.

Fremdeles er det mange som ikke vet at alkohol øker risikoen for mer enn 200 sykdommer, at voksnes alkoholbruk kan påvirke barn negativt, og at mange foreldre fortviler over hvordan de skal få til å snakke med tenåringen sin om alkohol.

For å lykkes med arbeidet vårt, er vi som organisasjon til enhver tid avhengig av å manøvrere i et landskap med ulike meninger, ulikt kunnskapsnivå og ulike holdninger til alkohol – og vite hvordan vi skal møte skam, tabu eller ignoranse. Vi skal snakke med folk i øyehøyde, og møte dem der de er, uavhengig av hvem de er. Og vi skal forsøke å bryte opp rommet for å snakke mer, og bedre, om alkohol.

Verktøyet vårt er kommunikasjon og kampanjer, vi baserer oss på kunnskap og forskning, og vi samarbeider for å nå målene våre.



Alkohol påvirker oss alle, og spiller en rolle i alles liv.

Totalkonsumteorien og forebyggingsparadokset

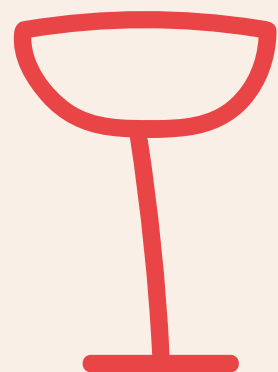
Alkoholforebygging virker best når vi gjør noe for alle – ikke kun mye for noen få.

Totalkonsumteorien er et sentralt begrep innen forebygging av alkoholskader og bygger på omfattende nordisk og internasjonal forskning. Teorien viser at: *Når de som drikker noe drikker mindre, vil også de som drikker mye drikke mindre.*

Årsaken er at vi påvirker hverandre, og hverandres konsum. Derfor er det et mål å holde det totale konsumet i samfunnet nede, fordi det totale alkoholforbruket i en befolkning er nært knyttet til nivået av alkoholrelaterte skader.

Øker gjennomsnittsforbruket av alkohol i samfunnet, stiger også forekomsten av skader som vold, ulykker, sykdom og sosiale problemer. På samme måte fører lavere totalkonsum til færre alkoholrelaterte skader.

Forebyggingsparadokset bygger videre på denne forståelsen og beskriver et tilsynelatende paradoks i folkehelsearbeidet: De mest alvorlige skadene er oftest forbundet med stordrikkere,



De mest alvorlige skadene er forbundet med stordrikkere ...



men det skjer oftere skader blant den større gruppen som drikker moderat.

Alkovett – vårt hovedbudskap

Alkovett er å tenke gjennom om man skal drikke og hvor mye man skal drikke i ulike situasjoner – og hvordan det påvirker både deg selv og andre. For Av-og-til er begrepet alkovett en sentral del av det vi kommuniserer, og økt bruk av alkovett er et viktig mål. Særlig i situasjoner der alkohol kan utgjøre en risiko for en selv, eller kan være til skade eller ulempe for andre.

Alkovett som begrep er et nyttig utgangspunkt for å kommunisere alkohol til befolkningen. Fordi det tillater å snakke om alkohol på en måte som inviterer til refleksjon, og kan tilpasses ulike situasjoner og målgrupper. Enten det gjelder samvær med barn, båtliv eller sosiale sammenhenger kan ulike grupper ta eierskap til begrepet, uavhengig av hvor ofte eller hvor mye de drikker. Det er både et verktøy som fungerer bevisstgjørende, og en strategi for egne drikkevalg.

Gjennom å løfte fram alkovett, fremmer vi en kollektiv ansvarsfølelse og bygger en alkoholkultur preget av omtanke. Dette er en normpåvirkende strategi som støttes av både totalkonsumteorien og forebyggingsparadokset: *Når flere drikker med alkovett reduseres det totale konsumet i befolkningen – og dermed også skadeomfanget.*



Mål

Av-og-til er en ideell organisasjon som arbeider for alkovett i situasjoner der alkohol utgjør en risiko for en selv eller kan være til skade eller ulempe for andre, samt bidra til å redusere totalforbruket av alkohol.

Av-og-tils vedtekter, §1 Av-og-tils formål, vedtatt av årsmøtet i september 2023.

Av-og-til skal bidra til en reduksjon i det totale alkoholforbruket i Norge, og tar utgangspunkt i totalkonsumteorien som et ledd i Norges mål om 20 prosent reduksjon i skadelig bruk innen år 2030.

Av-og-til jobber for at flere skal bruke alkovett. Ved å bygge kjennskap, øke kunnskap og forme holdninger, skaper vi grunnlaget for varig adferdsendring og mindre skadelig alkoholbruk. Dette er kjernen i Av-og-tils arbeid.

Av-og-tils mål er å:

- Bygge kjennskap til Av-og-tils formål og vårt budskap om alkovett.
- Øke kunnskap om alkoholens skadevirkninger for den enkelte, de rundt og på befolkningsnivå, samt styrke forståelsen for Norges ansvarlige og restriktive alkoholpolitikk.
- Forme holdninger til alkoholbruk, gjennom økt grad av refleksjon knyttet til om, når og hvor mye man skal drikke i ulike situasjoner.
- Bidra til at målgruppene endrer adferd i tråd med Av-og-tils råd om alkovett, til det positive for den enkelte og også det totale alkoholforbruket i samfunnet.

Av-og-til har fokus på situasjoner hvor alkohol kan utgjøre en risiko for den enkelte, men også situasjoner hvor det kan være til skade eller ulempe for andre. Dette ligger til grunn for valg av våre målgrupper og budskap.

Av-og-til skal i strategiperioden:

- Være en synlig organisasjon som er kjent i befolkningen som en troverdig kilde til oppdatert kunnskap, gode råd og nyttige verktøy.
- Styrke eksisterende samarbeid med medlemsorganisasjoner, kommuner og andre aktører, og etablere nye relevante samarbeid som vil bidra til mer alkovett i samfunnet.
- Være en tydelig samfunnsstemme, både gjennom å selv sette dagsorden og å bidra i debattene som til enhver tid går om alkohol i samfunnet vårt.



Målgrupper

Av-og-tils primære målgruppe er alle som drikker alkohol. Vi snakker også til de som blir påvirket av andres drikking, og som kan påvirke andres drikkevaner. Forebyggingsparadokset viser viktigheten av å snakke til bredden av befolkningen i vårt arbeid, og hvorfor det ikke er de med det høyeste alkoholkonsumet som er vår kjernemålgruppe.

Hele 90 prosent av den voksne befolkningen sier de drikker alkohol. Derfor er det avgjørende å identifisere konkrete målgrupper der tilpasset kommunikasjon er viktigst og sikrer størst effekt.

For å redusere totalforbruket og fremme alkovett i situasjoner hvor alkohol kan utgjøre en risiko, må vi rette innsatsen mot grupper hvor atferdsendring gir størst effekt.

Denne målgruppeinndelingen sikrer at Av-og-til budskap om alkovett treffer relevante segmenter med høy påvirkningskraft, og at kommunikasjonen tilpasses til ulike livsfaser, holdninger og risikofaktorer. Av-og-til skal ha en inkluderende kommunikasjon, der både de som drikker og de som ikke drikker kan kjenne seg igjen.

Målgruppene er valgt ut basert på to hovedkriterier:

- Reduksjon i alkoholforbruket hos målgruppen bidrar direkte til Av-og-tils formål.
- Målgruppen krever skreddersydd kommunikasjon i relevante kanaler for å skape effekt.

Tallene bak målgruppene:

- 41 prosent av studenter har et risikofyllt eller skadelig alkoholforbruk. Kilde: Shot-undersøkelsen 2022.
- 24 prosent av barn og unge opplever at foreldrene drikker mer alkohol i jula. Kilde: Ipsos barnepanel, 2025.
- 37 prosent har vært bekymret for at en venn eller et familiemedlem var i ferd med å utvikle et alkoholproblem. Kilde: Ipsos på vegne av Av-og-til, 2025.
- Menn drikker omtrent dobbelt så mye ren alkohol i uken som kvinner. Kilde: Ipsos på vegne av Av-og-til, 2025.
- De mellom 65 og 79 drikker flest ganger i løpet av et år. Kilde: FHI, tall fra 2023.



Foreldre

Foreldre er en viktig målgruppe for alkovettbudskapet. Av-og-til skal nå foreldre på tvers av livsfaser med relevante og tilpassede budskap – enten det handler om å skape bevissthet om skadevirkningene av alkohol under graviditet, gi råd om et trygt drikkemønster sammen med barn, eller veilede dem om tenåringer og alkohol.

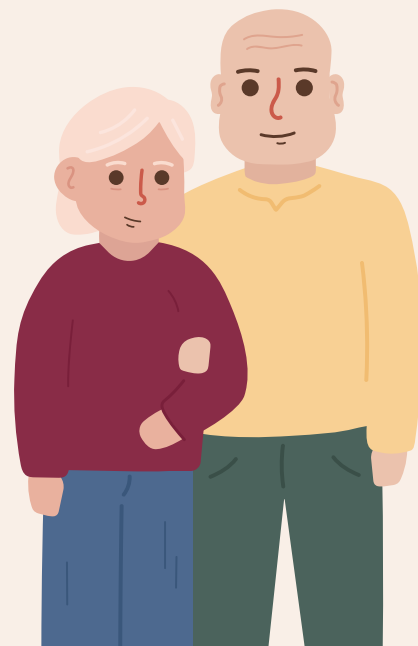
Barn og unge er helt avhengige av trygge voksne. Av-og-til vil vise foreldre deres viktige rolle i å skape trygge rammer i oppveksten, og også hvordan foreldres alkoholvaner kan påvirke et barn på kort og lang sikt. Dette handler både om utryggheten som kan oppstå når foreldre drikker, men også om hvordan foreldre er normgivere og hvordan deres alkoholvaner ofte er med på å forme barn og unges egne holdninger til alkohol.

Kommunikasjonen skal ha en tydelig rød tråd, slik at foreldre opplever sammenheng og gjenkjennelighet i Av-og-tils budskap, uansett hvor de er i foreldrerollen.

Unge

Ungdom og unge voksne drikker oftere på måter som innebærer økt risiko for vold, ulykker, skader og overgrep. Samtidig er kunnskap om konsekvenser av alkoholbruk begrenset. Ikke fordi de ikke ønsker informasjon, men fordi tradisjonelle virkemidler treffer dårlig. Unge er også i mindre grad opptatt av alkoholens skadevirkninger på lang sikt.

For å nå unge må vi derfor møte målgruppen der de er, med relevant kunnskap om konsekvenser her og nå, fra troverdige rollemodeller. Det er avgjørende for å lykkes med å støtte dem i å ta smartere valg i en livsfase preget av høy sosial alkoholbruk, utsette alkoholdebut og redusere risikoadferd og bidra til gode vaner inn i voksenlivet. Av-og-til skal fortsette med å støtte opp om rekken av positive trender blant unge, med livsstilsvalg som innebærer bevisst og redusert alkoholforbruk, og å droppe alkoholen helt eller delvis.



Menn

Menn som gruppe drikker i gjennomsnitt mer, og mer risikofylt, enn kvinner. Og de har mer liberale holdninger til alkohol. Vi vet også at budskap eksempelvis knyttet til ansvarlig alkoholbruk og risikoen knyttet til alkoholbruk for seg selv og andre, oftere treffer kvinner i større grad enn menn. Det betyr at menn har flere og større utfordringer med alkohol, og samtidig er mer krevende å nå.

Det fordrer at vi tilpasser kommunikasjonen vår for å bevege menn i større grad, og at vi bruker virkemidler som når menn mer effektivt. Det innebærer også behov for innsikt i hva som motiverer menn generelt – og ulike grupper menn – for å kunne skape relevante, engasjerende budskap som bidrar til at flere menn tar reflekterte valg om alkohol.

Seniorer

De over 60 år drikker oftere, har flere drikkeanledninger enn resten av befolkningen og drikker mer enn generasjoner før dem. Vi ser også at denne gruppen er overrepresentert i dødsulykker ved bruk av fritidsbåt, og drukningsulykker, hvor alkohol ofte er involvert. Fysiologisk påvirkes kroppens evne til å håndtere alkohol etter hvert som vi blir eldre, og livskvaliteten påvirkes i større grad enn før. En eventuell kombinasjon med medisiner kan også ha uheldige effekter.

Når vi vet at det blir stadig flere seniorer i Norge, er dette noe vi må ta på alvor. Av-og-til må møte eldre med aldersrelevant fakta, praktiske råd og støtte til refleksjon rundt egne vaner, som bidrar til bruk av alkoveit og styrker helsen inn i alderdommen. Som i overgangen til pensjonisttilværelsen, hvor mer fritid og færre forpliktelser for flere er en fase hvor gode vaner settes på prøve.

De rundt

Alkoholbruk påvirker ikke bare den som drikker, men kan også påvirke de som står rundt. Veldig mange nordmenn er eller har vært bekymret for alkoholvanene til noen de står nær, enten det er en kollega, venn, søster eller partner. De har ulik grad av bekymring, ubehag og usikkerhet rundt hva man bør si og gjøre. Mange synes det er krevende å snakke om alkohol og opplever at terskelen er høy for å ta opp temaet. Gjennom å dele kunnskap, vise støtte og tilby verktøy, ønsker Av-og-til å skape større takhøyde i samfunnet for å snakke om utfordrende sider ved alkohol, også før det har gått for langt. Fordi forskning viser at det å snakke om alkohol og å lufte en bekymring hjelper, og fordi det er bedre å ta tak i en utfordring tidlig.

Metode

Av-og-tils arbeid bygger på en helhetlig metodikk som kombinerer kommunikasjon, kunnskap, og strategiske samarbeid for å skape holdningsendring og redusere skadelig alkoholbruk.

Kommunikasjon og kampanjer

Av-og-til skal bruke hele spekteret av kommunikasjonsfagets virkemidler for å opplyse, motivere og gjøre det enklere for folk å ta reflekterte valg om alkohol. Vi skal være modige og kombinere innsikt, strategi og kreativitet for å skape budskap som treffer, huskes og fører til endring.

Samtidig skal vi være en del av løsningen, ved å utvikle verktøy og kommunikasjonsinnhold som gjør det lettere å bli bevisst på egne alkoholvaner og å endre drikkemønster. For å være relevante må vi forstå menneskene vi ønsker å nå, vite hva som beveger ulike målgrupper til enhver tid – og justere vår tilnærming deretter.

Vi skal være fleksible i et medielandskap i rask endring, og utforske ny teknologi, følge samfunnsutviklingen tett og utfordre det etablerte når det trengs. Samtidig skal vi forbli en trygg og troverdig kilde til oppdatert kunnskap forankret i forskning, også i samarbeid med eksperter og fagmiljøer.

Kunnskap og kompetanse

Av-og-til skal basere alt arbeid på oppdatert kunnskap om alkoholens skadevirkninger, norske drikkemønstre og dokumentert effektive virkemidler i folkehelse- og forebyggingsarbeidet. Det sikrer vi gjennom samarbeid med relevante forsknings- og kompetansemiljøer, og ved å følge utviklingen i forbrukeradferd, teknologi og andre samfunnsendringer som påvirker rammene for vårt arbeid tett.

Organisasjonen skal være faglig oppdatert og fungere som en referanseaktør på alkohol- og forebyggingsfeltet. Det innebærer å håndtere henvendelser fra samarbeidspartnere, medier og andre aktører grundig og effektivt.

Av-og-til skal gjøre kunnskap om alkoholens konsekvenser tilgjengelig, forståelig og relevant for folk flest. Vi skal bidra til at befolkningen har det kunnskapsgrunnlaget som trengs for å ta informerte valg – for seg selv, sine nærmeste og for samfunnet som helhet.

Samarbeid

Av-og-til skal være en samlende aktør som tilrettelegger for at organisasjoner, offentlige virksomheter og enkeltpersoner kan være med og støtte opp om budskapet om godt alkovett. Under strategiperioden vil vi jobbe for å øke antall medlemsorganisasjoner, og bygge gode samarbeidsrelasjoner med flere. En viktig verdi oppstår når Av-og-tils budskap deles videre av medlemsorganisasjonene til sine medlemmer. Av-og-til skal holde medlemsorganisasjonene oppdatert og ha dialog om hvordan de kan ta i bruk Av-og-tils ressurser i egen organisasjon.

Særlig viktig er samarbeidet med aktører som ikke primært jobber med alkohol- og rusforebygging. Ved å integrere alkovett i deres arbeid når vi ut til målgrupper som ellers ikke ville blitt eksponert for våre budskap. Dette gjelder for eksempel samarbeidet med idretten for å skape trygge arenaer for barn og unge, og med aktører på fritidsbåtfeltet som sammen med oss sprer budskapet om godt alkovett til sjøs.

Vi gir landets kommuner muligheten til å bli en Av-og-til-kommune. Sammen med de regionale kompetansesentrene for rusfeltet har vi utviklet en metode for lokalt tilpasset alkoholforebygging.

Denne metoden gjør det mulig å integrere alkoholforebygging i det ordinære folkehelsearbeidet og rusforebyggingsarbeidet – gjennom helse- og omsorgstjenester, skoler og andre kommunale tjenester, og ved tilrettelegging for kommunikasjon med kommunens innbyggere.

Dette samarbeidet skal styrkes ytterligere ved å øke antallet samarbeidskommuner og sørge for at flere får tilgang til kunnskapen og verktøyene som trengs for å møte innbyggerne med relevant og konkret informasjon om alkohol.



Våre løfter

Utover å være en aktør som jobber for alkovett, har Av-og-til forpliktelser og ambisjoner som organisasjon både internt og overfor omverden. Våre løfter skal speile hvordan vi opptrer, eksternt i møte med samfunnet og internt i vår egen organisasjon. Vi skal være en seriøs, bærekraftig og attraktiv samarbeidspartner og arbeidsgiver.

Vi skal opptre med seriøsitet

- **Faglig forankring:** Vi skal sikre at det vi kommuniserer bygger på oppdatert forskning, anerkjente teorier og beste praksis.
- **Åpenhet og integritet:** Vi skal være transparente om våre metoder, resultater og samarbeid.
- **Ansvarlighet:** Vi tar ansvar for hvordan arbeidet vårt påvirker omverden, enten det gjelder ansvarlig behandling av data, bruk av ny teknologi eller hvordan utforming av budskap påvirker ulike grupper i samfunnet.

Vi skal være bærekraftige

- **Sosial bærekraft:** Bidra til et tryggere og sunnere samfunn ved å fremme alkovett som en del av en helsefremmende livsstil.
- **Miljø og klima:** Gjennomføre drift, kampanjer og aktiviteter på en måte som reduserer miljøbelastning og klimagassutslipp, for eksempel ved å prioritere miljøvennlige løsninger i arrangementer og materiell.
- **Økonomisk bærekraft:** Forvalte ressurser på en effektiv og ansvarlig måte for å sikre varig påvirkning over tid.

Vi skal være en attraktiv arbeidsgiver og samarbeidspartner

- **Trygt og inkluderende arbeidsmiljø:** Vi skal være en arbeidsplass der ansatte trives, utvikles og blir ivaretatt.
- **Nytenkende:** Vi skal til enhver tid etterstrebe å være oppdatert på fag, teknologi og kommunikasjon, og å våge å tenke og handle nytt.
- **Mangfold og likestilling:** Vi verdsetter ulike perspektiver og erfaringer, og skal sikre at mangfold preger både arbeidsmiljøet og budskapene vi formidler.
- **Gode samarbeid:** Vi skal være en attraktiv samarbeidspartner gjennom å være en profesjonell, verdibasert og spennende samarbeidspartner for alle som deler vårt samfunnsengasjement.



Fordi alkovett påvirker

Torggata 1, 0181 Oslo
E-post: avogtil@avogtil.no
Nettside: avogtil.no



Av.og.til