

Årsrapport 2025



Av.og.til

Foto: Rune Bendiksen



Innhold

| | |
|-------------------------|---|
| Strategi | 4 |
| Ord fra styreleder | 6 |
| Ord fra generalsekretær | 7 |

Året som gikk

| | |
|----------------|----|
| Folkehelse | 8 |
| Barn og unge | 12 |
| Båt- og sjøliv | 16 |
| Idrett | 20 |
| Ungdom | 22 |
| Alko101 | 24 |
| Øvrige tema | 26 |

Verktøyene våre

| | |
|----------------------------------|----|
| Samarbeid og lokal iverksettelse | 29 |
| Kommunikasjon | 34 |
| Kompetanse og informasjon | 37 |

| | |
|----------------------|----|
| Styret og de ansatte | 38 |
|----------------------|----|

| | |
|---------------------|----|
| Økonomi og regnskap | 38 |
|---------------------|----|

Av-og-til

Av-og-til er en alkovevttorganisasjon. Vi vil bidra til å redusere de negative følgene av alkoholbruk i samfunnet og gjøre hverdagen tryggere for alle. Vi setter fokus på situasjoner der alkohol utgjør en særlig risiko eller kan være til ulempe for andre.

Vi jobber for at flest mulig skal bruke alkovevtt. Det er å tenke gjennom om man skal drikke og hvor mye man skal drikke i ulike situasjoner. Alkovevtt er spesielt viktig på noen områder, og

våre satsningsområder for perioden 2021–2025 er: folkehelse, barn, båt, ungdom og idrett.

Bak Av-og-til står bredden av det frivillige Norge. 47 organisasjoner er medlemmer, og mange samarbeider med oss om kampanjene våre både nasjonalt og lokalt. Vi ble etablert i 1981 som Alkovevtt, men skiftet i 2007 navn til Av-og-til.

Vi jobber for godt alkovevtt i situasjoner der alkohol utgjør en risiko, eller kan være til ulempe for en selv eller andre.



Foto: Rune Bendiksen

Målgruppe

For å oppnå effektiv og målrettet forebygging er det nødvendig å prioritere spesifikke målgrupper i de ulike temaområdene Av-og-til jobber med. I denne strategiperioden er det to hovedprioriteringer som påvirker hvilke målgrupper vi forsøker å nå:

1. Alkoholbruk rundt barn og unge. Av-og-til vil spesielt rette forebyggingsarbeidet mot foreldre og besteforeldre for å unngå at de skaper ubehagelige situasjoner for barn og unge.
2. Helseeffekter av alkoholbruk. Det er et kunnskapshull i befolkningen knyttet til sammenhengen mellom moderat alkoholbruk og psykisk og fysisk helse. I løpet av strategiperioden er det spesielt viktig å nå menn, unge voksne og eldre i dette arbeidet.

Visjon

Et samfunn med godt alkovevtt.

Hovedmål

Redusere negative konsekvenser av alkoholbruk.

Formål

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

Prioriterte temaer

Av-og-til sitt arbeid består av tre hovedpilarer, og disse er de sentrale virkemidlene for å nå målsettingene i Av-og-tils strategi:

- Samarbeid og lokal iverksettelse
- Kompetanse
- Kommunikasjon

Våre prioriterte temaområder er forankret i Strategi 2021–2025. Av-og-til skal være en bidragsyter i de debattene som til enhver tid går om alkohol i samfunnet vårt, også innenfor andre temaer som for eksempel trafikk, arbeidsliv og graviditet.



Folkehelse



Båt- og sjøliv



Idrett



Ungdom



Barn og unge

Et tilbakeblikk

I 2021 ble ny strategi for Av-og-til vedtatt, og med det var retningen for de neste fem årene staket ut. Året vi legger bak oss markerer slutten på denne strategiperioden. Det er en god anledning til å se tilbake.

Gjennom samarbeid skulle Av-og-til nå effektivt ut, til flere, som gjennom kommunesamarbeidet. I perioden har antallet samarbeidskommuner økt fra 52 til 69 kommuner, og en rekke andre samarbeid blitt etablert og styrket.

Ved å basere all virksomhet på oppdatert kunnskap, og stadig utvikle sin kompetanse, skulle Av-og-til være en viktig aktør i arbeidet med å sørge for oppdatert informasjon og kunnskap på alkohol- og forebyggingsfeltet. I perioden har organisasjonen utviklet en rekke viktige rapporter, som de samfunnsøkonomiske kostnadene av alkoholbruken vår, pandemiens konsekvenser for nordmenns drikkevaner, om unge voksnes forhold til alkohol, relasjoner og sex, og om barna som har vokst opp i hjem med mye alkohol.

Et annet tema Av-og-til har vært med å sette på dagsorden er sammenhengen mellom alkohol og folkehelse – blant annet koblingen mellom alkohol og kreft. I perioden har kunnskapen om denne sammenhengen økt betraktelig. I år 2021 var 7 prosent av befolkningen kjent med koblingen mellom alkohol og brystkreft, som står for flere hundre krefttilfeller i Norge årlig. Fem år senere er tallet mer enn doblet, 15 prosent svarer det samme. Å dele kunnskap nytter!

Gjennom god kommunikasjon skulle Av-og-til motivere, engasjere og gjøre det lettere for folk å ta gode valg. Det har vi gjort gjennom å hele tiden styrke tilstedeværelsen i egne kanaler, med flere hundre tusen følgere og visninger, gjennom å ta i bruk nye kanaler og ved å være en del av løsningen for folk. De siste fem årene



har Av-og-til blant annet blitt omtalt i 6.000 mediesaker. En del av løsningen skulle også være å tilby verktøy, noe Alkoholpraten er et eksempel på – et verktøy som skal gjøre det litt lettere å ta en vanskelig prat med noen man er bekymret for. Samtidig har vi ytterligere styrket verktøy som drikkestatus.no og Av-og-tils promillekalkulator.

En strategi er en plan – en retning. Samtidig eksisterer vi ikke i et vakuum, og vi må evne å justere retningen når forutsetningene og omgivelsene våre endres, eller når vi ser at noe ikke fungerer. Med evne til å produsere stadig mer selv, og med nær tilknytning til kompetansemiljøer på en rekke felt, har organisasjonen evnet å snu seg rundt ved behov – og å justere kursen for fremtiden. Det har vært med på å sikre gode resultater de siste fem årene, og er med å danne grunnlaget for de neste fem. Det er noe å være stolt av.

KNUT HAUGSVÆR
Styreleder

Blikket fremover

Med ny strategi for perioden 2026–2030 går Av-og-til inn i en ny fase. En spennende fase! Det siste året har vi i arbeidet med ny strategi sett på hvordan vi som organisasjon best er rustet til å være en aktuell og relevant stemme på alkohol- og forebyggingsfeltet også de neste fem, ti og femti årene. Hvordan vi også i årene som kommer kan løfte alkovett som en løsning.

Ny strategi staker ut en ny kurs. Samtidig er utgangspunktet det samme som alltid: Alkohol påvirker oss alle, og spiller en rolle i alles liv. Det handler om deg, om de rundt og samfunnet som helhet.

Samtidig som vi nå oppsummerer det siste året, og den strategiperioden vi legger bak oss, trenger vi også å se fremover. Vi tar med oss alle erfaringer, alle evalueringer av kampanjer og enkelttiltak, når vi går i gang med å planlegge årene som kommer.

I årene fremover retter vi særlig oppmerksomhet mot foreldre, unge voksne, menn, eldre og menneskene rundt. Dette gjør vi nettopp på grunn av erfaringer vi har gjort oss de siste årene, og på bakgrunn av kunnskapen vi har om hvilke grupper som bærer den største risikoen og som det er særlig viktig at vi når ut til – men som det kanskje også er vanskeligst å nå.

Verktøyet vårt er kommunikasjon. Gjennom kampanjer, kunnskapsformidling og praktiske verktøy skal vi gjøre det enklere for folk å reflektere over egne alkoholvaner og ta gode valg. I et medielandskap i rask endring må vi samtidig utvikle måten vi jobber på. Nye plattformform, nye formater og ny teknologi gir nye muligheter til å nå ut. Men det stiller også større krav til tydelighet og troverdighet.



Foto: Thomas Brun, NTB kommunikasjon

Samarbeid vil fortsatt være en bærebjelke i arbeidet vårt. Gjennom medlemsorganisasjoner, kommuner, fagmiljøer og andre samarbeidspartnere kan budskapet om alkovett nå ut til langt flere enn vi får til alene. Når ulike aktører løfter frem alkovett i sine egne sammenhenger – i idretten, i arbeidslivet, i lokalsamfunn og i familielivet – skapes det gradvis en kultur der refleksjon rundt alkohol blir mer naturlig.

Ambisjonen vår for de neste årene er derfor tydelig: å bidra til at flere stopper opp og tenker gjennom om, når og hvor mye de skal drikke – og hvordan det påvirker både dem selv og andre.

For når flere utviser alkovett, reduseres også skadeomfanget. Det gagnar enkeltmennesker, menneskene rundt og samfunnet som helhet. Det er vi stolte over å få være med å bidra til.

RAGNHILD KASKI
Generalsekretær



Foto: Rune Bendiksen

Folkehelse

Alkohol er det mest utbredte rusmiddelet i Norge, og skadevirkningene er betydelige. Forskning viser at alkoholbruk øker risikoen for en rekke fysiske og psykiske sykdommer, også ved et moderat konsum. Alkohol koster samtidig samfunnet over hundre milliarder kroner i året. Av-og-til jobber for at stadig flere skal få økt kunnskap om risikoen alkohol innebærer, slik at flere kan ta informerte valg.

Samfunnsmål

Den norske befolkningen skal ha et trygt drikkemønster, og de skal kjenne til hvordan alkoholbruk påvirker helsen.

Effektmål

- Folk skal drikke mindre, både i mengde og frekvens.
- Befolkningen skal være bevisst de negative konsekvensene alkoholbruk har for fysisk og psykisk helse, på kort og lang sikt.
- Alkovett skal være kjent som en personlig strategi for alkoholbruk.

Lykke til med
«100 % body battery hver dag»



Gjør heller noe
1 av 3 får til.

Velg hvit januar som
nyttårsforsett.



Hvit januar

Flere og flere kaster seg på “Hvit januar”. En pause fra alkohol kan gi gode helsegevinster og er en fin anledning til å reflektere over egne drikkevaner. I årets kampanje ønsket vi å nå bredt ut med særlig vekt på unge voksne og menn, gjennom konseptet “tallenes tale” – for 1 av 3 har faktisk gjennomført hvit januar!

Januar er høysesong for nyttårsforsetter. Noen setter seg realistiske mål, mens andre setter seg mål som nesten er umulig å holde. Vi tok et skråblikk på dette. For hvorfor gjøre det vanskelig for seg selv når det kan være så enkelt?

I første fase spilte vi på at det ikke er for sent å bytte nyttårsforsett, for å vise at noen mål er lettere å gjennomføre enn andre – som hvit januar. I andre fase løftet vi frem effekter av en hvit måned, som mer overskudd og bedre søvn, og viste hvor mange som faktisk opplever disse fordelene.

I tillegg intervjuet vi flere fagpersoner: matviter og ernæringsbiolog Marit Kolby, lykkeforsker Ragnhild Bang Nes, pastor og foredragsholder Per Anders Nordengen, samt søvneksperter og lege Anette Dragland.

30.000

klikk til nettsiden

20.000.000

visninger av annonsene

110

mediesaker

230

treningssentre kjørte annonsene

Annonsørinnhold



Test ditt alkoholforbruk: - Dagens pensjonister drikker mer enn før

Senior

De over 60 år drikker oftere, har flere drikkeanledninger enn resten av befolkningen og drikker mer enn tidligere generasjoner. For å øke bevisstheten om alkohol og helse innledet vi derfor et samarbeid med Pensjonistforbundet. Som del av samarbeidet produserte vi filmer med ulike temaer: Psykolog Fanny Duckert om alkohol og vaner, lege Torgeir Gilje Lid om medisinske og fysiske konsekvenser, og to pensjonister som delte tips til en aktiv og god pensjonisttilværelse.

I tillegg produserte vi en film med Jan Davidsen, leder i Pensjonistforbundet, om alkohol og risikoen det innebærer å bli eldre. Deler av filminnholdet ble distribuert i våre egne kanaler og gjennom Pensjonistforbundets plattformer. Vi gjorde også et intervju med Davidsen som ble publisert på avogtil.no og delt i sosiale medier.

Vi sponset Alkoholpraten rettet mot seniorer i sommerferien. Rett etter sommeren kjørte vi

annonser i Amedia med budskap om å holde på gode vaner etter ferien og oppfordring om å ta testen vår, Drikkestatus. Samtidig fikk et presseinnlegg med gode tips til en bevisst pensjonist bred synlighet.

833.372

visninger i A-media

49

treff på presseinnlegget i samarbeid med Pensjonistforbundet

Fire menn snakker om

Menn drikker mer, oftere og farligere enn kvinner. Samtidig mener over halvparten at de lett kan kutte ut noen glass ifølge våre undersøkelser.

I 2025 innhentet vi innsikt om hvordan vi bedre kan nå ut til menn med helsebudskap. Som et resultat av dette arbeidet lanserte vi mot slutten av året en samtaleserie med ambisjon om å gjøre et alvorlig tema tilgjengelig og relevant for målgruppen menn 25–65 år.

Serien samlet i denne første runden lege Kaveh Rashidi, psykolog Jan-Ole Hesselberg, komiker Espen Lervaag og skuespiller Ingar Helge Gimle i åpne og uformelle samtaler om alkohol, helse og livet, som kombinerer underholdning og faglig tyngde.

Kampanjen ble distribuert på Meta, YouTube og Reddit, og leverte svært sterke resultater på tvers av kanaler, med høy synlighet og bred distribusjon i målgruppen. Meta og Reddit fungerte som effektive kanaler for rekkevidde

og trafikk, mens YouTube bidro til fordypning og lengre konsum. På nettsiden var kvaliteten på trafikken høy, med svært høy fullføringsgrad på videoene, noe som tyder på høy relevans.

Samtaleserien har gitt oss et stort og fleksibelt innholdsbibliotek som vi skal arbeide videre med i 2026, og erfaringene fra kampanjen har gitt oss tydelig læring for videre arbeid med konseptet.

4.8 millioner

visninger/eksponeringer i desember





Barn og unge

90.000 barn i Norge vokser opp med en mamma eller pappa som drikker for mye alkohol. For dem er alkohol en stor trussel mot en trygg barndom. I tillegg kommer alle de barna som har foreldre som vanligvis ikke drikker på en problematisk måte – men som innimellom gjør det likevel. Også slike opplevelser kan sette dype spor. Mange voksne er ikke klar over hvor lite alkohol som skal til før barn merker forskjell og kan bli utrygge. Derfor har vi lagt kampanjetopper til sommeren og julen – perioder der nordmenn drikker mer enn ellers – for å bevisstgjøre flere voksne om hva som er greit og ikke i samvær med barn.

Samfunnsmål

Barn og unge skal ha gode oppvekstvilkår, og møte trygge, tilstedeværende voksne.

Effektmål

Voksne, spesielt foreldre og besteforeldre skal:

- drikke mindre alkohol når de er sammen med barn og unge.
- kjenne til, og være klar over, de negative konsekvensene alkoholbruk kan ha i situasjoner som berører barn og unge.



Skjermdump: NRK Dagsrevyen, 18. mai 2025

17. mai

De siste årene har Av-og-til lagt økt vekt på 17. mai som en viktig anledning til å sette alkohol på agendaen. I tillegg til å tematisere voksnes alkoholbruk rundt barn og ungdoms alkoholbruk på nasjonaldagen, har markeringen også en bredere samfunnsdimensjon. Hvordan vi velger å feire dagen angår hele befolkningen, ikke bare foreldre og barn.

Våre undersøkelser viser at holdningene er delte. Halvparten mener alkohol har en for stor plass i feiringen, mens den andre halvparten ikke opplever det slik eller ikke har gjort seg opp en mening. Det gir oss en god anledning til å reise debatten i media, og i 2025 gjorde vi det med betydelig gjennomslag – med hele 134 presseklipp om tema.

Debatten fikk ytterligere aktualitet da Oslo bystyre, med knapt flertall og få dager før nasjonaldagen, vedtok å tillate skjenking fra kl. 08.00 i stedet for kl. 12.00. Av-og-til gikk ikke inn i den partipolitiske diskusjonen, men viste til forskning som dokumenterer at økt tilgjengelighet gir økt konsum, samt tall og statistikk om holdningene i befolkningen.

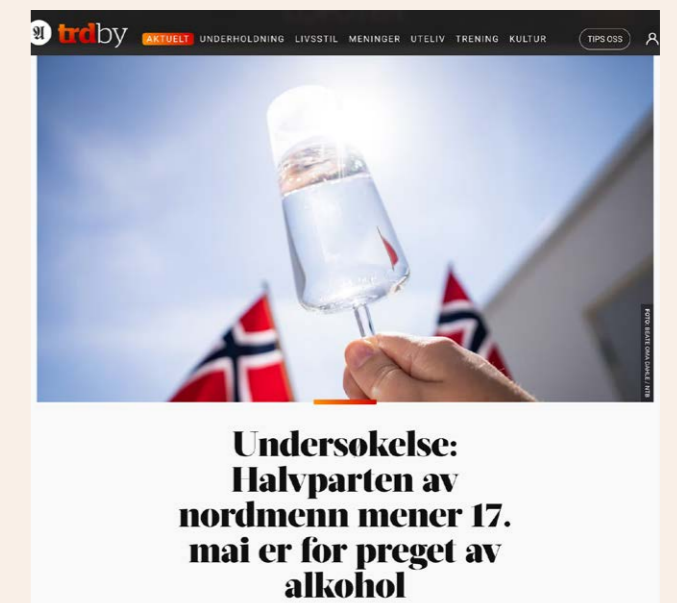
Dette resulterte i bred medieomtale, leserinnlegg publisert i en rekke lokalaviser og en pressemelding 18. mai, da omfanget av fyll ble synlig i nyhetsbildet. Dette førte også til økt

etterspørsel etter kommentarer fra oss i media. Generalsekretær Ragnhild Kaski deltok blant annet i NRK Dagsrevyen og Helgemorgen både før og etter 17. mai.

“

Det er et paradoks at 17. mai – barnas dag – har blitt en av de dagene i året hvor det er mest akseptert og naturlig å drikke fra frokost til kvelds.

– Generalsekretær Ragnhild Kaski



Faksimile: Adressa trdby, 6. mai 2025



“Ekte menn” drikker null, ett eller maks to glass når de er sammen med barna

Fedre har mer liberale holdninger til drikking rundt barn enn mødre, det viser blant annet tall fra våre undersøkelser:

- Dobbelt så mange menn som kvinner synes at det er greit å drikke mer enn to enheter med barn til stede.
- Nesten én av to fedre tror at barna ikke reagerer nevneverdig på at de har drukket tre glass eller mer.

Derfor ville vi snakke direkte til pappaer og bestefedre med sommerkampanjen. Med humor, en uventet vri og positive mannlige forbilder handlet kampanjen om at å begrense alkoholinntaket foran barn ikke går ut over det å være ekte mann. Snarere tvert imot! I kampanjefilmene spilte Stig Henrik Hoff og Mikkel Bratt Silset barske menn som viste alt man har å vinne på å holde alkoholinntaket på et barnevennlig nivå.

Kampanjen ble godt mottatt av både menn og kvinner, og flere fedre enn tidligere rapporterte at kampanjen ville få innvirkning på eget drikke-mønster sammen med barn.

Stig Henrik Hoff sa det slik i et intervju med Dagbladet:

“

Akkurat det her med alkohol og kids er vanskelig fordi barn er så skjøre. Vi voksne er jo forbilder her. At barna plutselig ser at vi forandrer oss, er jo ikke noe gøy for dem.

— Stig Henrik Hoff



Faksimile: Dagbladet, 5. juni 2025

Barna som ble påvirket – Unge stemmer om voksnes alkoholbruk i oppveksten

I rapporten “Barna som ble påvirket” har vi ønsket å gi et mer nyansert bilde av hvordan voksnes alkoholbruk kan prege barn – også i familier som utad fremstår velfungerende. Gjennom dybdeintervjuer med tolv unge voksne beskriver informantene hvordan utrygghet ofte oppstår lenge før “tydelig fyll”, og hvordan barn lærer seg å lese små tegn som blick, tonefall og stemninger for å navigere i det uforutsigbare. I rapporten settes de unges erfaringer i en faglig kontekst med kommentarer fra forsker Turid Wangensteen og barne- og ungdomspsykiater Paul Joachim Bloch Thorsen.

Et tydelig funn fra rapporten er at svært få opplever at hjelpeapparatet kommer inn tidlig, selv når belastningen er stor. Mange beskriver i ettertid at de skulle ønske at én voksen hadde sett, spurt og brydd seg. Rapporten løfter derfor frem betydningen av trygge voksne som buffere. Det kan være den andre forelderen, en besteforelder, lærer eller andre voksne i barnets liv. Én trygg voksen kan gjøre en stor forskjell.

“Elefanten i rommet”

Julen er en tid fylt med forventninger, og i mange familier er det ulike forventninger til

nettopp hvor mye alkohol som passer under julefeiringen. Samtidig er det mange som kvier seg for å ta det opp dersom noen drikker litt for mye. Årets julekampanje hadde derfor en tydelig oppfordring: Ikke la alkohol bli elefanten i rommet. Hvis du ser den – ikke overse den.

Hovedvirkemiddelet i kampanjen var filmen “Elefanten som ville bli sett”, en fortelling om en jente som får elefanten i rommet på besøk på selveste julekvelden. Elefanten er på barnas lag. Den ønsker egentlig ikke å komme på besøk på julaften, men må det fordi pappa drikker litt for mye denne kvelden. Jenta er den første som legger merke til at det er en elefant i rommet, mens de voksne prøver så godt de kan å late som den ikke er der.

Da gjør elefanten alt den kan for å bli sett, den blåser i snabelen og velter vinglasset til far. Til slutt tar bestemor voksenansvar og adresserer drikkingen til far ved å legge en hånd på armen hans. Han tar hintet og lar flasken være, og elefanten forlater selskapet i trygghet om at julekvelden er reddet.

I tillegg til hovedfilmen hadde vi korte, mer humoristiske filmsnutter med karakterene fra julefeiringen, for å minne om budskapet.





Faksimile: Dagbladet, 5. juni 2025

Båt- og sjøliv

Norge har anslagsvis 1 067 000 fritidsbåter, og båtlivet står sterkt i store deler av befolkningen (Båtlivsundersøkelsen, 2023). Samtidig blir båtsesongen gradvis lengre, i takt med lengre somre. Det gir mer tid på sjøen, men også et større behov for forebygging og tydelige budskap om trygg ferdsel.

Sammen med 13 samarbeidspartnere jobber Av-og-til for at flere skal velge alkovett på sjøen, fordi alkohol fortsatt bidrar til alvorlige fritidsbåtulykker og dødsfall. I 2024 var halvparten av dem som omkom til sjøs alkoholpåvirket, og det er i stor grad menn over 50 år som omkommer i fritidsbåtulykker (Sjøfartsdirektoratet, 2024). Alkohol svekker reaksjonsevne, koordinasjon og vurderingsevne, og kan gjøre terskelen for å ta sjanser lavere. I tillegg øker alkohol risikoen for drukning og reduserer muligheten for å overleve i vann.

I 2025 hadde kampanjen to topper: april og juli. Vi valgte å starte tidlig, allerede i påsken fordi været var fint flere steder, og mange båtfolk tok frem båtene sine for å vaske, pusse og klargjøre til sjøsetting.

Samfunnsmål

Det skal være trygt for både barn og voksne å ferdes på sjøen og nyte båtlivet.

Effektmål

- Færre ulykker knyttet til alkoholbruk på sjøen.
- Befolkningen skal ha kunnskap om konsekvensene alkoholbruk har for sikkerhet i maritime situasjoner.



Skår i båtgledden

Båtfolket legger ned mye tid og krefter i båten sin. Forberedelsene til båtsesongen er nærmest hellige, og noe av det verste som kan skje er at båten blir skadet. Mange båtfolk, og kanskje særlig menn over 50, er ofte mer opptatt av å gi båten kjærlighet enn av trygghet for seg selv og andre på havet. Dette ønsket vi å spille videre på, med humor som virkemiddel. Derfor kalte vi årets kampanjeidé "Skår i båtgledden".

Spydspissen i kampanjen var en hovedfilm som viser "Ekte kapteiner" som vasker og pusser båten, sjøsetter og nyter resultatet – før det plutselig oppstår en uønsket situasjon og båten får en stygg skade. Budskapet er tydelig: Alkohol øker risikoen for ulykker.

I tillegg utviklet vi flere kampanjeuttak, blant annet filmer med innhold fra ulike eksperter og konkurranser knyttet til kostnader ved båt-skader.

Gjennom kampanjeperioden la vi ekstra vekt på kontekstuelle tiltak, med mål om å være synlige der båtfolket faktisk er. Vi prioriterte derfor tilstedeværelse i båthavner, på arrangementer, i båtmagasiner, på digitale flater nær sjø og vann, og i sosiale medier.

Samarbeidspartnere

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



Foto: Odd Terje Heimen, KNBF

Tilstedeværelse der båtfolk er

Direkte dialog med båtfolket er et sentralt virkemiddel. I 2025 ble kampanjemateriellet brukt aktivt både av samarbeidspartnere og Av-og-til-kommuner. Vi distribuerte blant annet lakrisbåter, plakater, båtbingoer, selvklebende tatoveringer, brosjyrer og beach flags.

Sekretariatet var også til stede på sentrale båtarrangementer, blant annet "Sjøen for alle" arrangert av Norboat, og Nasjonal maritim sikkerhetsdag i regi av KNBF/Båttforbundet. Disse møteplassene ga oss direkte kontakt med målgruppen og verdifull innsikt i hvordan materiell og budskap ble mottatt – hva som fungerte godt, og hva som fungerte mindre godt.

Av-og-til-kommunene er en viktig del av kampanjearbeidet, særlig for lokal synlighet og én-til-én-samtaler. I år deltok 19 kommuner aktivt i kampanjen. Kommunene samarbeidet med lokale aktører som båtforeninger, havner og politi, og flere gjennomførte egne kampanjeaktiviteter.



Kanaler og resultater

På digitale flater prioriterte vi særlig Meta, som gir gode muligheter til å nå båtinteresserte voksne gjennom målrettet publisering.

Personlige historier skaper stort engasjement i sosiale medier. Vi har derfor intervjuet to nye personer: friluftspil Cecilie Skog, som deler både positive og negative erfaringer fra sjølivet, og Stig Johnsen, som holdt på å drukne etter å ha falt mellom båt og brygge etter en fuktig kveld på byen. Vi gjenbrukte også tidligere kjendiscaser som har skapt stort engasjement.

For å nå yngre voksne publiserte vi en film produsert i samarbeid med arrangørene bak Hvaler Open på TikTok. Uttaket fikk 363 000 visninger og gode engasjementstall, med en overvekt av seere i alderen 18–34 år. På YouTube publiserte vi kampanjefilmene fra "Skår i båtgeden", sponset mot brukere med interesse for båtinnhold.

Vi benyttet også kontekstuelle annonseflater, blant annet helsides annonser i båtmagasiner og digital utendørsannonsering via Vistar Media, med skjermer nær båt plasser og typiske sommerdestinasjoner. Sammen med kampanjepartnere publiserte vi også et felles leserinnlegg, som ble trykket 35 steder.

Les intervjuet med Stig Johnsen!



avogtil.no/stig-johnsen

25.000

klikk inn til båtsaker på nettsiden

43 %

i aldersgruppen 55 år og eldre har lagt merke til temaet i en eller flere kanaler

51 %

av de som drikker i båt oppgir at kampanjen om alkoholbruk på sjøen vil få innvirkning på sin egen drikking i situasjoner med bruk av fritidsbåt

40.750

poser med lakrisbåter ble delt ut

282

arrangementer og aktiviteter hvor kampanjen var synlig i perioden





Idrett

For barn og unge blir idrettsopplevelsen annerledes når voksne rundt dem drikker alkohol. Det gjelder både i breddeidretten og på store arrangementer der voksne konkurrerer. Idretten er en av de viktigste arenaene i barns oppvekst og bør være en alkoholfri sone. I idretten møter barna både venner og forbilder, og de opplever mestring. Hvis barnet opplever alkoholbruk hjemme, bør idretten være et fristed. Av-og-til jobber for at breddeidretten skal være trygg og alkoholfri, og et sted der barn føler seg ivaretatt. I samarbeid med Norges Fotballforbund (NFF) har Av-og-til jobbet for at fotballklubber skal ha tydelige retningslinjer for alkohol og få kunnskap til å støtte barn som opplever alkoholbruk i hjemmet.

Samfunns mål

Barn og unge skal møte trygge idrettsmiljøer og et støtteapparat som fanger dem opp dersom de trenger det.

Effekt mål

- Redusert alkoholbruk i forbindelse med barneidrett og idrettsarrangementer.
- Klubber i Norge skal ha en alkoholicy som brukes aktivt i klubbene.
- Støtteapparatet i idretten skal vite hva de skal gjøre dersom de er bekymret for et barn.

Retningslinjer for alkohol

Gjennom NFF-kretsene kan Av-og-til tilby foredrag om hvordan klubber kan innføre tydelige retningslinjer for alkohol over hele landet. I 2025 holdt Ragnhild Kaski en engasjerende presentasjon om alkohol i idretten for fotballkretsene i Østfold, Trøndelag og Troms.

Deltakerne hadde ofte sentrale roller i arbeidet med retningslinjer i klubbene, blant annet som daglige ledere, kvalitetsklubbansvarlige eller styreledere. I tillegg når Av-og-til bredt ut nasjonalt gjennom skreddersydde digitale ressurser, tilgjengelig både på NFFs nettsider og våre egne.

Presse- og kampanjeaktiviteter

Samarbeidet med fotballforbundet gjør det mulig å nå breddeidretten på en målrettet måte. Et innlegg skrevet sammen med NFF, "Alkohol hører ikke hjemme på sidelinjen", kom på trykk i over 48 lokalaviser. I tillegg ble kampanjefilmen for barn, "Ekte menn", vist på storskjerm på Ullevål stadion i forbindelse med alle norske herre- og kvinnelandskamper fra juni og ut sesongen.

Under Norway Cup i 2025 satset vi på synlighet på en av de største banene på Ekebergsletta. Turneringen er en unik mulighet til å nå barne- og ungdomsfotballen fra hele landet. Vi brukte trykte perimeterboards med logo og et tydelig budskap om å innføre retningslinjer for alkohol. Boardene var synlige både under kamper som ble strømmet på nett og for publikum på tribunen.

Voss Cup snur bygda på hodet!



avogtil.no/voss-cup



Facsimile: Fanaposten, 2. mai 2025

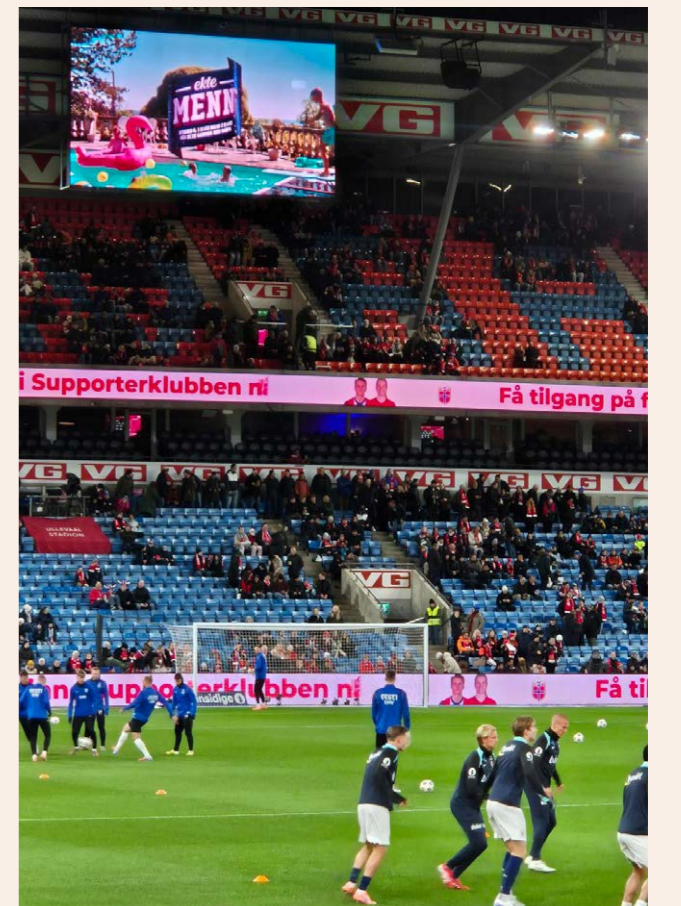




Foto: Rune Bendiksen

Ungdom

Å eksperimentere med alkohol er for mange en naturlig del av overgangen fra barn til voksen. Når ungdom drikker alkohol, øker risikoen for ulykker, vold og overgrep. Ungdom med foreldre som setter tydelige grenser, debuterer senere med alkohol og drikker mer forsiktig. Derfor jobber Av-og-til med foreldre som målgruppe gjennom kampanjer, i egne sosiale medier, i medieutspill og gjennom foredrag og foreldremøter i samarbeid med Av-og-til-kommunene.

I 2024 videreutviklet vi “kjipe foreldre” og lanserte det nye konseptet “samsnakka”. Målet med “samsnakka” er å oppmuntre foreldre til å ta praten om alkohol. Konseptet skal gjøre det enklere for foreldre å ta ansvar og bidra til at ungdom får en trygg og god ungdomstid.

Samfunnsmål

Barn og unge skal oppleve en trygg og god ungdomstid.

Effektmål

- Utsatt alkoholdebut i Norge.
- Foreldre skal sette tydelige grenser for ungdommens bruk av alkohol og andre rusmidler.
- Russetid i kontrollerte former, uten vold, overgrep, ulykker og andre utfordringer knyttet til rusbruk.



Foredrag

I 2025 videreutviklet vi foredragene på foreldremøter i ungdomsskole og videregående skole. Dette inkluderte produksjon av to korte filmer: én med ungdomspsykolog Kirsten Resaland, som gir råd om hvordan foreldre kan snakke med ungdom om alkohol, og én som forklarer hvordan foreldre kan gjennomføre Samsnakka-testen med ungdommen sin.

Samsnakka

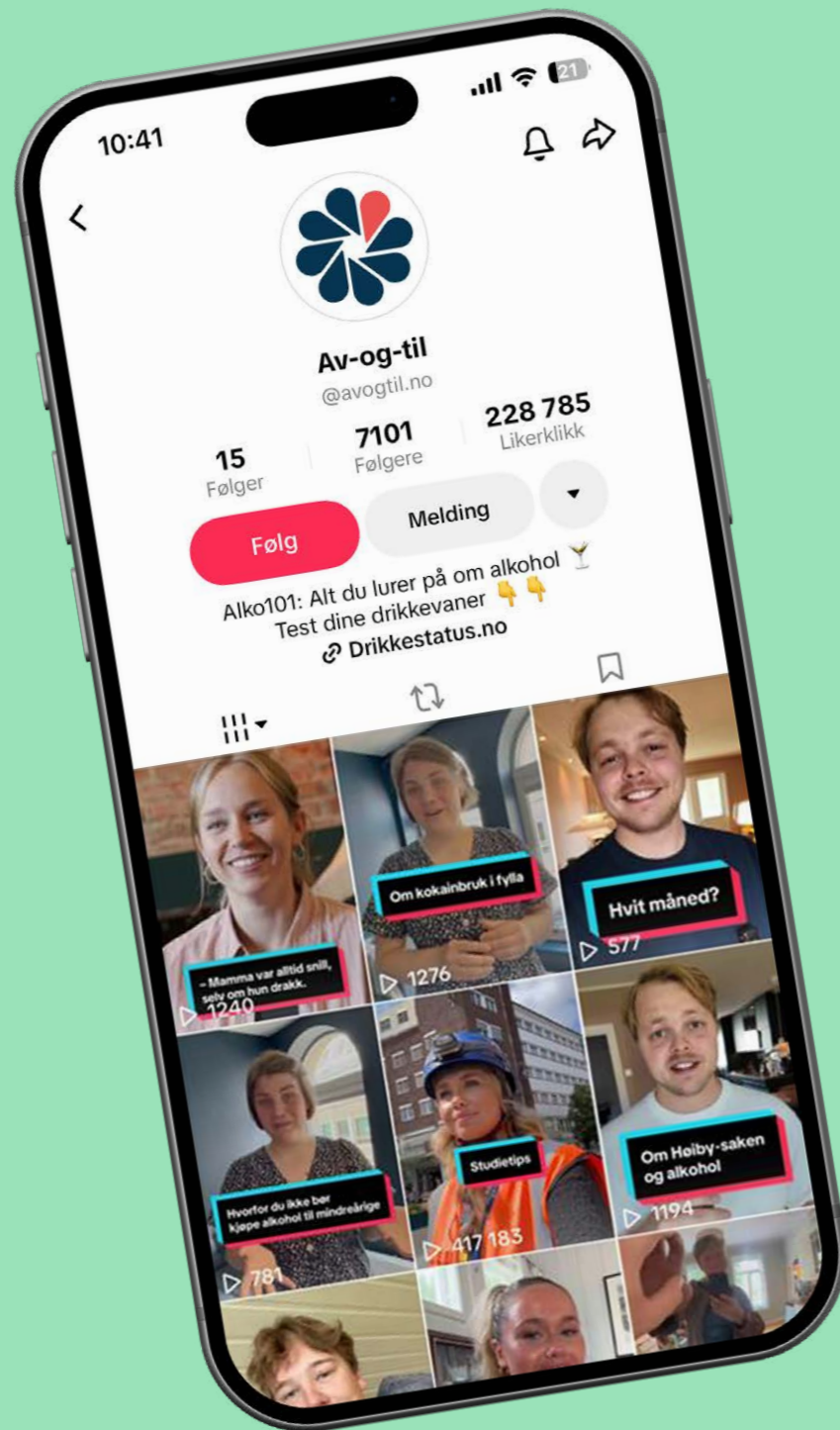
Desember er ofte preget av mye ungdomsfester, vi gjennomførte derfor en samsnakka-kampanje i Meta i november og desember, der vi løftet frem ulike problemstillinger tenåringsforeldre baler med. Kampanjen skapte stort engasjement og danner grunnlaget for always on-annonseringer i relevante perioder i 2026.

1.000.000

visninger på Meta

16.000

klikk på nettsiden



Alko101

For å nå ungdom må vi være der de er, med tilpasset innhold. TikTok er derfor en prioritert plattform for å nå ut til denne målgruppen. Her oppsøker mange unge informasjon, og korte og enkle videoer gir gode muligheter for effektiv kunnskapsformidling.

Gjennom konseptet ALKO101 gir vi ungdom kunnskap de kan bruke her og nå, slik at de kan ta bedre valg knyttet til alkohol. Målet er ikke å hindre unge i å drikke, men å bidra til mer bevisste valg før, under og etter fest. Samtidig ønsker vi å støtte dem som ikke vil drikke og skape større bevissthet rundt drikkepress.

Innholdet i ALKO101 er utviklet på ungdommens premisser og uten moraliserende tone. Vi gjør kompleks informasjon enkel og relevant gjennom korte videoer som raskt kommer til poenget og speiler målgruppens hverdag og mediebruk. Ambisjonen er å være en kunnskapskilde ungdom selv oppsøker, fordi innholdet oppleves nyttig og relevant.

Vi produserer både innhold selv, og i samarbeid med eksterne aktører. I egne produksjoner bruker vi ofte dagsaktuelle temaer for å skape interesse og refleksjon, for eksempel priskrig på alkohol, hvorfor Norge har Vinmonopolet og kokainbruk i fylla.

Samarbeid med profiler målgruppen allerede følger og har tillit til er et viktig strategisk virkemiddel. Når budskapet formidles av noen som allerede har oppmerksomheten til målgruppen, øker både rekkevidden og gjennomslagskraften til innholdet.

Noen av filmene tar utgangspunkt i temaer der alkohol ikke nødvendigvis er hovedfokus, men inngår som en naturlig del av innholdet. Et eksempel er samarbeidet med TikTok-profil Aleksandra Marie Høye, som primært lager innhold for studenter. Hun produserte tre filmer, blant annet «Eksamenstips», der hun løfter frem betydningen av søvn og forklarer hvordan alkohol kan påvirke søvn og restitusjon negativt. Filmen oppfordrer tydelig til å droppe alkohol i eksamensperioden.

Humor er også et viktig virkemiddel for å nå målgruppen. I samarbeid med komiker Jørgen Holst-Larsen produserte vi seks filmer med utgangspunkt i sosiale situasjoner der alkohol ofte er til stede, som julebord og Halloween.

Filmene oppnådde over fem millioner visninger, 22 500 likes og bidro til 433 nye følgere på kanalen.

Vi hadde også et samarbeid med artisten Adrian Sellevoll, som i tre filmer delte egne erfaringer med alkohol og rus. Han fortalte blant annet om hvordan rus kan fungere som en flukt fra vanskelige følelser, og om hvordan han har forsøkt å erstatte rus med aktiviteter og valg som bidrar til bedre livskvalitet.

41

videoer

8.434.856

visninger

35.645

likes

8.230

delinger

1.008

kommentarer



Foto: Rune Bendiksen

Øvrige tema

Ifølge strategien for 2020 til 2025 skal "Av-og-til være en bidragsyter i de debattene som til enhver tid går om alkohol i samfunnet vårt. Det kan for eksempel være knyttet til alkoholbruk i arbeidslivet, promillekjøring og bekymringer knyttet til at noen velger å drikke alkohol når de er gravide". I 2024 har Av-og-til deltatt i en rekke debatter om alkohol, og satt blant annet alkohol i arbeidslivet, promillekjøring, helseråd og markedsføring av alkohol på dagsorden.

Helsemerking av alkohol

I januar 2025 la Helsedirektoratet frem sitt forslag til helsemerking av alkohol. Dette er et av flere viktige tiltak for å øke kunnskapen om koblingen mellom alkohol og over 200 sykdommer. Av-og-til heier på merking, og pusher på for å få forrang i prosessene.

“

Om du velger å drikke like mye som før, eller kanskje ta et halvt glass mindre, er helt opp til deg. Men for å ta gode valg, trenger du god informasjon. Derfor må helsemerking på alkohol komme på plass nå.

– Generalsekretær Ragnhild Kaski og generalsekretær i Kreftforeningen Ingrid Stenstadvold Ross til Bergens tidene

Av-og-tils tanker om helsemerking



kommunikasjon.ntb.no

Alkoholritt på serveringssteder

Av-og-til jobber for at tilbudet av alkoholfritt skal bli bedre både i butikker, hos restauranter, barer og utesteder. Et godt tilbud av alkoholfrie drikkevarer er viktig for å gi reelle alternativer til øl, vin og drinker.

Av-og-til har i 2025 jobbet med synliggjøring av hvordan serveringsbransjen henger etter når det kommer til tilbudet av alkoholfritt.

En undersøkelse gjennomført av Opinion på vegne av Av-og-til viser at:

- 7 av 10 nordmenn mener det har blitt mer populært og akseptert å velge alkoholfritt.
- Bare 2 av 10 mener tilbudet av alkoholfritt på serveringssteder er godt nok.
- 5 av 10 tror serveringsbransjen vil måtte bedre utvalget sitt for å tiltrekke seg kunder i framtiden.

“

Stadig flere velger alkoholfritt, og interessen har aldri vært større. Tiden der brus og vann med kullsyre var tilgjengelig er forbi.

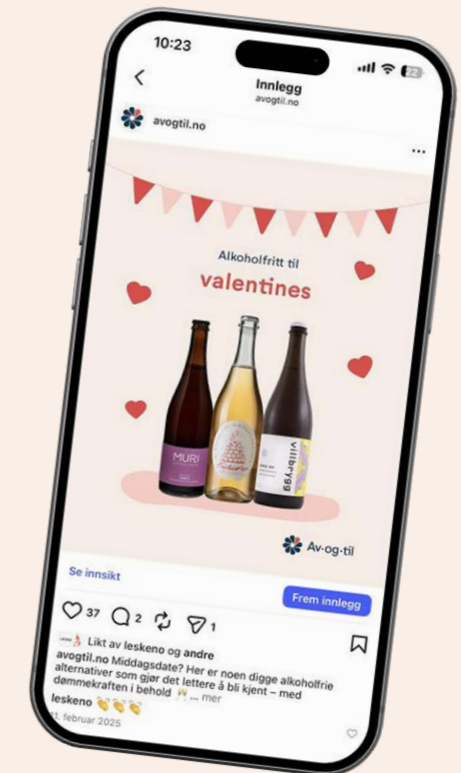
– Generalsekretær Ragnhild Kaski til VG

I sosiale medier gir Av-og-til tips om alkoholfri drikke som kan kjøpes på Vinmonopolet og i butikk, og oppskrifter på gode mocktails.

Kritikk av alkoholindustrien

Noen ganger kan det være på sin plass med kritikk av de som tjener penger på alkohol. I 2025 har Av-og-til blant annet påpekt den store økningen i salget av "rusbrus" – en dobling på 10 år. Produktene har fristende emballasje, fokus på lite kalorier og estetikk stjålet fra brus og godteri.

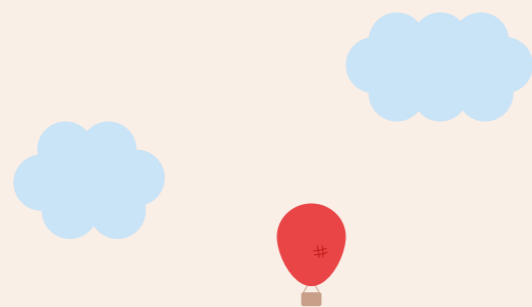
Eller når mange representanter fra alkoholindustrien er ute og kritiserer helsemerking. Da er det viktig å påpeke at alkoholpolitikk er helsepolitikk.



Faksimile: Dagens Næringsliv, 24. januar 2025.



Faksimile: Dagsavisen, 4. desember 2025.



Verktøyene våre

Samarbeid og lokal iverksettelse

Av-og-til skal være en samlende aktør som tilrettelegger for at organisasjoner, offentlige virksomheter og enkeltpersoner kan være med å formidle budskapet om godt alkovett. Av-og-til har i samarbeid med kompetansesentrene for rus utviklet en egen metode for lokaltilpasset alkoholforebygging der det samarbeides tett og målrettet med kommuner. Samarbeid med kommuner om primærforebygging er høyt prioritert i denne strategiperioden.

Kommunikasjon

Av-og-til skal kommunisere på en måte som motiverer, engasjerer og gjør det lettere for folk å endre alkoholvaner. Budskapet om alkovett skal være synlig i ulike kommunikasjonskanaler, og Av-og-til skal være aktivt til stede på ulike digitale plattformer og følge utviklingen i sosiale medier tett. Av-og-til skal ta et tydelig standpunkt i saker som er viktig for målgruppen, og kommunisere på en måte som understreker samfunnsansvaret vårt.

Kompetanse og informasjon

Av-og-til skal basere sin virksomhet på oppdatert kunnskap om alkoholskader, drikkemønstre og effektiv virkemiddelbruk i folkehelsearbeidet. Av-og-til skal være en referanseorganisasjon på feltet.



Samarbeid og lokal iverksettelse

Sammen jobber vi for å forebygge og redusere de negative konsekvensene av alkoholbruk i samfunnet og bidra til en tryggere hverdag for alle som bor i kommunene. Av-og-til samarbeider (ved utgangen av 2025) med 69 kommuner. Samarbeidet ble etablert i 2003 av Av-og-til og seks kompetansesentre på rusfeltet.

Stabilitet og fornyelse

Det er i kommunene folk bor og lever livene sine. Alkoholforebygging har derfor en naturlig plass i det lokale folkehelsearbeidet og i arbeidet med å sikre gode oppvekstmiljøer.

En styrke ved samarbeidet er kombinasjonen av stabilitet i tilbudet og evne til fornyelse, både fra Av-og-til og fra kommunene. Sammen skaper vi synergier.

Et eksempel på hvordan kommunene er med på å utvikle ressursene i samarbeidet, er Melhus kommune. De tok kontakt i forbindelse med et arrangement for ungdomsskolene om psykisk

beredskap. I fellesskap utviklet vi samtalekort og visittkort med lokal kontaktinformasjon til psykisk helsehjelp, til bruk på stand.

Samtalekortene la til rette for gode refleksjoner om alkohol, vennskap, grenser og foreldrerollen, og standen var svært godt besøkt. Kortene er nå en del av sortimentet og kan også tas i bruk av andre kommuner.

I 2025 kom to nye kommuner inn i samarbeidet, og det ble gjennomført en rekke aktiviteter i de 69 Av-og-til-kommunene.



Foto: Kai Chen / Chen Media

Energikonferansen 2025

Hvert år samles Av-og-til-kommunene til en todagers konferanse i Oslo. Også i år besto programmet på både eksterne og interne foredrag, erfaringsutveksling mellom kommunene og tid til planlegging i den enkelte kommune.

Blant de eksterne innlederne var psykolog Fanny Duckert, som snakket om alkohol og eldre, og psykolog Kirsten Resaland, som tok opp hvordan man kan ha gode samtaler med ungdom om alkohol. Katrin Øien fra Korus Midt presenterte kunnskap om evidensbasert forebygging, mens Ulf Andersen, statistikkjef i Nav, snakket om befolkning og folkehelse. Forfatteren av boken Stargate, Ingvild Rishøi, og regissøren av filmatiseringen deltok i en panelsamtale om voksnes alkoholbruk sett fra barnas perspektiv.

“

Å få med seg “ei pakke med motivasjon” heim! Så heilskapen; å få bruke tid på temaet, i lag med kollegaer, utveksle erfaringer, få Av-og-til “under huden” igjen.

– Deltager på konferansen i 2025

69
kommuner er med i samarbeidet

1.2 millioner
innbyggere bor i en Av-og-til-kommune!



Foto: Kai Chen / Chen Media

Ny nettportal for kommunesamarbeidet

En viktig del av videreutviklingen av kommunesamarbeidet i 2025 var oppgraderingen av den interne nettsiden for Av-og-til-kommunene, inkludert nettbutikken. En velfungerende webportal for kommunesamarbeidet er avgjørende for effektiv deling av informasjon, samt enkel tilgang til ressurser, nedlastninger og materiellbestilling for kommunene.

Den oppgraderte nettportalen gjør det enklere for ulike kommunale roller å finne relevante ressurser tilpasset lokale behov. Innholdet er strukturert etter målgrupper, i tråd med ny strategi.

Digitale treff, fortløpende dialog og representasjon

Vi viderefører de digitale kaffemøtene med Av-og-til-koordinatorene gjennom året. Disse møtene er en god arena for å dele informasjon og erfaringer på tvers. I gjennomsnitt deltar litt over 30 kommuner.

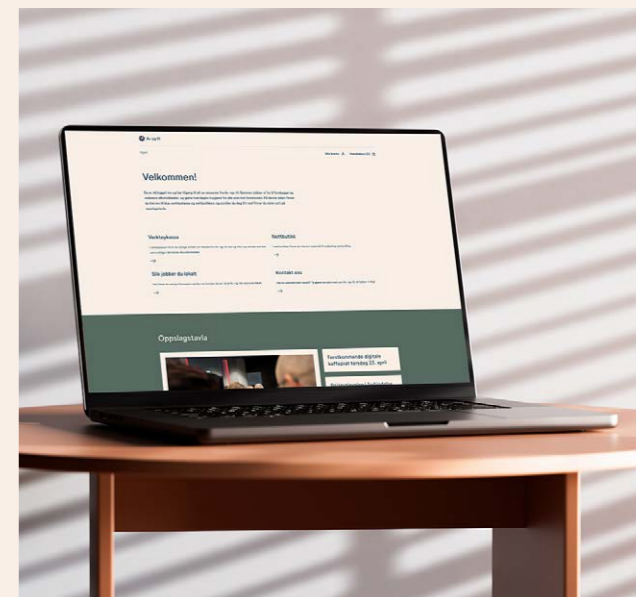
Det er mye løpende dialog med kommunene. De tar kontakt med spørsmål om kampanjer, budskap og samarbeid, men også om dilemmaer knyttet til alkohol i kommunene.

Av-og-til gjennomfører også kommunebesøk, som kan omfatte interne workshops, faginnlegg for ansatte, bidrag på lokale arrangementer og signering av samarbeidsavtaler med kommuneledelsen.

“

Som en Av-og-til-kommune får vi gode ressurser som hjelper oss i det rusforebyggende arbeidet vårt sammen med Av-og-til. Det hjelper oss å sette godt alkoveit på dagsordenen for innbyggere i alle aldre. Jeg oppfordrer flere kommuner til å bli Av-og-til-kommuner.

–Ann-Kristin Berge Dahle,
Av-og-til-koordinator i Tysvær kommune



Se film fra energikonferansen 2025 her!



youtu.be/l_2CH2FsMII

Et år med aktiviteter i 69 Av-og-til-kommuner!

Gjennom året engasjerer Av-og-til-kommunene seg på mange ulike måter for å nå ut med budskapet om alkovett til befolkningen. Her er noen eksempler fra 2025.



Melhus kommune hadde arrangement for ungdomsskolene på Verdensdagen for psykisk helse, der refleksjonskort for gode samtaler om alkohol var en svært populær aktivitet blant ungdommene. Her ser vi Tone F. Tenden og Aud Stenseth. Foto: Melhus kommune.



Haram kommune i Møre og Romsdal inngikk samarbeidsavtale med Av-og-til 26. september. Her ser vi Marte Sletten fra Av-og-til, ordfører Vebjørn Krogsæter og Av-og-til-koordinator Camilla Longva Larsen. Foto: Haram kommune.



Lindesnes har vært Av-og-til-kommune siden 2020, og i 2025 ble samarbeidsavtalen formelt forlenget. Her er bilde fra kommunestyremøte 6. februar.

Haram ble med i 2025

Sammen med Modum!



Helsesykepleiere i Bærum kommune gjennomførte 12. februar en workshop om alkohol, alkovett og samtaler om alkohol med nybakte foreldre.



Fagdag om rus og avhengighet for ledere med personalansvar og verneombud. Akan og Av-og-til besøkte Bømlo kommune 23. oktober.



Ordførerne Andreas Vollsund og Andreas Bjørland fra nabokommunene Time og Hå, begge Av-og-til-kommuner, gikk sammen ut i media og oppfordret til godt alkovett på nasjonaldagen. Faksimile: Jærbladet 12.05.25



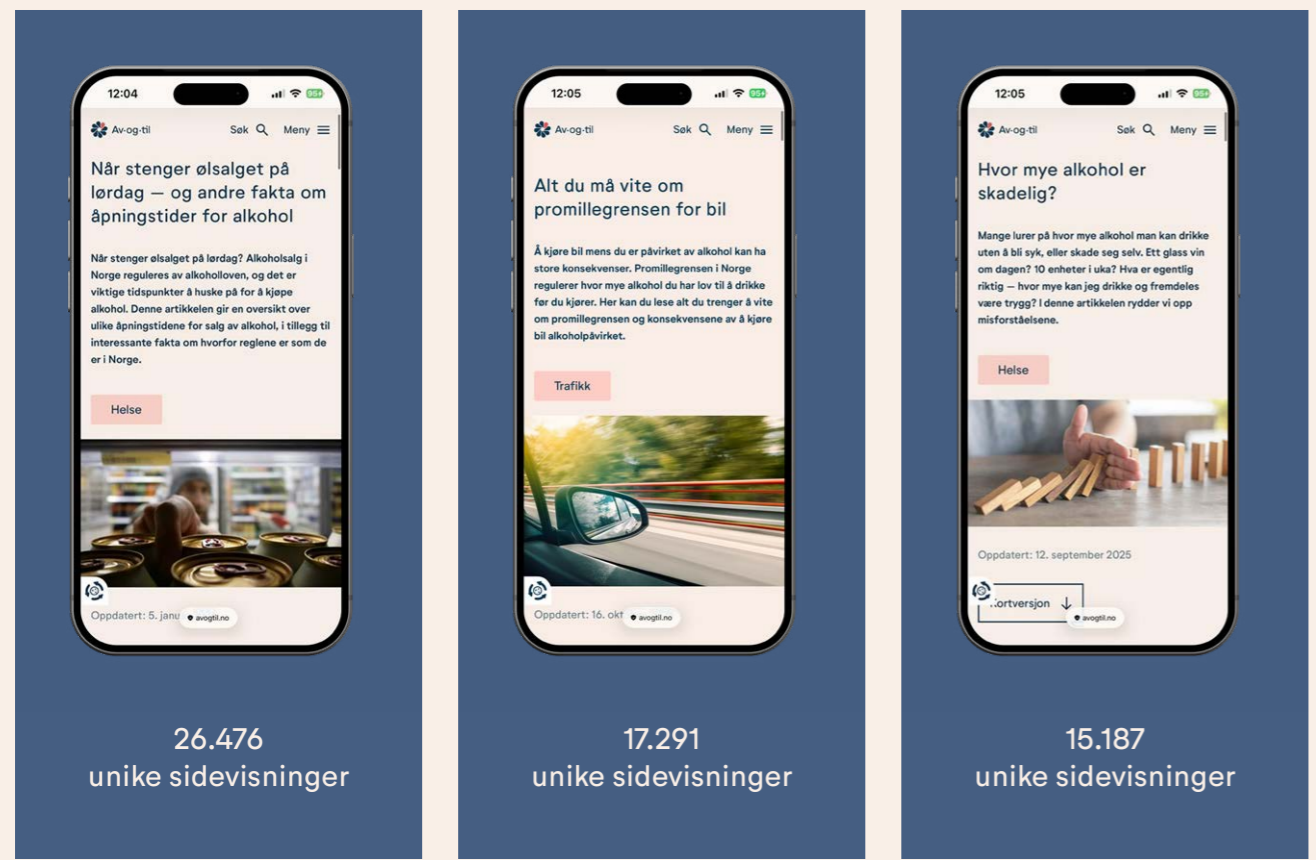
Holmestrand inviterte til åpen foreldrekveld om rus, ungdom og foreldrerollen. På programmet stod blant annet Samsnakka, og Av-og-til var på besøk for anledningen.



Sarpsborg kommune var ute med budskap om en trygg 17. mai-feiring. På bildet ser vi Av-og-til-koordinator Liv-Torill Osland Lunde og SLT-koordinator Tone Synnøve Faale i front. Foto: Sarpsborg kommune.

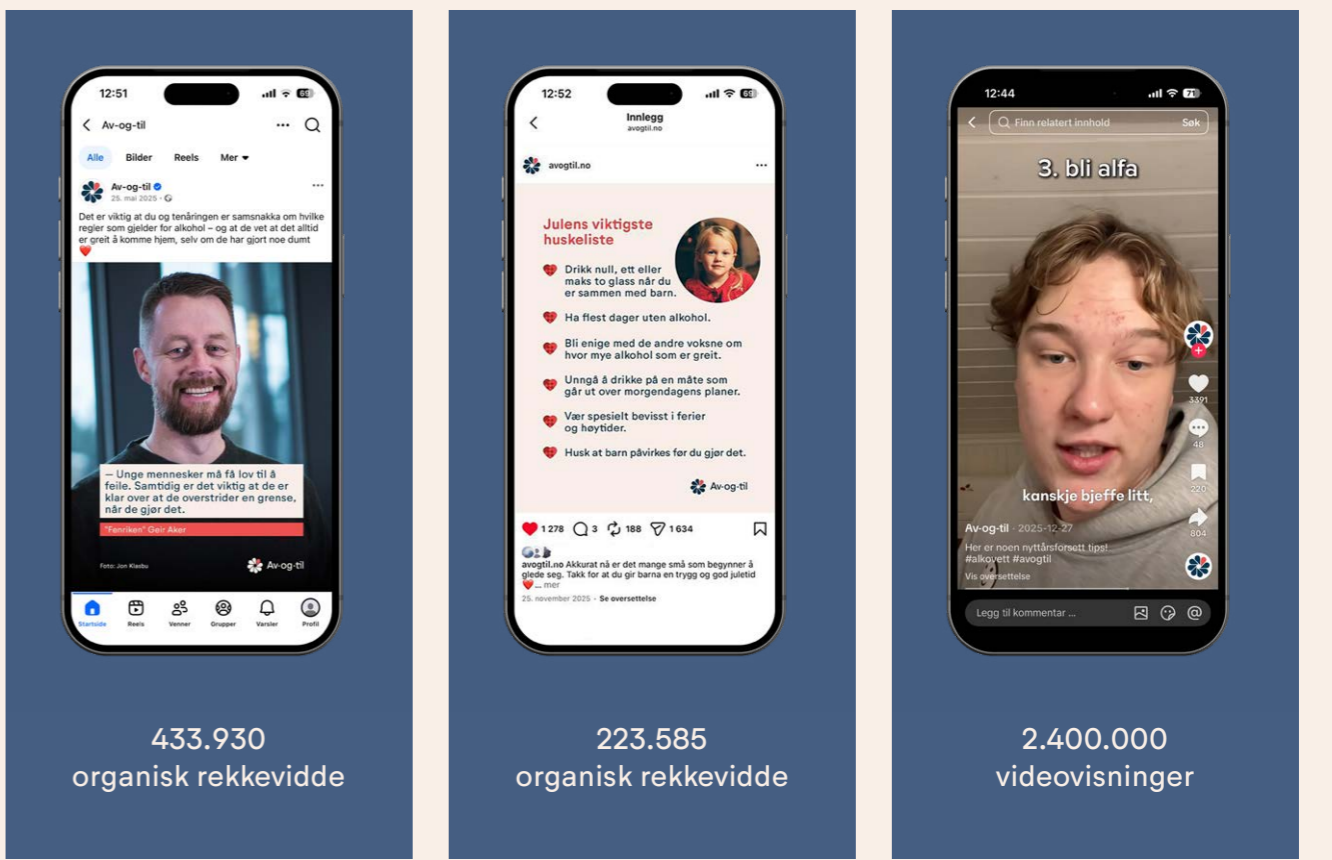
Nettside

Avogtil.no har vært en viktig plattform for kunnskap og refleksjon om alkohol. Med kombinasjon av fakta, personlige historier og verktøy som gir innsikt i alkoholbruk har nettsiden belyst viktige temaer innen helse, barn og båtliv. Synlighet i søkemotorer har bidratt til stabil trafikk og gjort innholdet lett tilgjengelig både for befolkningen generelt og for journalister.



Sosiale medier

Av-og-til skal til enhver tid være til stede i kanalene hvor vi finner folk flest. Derfor er vi også til stede på sosiale medier. I år har vi vært å finne på blant annet Facebook, Instagram og TikTok – og vi har snakket om alkovevt med både unge og eldre, og de i mellom.



Presse

For Av-og-til er det viktig med tilstedeværelse i mediene. Både i saker hvor vi selv setter dagsorden, og saker hvor vi blir bedt om å være en motstemme eller en kilde til kunnskap. Samlet bidrar det til å øke oppmerksomheten rundt alkohol som tema, det bidrar til viktige perspektiver og det bidrar til økt kunnskap i befolkningen om sentrale sider ved alkoholbruk.



Aktualiteter

Alkohol er et tema som kommer opp i mange sammenhenger i mediene. Det er en god anledning for Av-og-til til å bidra med perspektiver, ekstra oppmerksomhet og historier. I fjor diskuterte vi blant annet de nye forslagene til helsemerking på alkohol, ski-VM og Kollen-fest, KRFu sitt forslag om stengt ølsalg i helger, økning i salg av rusbrus, ungdomsdrinking og omkomne av alkoholskader, 17.mai-feiringen vår, fredags-pils for henting i barnehagen og en rekke TV-programmer.

Faksimile: Dagbladet, 9. januar 2025

JUL, JUL, JUL

Julen er høytid for nordmenns alkoholbruk, også når de er sammen med barn. Derfor er julen også en viktig periode for Av-og-til. I år har vi debattert julekalender med akevitt på Dagsnytt 18. Vi har bidratt til å stoppe priskrig på juleøl med brev til dagligvarekjedene om å unngå priskrigen vi så året før. Sammen med advokatselskapet Lippestad har vi advart mot å drite seg ut på julebordet, og oppfordret ledere til å ta ansvar. Vi har også tatt til orde for å droppe vin i julegave. Og vi har snakket om hva voksne som feirer jul sammen med barn bør tenke over når det kommer til alkohol.

Faksimile: Finansavisen, 19. november 2025

Kompetanse og informasjon

Av-og-til skal være faglig oppdatert på alkohol- og forebyggingsfeltet, en referanseorganisasjon på feltet og sikre at befolkningen har kunnskapen de trenger for å ta gode valg for seg selv og helsen sin. Vi skal gjøre kunnskap og forskning om alkohol mer tilgjengelig, forståelig og relevant.

Ungdomsdrinking

Nye europeiske tall på ungdomsdrinking viser at den positive trenden i Norge med nedgang i ungdomsdrinking over en lang periode, nå har snudd. Av-og-til har jobbet for å gjøre disse tallene kjent, og var synlig i en rekke medieoppslag og gjennom sosiale medier

“ Vi har de siste 30 årene kunnet si at norske ungdommer drikker mindre. Nå har trenden som har vart siden 90-tallet, snudd. Det er alvorlig, urovekkende og et signal om at vi må gjøre mer for ungdommene våre. – Generalsekretær Ragnhild Kaski til NTB

Respons analyse gjennomførte på vegne av Av-og-til en undersøkelse blant ungdomsforeldre som viste at:

| | |
|---|---|
| 13 % er svært bekymret for at ungdommen skal havne i en voldelig situasjon | 18 % er svært bekymret for at ungdommen skal havne i en uønsket seksuell situasjon |
|---|---|

Faksimile: Aftenposten, Torsdag 20. mars 2025

Fagdager om alkoholloven

På Helsedirektoratets fagdager om alkoholloven i oktober holdt generalsekretær Ragnhild Kaski innledning om trygge og alkoholfrie arenaer i samfunnet, hvor nærmere 200 deltakere fra norske kommuner, helsedirektoratet, Korusene og statsforvalterembetene deltok.

Alkoholfrie arenaer for barn og unge

Av-og-til ga i 2025 ut rapporten "Barna som ble påvirket". Den finner du her!

avogtil.no/
barna-pavirket

Styret og de ansatte

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

Årsmøte i september 2025 valgte

følgende styre:

- Knut Haugsvær – Frelsesarmeen (styreleder)
- Marianne Andersen – Kreftforeningen (nestleder)
- Heidi Greni – Senterpartiet
- Camilla Øksenvåg – Nasjonalforeningen for folkehelsen
- Mai Lene Fløysvik Hæåk – Actis
- Per Tøien – Norges Idrettsforbund
- Mari-Marthe Apenæs Katt-Ugle – IOGT i Norge
- Christian Kjekshus – LNU
- Anne Kristine Linnestad – Høyre (vara)
- Marte Sletten – Av-og-til (ansattrepresentant)

Lederen velges på årsmøtet. Styret konstituerer seg selv med nestleder og eventuelle utvalg. Styret har hatt til sammen 5 styremøter, og behandlet 49 saker i 2025.

Sekretariatet er lokalisert i Torggata i Oslo. Per 31. desember besto staben av 10 medarbeidere: generalsekretær og kommunikasjonssjef, fire senior kommunikasjonsrådgivere, to senior rådgivere, én kommunikasjonsrådgiver og én førstekonsulent. Alle stillingene i Av-og-til blir opprettholdt under forutsetning av årlige bevilgninger.

Ansatte i løpet av 2025:

- Ragnhild Helene Kaski, generalsekretær
- Eli Marie Stavlund, kommunikasjonssjef
- Alexander Klüver Stenerud, seniorrådgiver kommunikasjon
- Anders Stenersen, seniorrådgiver kommunikasjon
- Christine Brown Vollan, seniorrådgiver kommunikasjon
- André Børke, seniorrådgiver kommunikasjon
- Stina Katrine Bakken, seniorrådgiver
- Marte Sletten, seniorrådgiver
- Kaia Indiane Lilleseth, kommunikasjonsrådgiver
- Karianne Myrvang, kommunikasjonsrådgiver
- May-Linn Lauritzen, førstekonsulent

Økonomi og regnskap

For å gjøre arbeidet til Av-og-til mest effektivt utarbeides det målrettede kampanjer 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. Dette skyldes Av-og-til sin egenart og at inntektene i hovedsak er basert på driftstilskudd fra Helsedirektoratet.

Aktivitetsnivået er avhengig av tilskuddets størrelse. Forutsetning for fortsatt drift er til stede, og årsregnskapet for 2025 er satt opp på bakgrunn av dette.

INNETEKTER

Inntektene i 2025 var på i alt 24 404 585 kr.

Av de totale inntektene utgjorde bevilgninger fra Helsedirektoratet 22 040 000 kr. Av andre inntekter mottok Av-og-til 2 251 885 kr i moms-kompensasjon og medlemskontingenten beløp seg til 19 500 kr.

KOSTNADER

Kostnadene i 2025 var på i alt 24 797 561 kr. Det ble satset betydelig på informasjons- og kampanjevirkosomhet, og på systematisk nettverksarbeid og kartleggingsvirkosomhet.

RESULTAT

Årsresultatet viser et driftsresultat på -392 976 og et ordinært resultat på -166 751 kr som overføres egenkapital.

Resultatregnskap 2025

| | Note | 2025 | 2024 |
|---|------|-------------------|-------------------|
| DRIFTSINNETEKTER | | | |
| Kontingenter | | 19 500 | 20 000 |
| Grunntilskudd | 2 | 22 040 000 | 21 375 000 |
| Andre inntekter (inkl mva komp) | | 2 345 085 | 2 773 461 |
| Sum driftsinntekter | | 24 404 585 | 24 168 461 |
| DRIFTSKOSTNADER | | | |
| Lønnskostnader | 3 | 7 920 064 | 7 805 030 |
| Andre personalkostnader | 3 | 446 529 | 532 205 |
| Fremmede tjenester | | 1 536 285 | 979 315 |
| Reise/Diett | | 186 974 | 172 767 |
| Kontorkostnader inkl.elektrisitet og renhold | | 887 636 | 908 187 |
| Telefon/porto/kopi/trykksaker | | 719 432 | 600 046 |
| Inventar/edb/drift data | | 1 118 504 | 1 665 018 |
| Kampanjer og materiell/arrangementer | | 8 785 716 | 8 206 613 |
| Møter/kurs | | 207 170 | 330 825 |
| Annonser | | 1 727 797 | 1 480 616 |
| Diverse utgifter | | 97 642 | 92 562 |
| Markedsundersøkelser | | 1 163 813 | 1 908 875 |
| Sum driftskostnader | | 24 797 561 | 24 682 058 |
| DRIFTSRESULTAT | | -392 976 | -513 597 |
| FINANSIELLE INNETEKTER OG KOSTNADER | | | |
| Annen renteinntekt/finansinntekt | | 226 225 | 249 245 |
| Annen rentekostnad/finanskostnad | | 0 | 0 |
| Netto resultat av finansielle inntekter og kostnader | | 226 225 | 249 245 |
| ORDINÆRT RESULTAT | | -166 751 | -264 351 |
| ÅRSRESULTAT | | -166 751 | -264 351 |
| OVERFØRINGER TIL EGENKAPITAL | | | |
| Overfør til/fra annen egenkapital | 4 | -166 751 | -264 351 |
| Sum overføringer egenkapital | | -166 751 | -264 351 |

Balanse

| | Note | 31.12.2025 | 31.12.2024 |
|--|------|------------------|------------------|
| EIENDELER | | | |
| OMLØPSMIDLER | | | |
| Fordringer | | | |
| Kundefordringer | 1 | 500 | 3 000 |
| Kortsiktige fordringer | 2 | 836 105 | 1 102 560 |
| Sum fordringer | | 836 605 | 1 105 560 |
| Bankinnskudd, kontanter og lignende | | 7 321 178 | 8 725 876 |
| Sum totale omløpsmidler | | 8 157 783 | 9 831 436 |
| SUM EIENDELER | | 8 157 783 | 9 831 436 |

| | Note | 31.12.2025 | 31.12.2024 |
|---------------------------------|------|------------------|------------------|
| EGENKAPITAL OG GJELD | | | |
| EGENKAPITAL | | | |
| Opptjent egenkapital | | | |
| Annen egenkapital | 4 | 3 361 720 | 3 528 471 |
| Sum opptjent egenkapital | | 3 361 720 | 3 528 471 |
| Sum total egenkapital | | 3 361 720 | 3 528 471 |
| GJELD | | | |
| Kortsiktig gjeld | | | |
| Leverandørgjeld | | 2 955 861 | 3 889 627 |
| Skyldige offentlige avgifter | | 566 345 | 506 895 |
| Annen kortsiktig gjeld | 2 | 1 273 857 | 1 906 443 |
| Sum kortsiktig gjeld | | 4 796 063 | 6 302 965 |
| Sum total gjeld | | 4 796 063 | 6 302 965 |
| SUM EGENKAPITAL OG GJELD | | 8 157 783 | 9 831 436 |

Oslo, 23. mars 2026
Styret i AV-OG-TIL

| | | |
|---|--|--|
| Knut Haugsvær (e-signert) Leder | Per Tøien (e-signert) | Mai Lene Fløysvik Hæåk (e-signert) |
| Mari-Marthe Apenæs Katt-Ugle (e-signert) | Heidi Greni (e-signert) | Camilla Faarlund Øksenvåg (e-signert) |
| Marianne Andersen (e-signert) | Christian Kjekshus (e-signert) | Marte Sletten (e-signert) Ansatterepresentant |
| | 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 så langt det passer.

Organisasjonen er ikke skattepliktig.

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.

Virksomheten drives fra lokaler i Oslo.

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 2 – Tilskudd

Tilskudd fra Helsedirektoratet, utgjør for 2025 kr 22 040 000.

Av-og-til er ansvarlig søker til Stiftelsen DAM for prosjekt med St. Olavs hospital, hvor de utfører og rapporterer på prosjektet. Prosjektet er ikke en del av Av-og-til sitt regnskap. Ubenyttede midler med kr 466 000 som overføres til neste år på dette prosjektet er ført opp som fordring og gjeld i balansen til Av-og-til per 31.12.2025.

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

| Lønnskostnader | 2025 | 2024 |
|--------------------------|------------------|------------------|
| Lønninger | 6 866 995 | 6 814 240 |
| Arbeidsgiveravgift | 1 053 070 | 990 790 |
| Pensjon, andre kostnader | 446 529 | 532 205 |
| SUM | 8 366 593 | 8 337 235 |

Antall årsverk 10 10

Note nr. 4 – Annen egenkapital

| | Annen egenkapital |
|---------------------------|-------------------|
| Egenkapital 01.01. | 3 528 471 |
| Årsresultat | -166 751 |
| Egenkapital 31.12. | 3 361 720 |

Note nr. 5 – Hendelser etter balansedag

Det er avdekket feil i innbetaling av pensjon. Styret arbeider for å avklare omfanget og finne en løsning. Dette er en pågående prosess, og ved regnskapsavleggelse har det ikke vært mulig å estimere hva utfallet blir kostnadmessig for organisasjonen.

Til styret i
Av-og-til

UAVHENGIG REVISORS BERETNING

Konklusjon

Vi har revidert Av-og-til sitt årsregnskap som viser et underskudd på kr 166 751. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2025, 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 2025 og av dets resultat for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge så langt det passer.

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 avvirket.



Akershus Revisjon 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.akrev.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. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

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

Trollåsen, 23. mars 2026
Akershus Revisjon AS

Håkon Mæland
Statsautorisert revisor

Dokumentet er elektronisk signert.

Elektronisk signatur

Signert av

Mæland, Håkon

(Identitet bekreftet med BankID (NO))



Dato og tid (UTC+01:00) Central European Time (Berlin) (DD.MM.YYYY HH:MM:SS)

27.03.2026 13:06:50

Signaturmetode

BankID (NO)

Statsautoriserte
revisorer

Statsautoriserte
revisorer

Disse står bak Av-og-til

Av-og-til har 43 medlemsorganisasjoner:

- Acta – barn og unge i Normisjon
- Actis – Rusfeltets samarbeidsorgan
- Arbeiderbevegelsens Rus- og Sosialpolitiske Forbund
- Arbeidernes Ungdomsfylkning (AUF)
- Arbeiderpartiet
- Ly
- Blå Kors
- Det Hvite Bånd
- DNT – Edru Livsstil
- FORUT
- Forbundet Mot Rusgift
- Frelsesarmeen
- Høyres Hovedorganisasjon
- IOGT i Norge
- Internasjonal helse- og sosialgruppe (IHSG)
- Ja, det nytter!
- Juvente
- Juba
- KAS – Kommunalt alkoholfaglig saksbehandlerforum
- Kirkerådet
- Kristelig Folkeparti
- Kristelig Folkepartis Ungdom
- Kristen idrettkontakt
- MA – Rusfri trafikk
- 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
- Personskadeforbundet LTN
- Rusfri Oppvekst
- Rød Ungdom
- Rødt
- Senterpartiet
- Senterungdommen
- Sosialistisk Venstreparti
- Ung i trafikken
- Ungdom og Fritid
- Ungdom mot narkotika
- 4H Norge