

# AV·OG·TIL

UTEN ALKOHOL



Årsrapport 2015

## Dette er AV-OG-TIL

AV-OG-TIL jobber for alkovett i samfunnet. Godt alkovett handler om at du tenker på om du vil drikke, og i tilfelle hvor mye, før du gjør det. Dersom du har godt alkovett, tenker du over hva som er bra for deg og ikke minst for dem rundt deg. Det dreier seg om å unngå at folk blir utsatt for fare eller opplever usikkerhet. Alkovett er derfor å ta hensyn.

### VISJON

AV-OG-TIL vil ha et samfunn med godt alkovett.

### OPPDRAG

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

## ... og slik jobber AV-OG-TIL

AV-OG-TIL jobber etter en bred kampanjemodell og en lokal forebyggingsmetode, bygd opp etter anbefalinger fra Verdens helseorganisasjon. Modellen er effektiv og gir handlekraft når man skal drive holdningsskapende arbeid.

### KUNNSKAP

I forkant av hver kampanje setter AV-OG-TIL seg inn i den aktuelle tematikken, leser forskningsrapporter, måler folks holdninger og knytter til seg eksperter og organisasjoner med kunnskap på området. Gjennom denne prosessen blir mål og budskap formet.

### SAMARBEID

På de aller fleste områder samarbeider AV-OG-TIL nært med organisasjoner, det offentlige og kommuner. Gjennom samarbeidet får AV-OG-TIL mer kunnskap, og samarbeidsaktørene er helt sentrale for at AV-OG-TIL kan nå ut med budskapene til ulike målgrupper.

### DAGSORDEN

Redaksjonelt innhold i lokal og riksdekkende presse fungerer fortsatt godt for å nå ut til mange, men samtidig blir det stadig mer bruk av sosiale medier for å sette dagsorden. Gjennom dialog, deltakelse og engasjement med folk flest får vi til mer, og vi får innspill til videre arbeid.

---

# Innhold

Ord fra styrelederen	2
Ord frå dagleg leiar	3
Sammen for godt alkovett i over 35 år	4
Kort fortalt – alkovett og AV-OG-TIL i 2015	6
Filmens år – 2015	7
Hovedmål for AV-OG-TIL i 2015	8
Delmål for AV-OG-TIL i 2015	8
<b>Slik jobbet vi med:</b>	
Alkovett	9
Arbeidsliv	10
Båt- og badeliv	12
Idrett	14
Livskriser	16
Barn og unge	18
Trafikken	22
Alkoholreklame	23
Kommuner	24
Kommunikasjon	26
Styret og de ansatte	31
Disse står bak AV-OG-TIL	37

## Ord fra styrelederen

# På veien til godt alkovett

AV-OG-TIL jobber for et samfunn med godt alkovett. Det betyr at vi ønsker å redusere de negative konsekvensene av alkoholbruk. Med god hjelp fra medlemsorganisasjoner og andre støttespillere, har AV-OG-TIL satt alkovett på agendaen i 2015.

TEKST STIG SØDERSTRØM, STYRELEDER AV-OG-TIL

Folk flest forbinder alkohol med noe positivt, men alkohol er det rusmidlet som i et folkehelseperspektiv totalt sett fører til mest skade og har de høyeste kostnadene for samfunnet. Gjennom holdningsskapende arbeid og kampanjer skal vi bidra til å forhindre eller begrense disse skadene.



I 2015 vedtok Stortinget øremerking av AV-OG-TIL på statsbudsjettet. Dette oppfatter vi som en anerkjennelse av det viktige arbeidet vi gjør for godt alkovett. For oss er dette en viktig milepæl som gjør det mulig for oss å jobbe effektivt og langsiktig.

På årsmøtet i 2015 var ny strategi for AV-OG-TIL 2016–2020 oppe til behandling. Styret startet arbeidet to år tidligere. Målet var at samarbeidspartnere og medlemmer skulle få mulighet til å involvere seg i prosessen og derigjennom oppleve eierskap til strategien. Målsetningen ble nådd og det ble innført et nytt målhierarki med samfunns mål, effektmål og resultatmål. Dette tilrettelegger for et enda bedre samarbeid framover der alle gode krefter bidrar for å nå våre felles mål.

I strategien er det lagt vekt på at AV-OG-TIL fremdeles skal sette søkelyset på hvordan alkoholbruk kan gå ut over andre enn den som drikker. Det er spesielt viktig å skape oppmerksomhet rundt alkoholbruk i situasjoner der voksne er sammen med barn og unge, men også i arbeidslivet, båt- og badelivet, graviditet, innenfor idretten, livskriser og i trafikken, er det viktig med alkovett. Barn skal slippe å føle seg utrygge fordi

de voksne drikker, og ingen av oss ønsker å ha rusede sjåførere på veiene. Klarer vi å redusere alkoholkonsumet i slike situasjoner, har vi bidratt til bedre alkovett.

Faglighet er sentralt i AV-OG-TILs arbeid. Aktivitetene vi gjennomfører bygger på kunnskap om kommunikasjon, forebygging og ulike målgrupper. Responser og tilbakemeldingene vi får fra samarbeidspartnere, offentlige aktører og folk flest er tydelige, AV-OG-TIL er en troverdig aktør og informasjonen er til å stole på. Vi skal fortsette å være faglig oppdaterte, samtidig som vi skal formidle kunnskap om alkohol og de negative konsekvensene slik at det når ut til målgruppa.

Samarbeidet med organisasjoner, forbund, det offentlige og bedrifter har vært avgjørende for at vi har fått så gode resultater. Det er svært viktig for å spre arbeidet for bedre holdninger på flere arenaer.

AV-OG-TIL har sammen med kompetansesentrene på rusfeltet utviklet en egen metode for lokaltilpasset og lokalforankret alkoholforebygging i kommunene. Vi skal møte folk der de er, enten det er i barnehagen, på helsestasjonen eller på den lokale siderfestivalen i Kvam. AV-OG-TIL prioriterer lokalt arbeid og i 2015 fikk vi enda flere kommuner med i dette arbeidet.

Det er fremdeles et stykke igjen før vi kan si at det er alkovett i samfunnet. Derfor skal AV-OG-TIL også i fremtiden være en samlende aktør som legger til rette for at organisasjoner, offentlige virksomheter og enkeltpersoner kan være med og formidle budskapet om godt alkovett.

---

Ord frå dagleg leiar

## Kunsten å snakke om alkohol

Kvar dag ser vi i AV-OG-TIL dei negative konsekvensane av alkohol.

Gjennom arbeidet vårt kontaktes vi av dei som opplever at det er vanskeleg å ikkje drikke for mykje, vi ser barn og vaksne som lir under alkoholbruk i familien, og vi møter folk som har vore i trafikkulykker fordi sjåføren hadde promille.

TEKST KARI RANDEN, DAGLEG LEIAR I AV-OG-TIL

Vi har alle eit forhold til alkohol, på godt og vondt. Anten vi drikk litt, mykje eller ikkje i det heile teke, er alkohol ein del av livet og noko vi må ta stilling til. Likevel kan det vere vanskeleg å snakke om alkohol. Vi kan gjerne snakke om dei mange hyggjelege sidene ved alkohol, men når det kjem til dei negative konsekvensane, buttar det ofte imot.

Korleis få i gang ein samtale som få eigentleg ønskjer? Vi i AV-OG-TIL trur at svaret ligg i å vite kven du snakkar til. Det er utfordrande å fortelje ein god venn at du synest han eller ho oppfører seg utriveleg i fylla. Det kan verke nærmast umogleg å ta ordet på eit foreldremøte og forelså at de skal diskutere kvar grensene bør gå når det gjeld alkoholbruk i ungane sitt nærvær. Det er lett å frykte at ein skal bli oppfatta som moralistisk eller kjedeleg.

For oss i AV-OG-TIL er nettopp det å bryte tabu og gjere samtalen rundt alkohol lettare noko av det viktigaste vi jobbar med. Vi trur det handlar om å tilpasse samtalen til den gruppa vi vil nå, og få med oss mange på laget som støttar budskapet. Ikkje minst handlar det om å fortelje ekte historier.

I sommar tok filmen vår «Litt av ein kunst» verda med storm. Film set søkjelys på kor viktig det er med edru båtføring. Vi måtte klype oss sjølve i armen fleire gonger dagleg då sjåartala berre steig og steig. I skrivande stund har filmen hatt meir enn 18 millionar visingar. At ein film om ein småharry type i ein gammal Askeladden-båt som legg til som ein gud, skulle slå an så til dei grader både blant båtfolk og landkrabbar, var ei av dei kjekkaste overraskingane i fjor. Vi trur hemmelegheita bak suksessen er at dei aller fleste synest det rett og slett er ugreitt å vere full på sjøen og utsetje seg sjølv og andre for både fare og pinlege situasjonar. I tillegg er båtføring eit område der bruk av humor pleier å treffe målgruppa godt. Det var breidda av alle sentrale aktørar på fritidsbåtfeltet som

vi samarbeider med, einige om. Det skader jo heller ikkje at hovudpersonen i filmen er ein antihelt av dimensjonar som sprengjer kulheitsskalaen!

Før jul gjorde vi et taktskifte i arbeidet med kampanjen *Kor mange glas tåler barnet ditt?* For kva skjer med eit barn når det blir tvunge inn i ei vaksenrolle fordi foreldra drikk for mykje? Når barn får eit altfor stort ansvar på dei små skuldrene sine og må pleie, passe på, trøyste og klovne for at stemninga i familien ikkje skal bli dårleg? Med utgangspunkt i historier som vi har fått fortalt anonymt, laga vi tre filmar som beskriv situasjonar der barn må gå inn i det som tradisjonelt sett er vaksne «draumeyrke»: politi, sjukepleiar og klovn. Med oss på laget for å spreie videoane hadde vi representantar frå nettopp desse yrkesgruppene. Norsk Sykepleierforbund, Politiets Fellesforbund og ei rekkje profilerte komikarar var berre nokre av aktørane som gjekk saman og var klinkande klare på at barn må få lov til å vere barn og sleppe ansvaret som slike jobbar fører med seg. I tillegg stilte ei rekkje politikarar seg bak budskapet og gav han kraft og legitimitet. Det resulterte i at heile 300 000 seier at kampanjen har hatt innverknad på drikkemønsteret deira når det er barn til stades. Dermed kan vi rekne med at mange barn og unge fekk ei litt tryggare og trivelegare julefeiring enn dei elles ville ha fått.

AV-OG-TIL rettar blikket framover og jobbar heile tida med å finne nye måtar å snakke med ulike målgrupper på. Vi ser at enkelte av utfordringane framover vil liggje i skjerpingspunktet mellom alkohol og psykisk helse. Med budskapet *Det er menneskeleg å ha det vanskeleg* vil vi nå ut til folk som slit. I tillegg ønskjer vi å komme med informasjon til den eldre delen av befolkninga, som vi ser drikk stadig meir. Vi gler oss til å utforske korleis vi på best mogleg måte kan nå ut for å få auka alkoveitt i desse gruppene. Det handlar om å styrkje folkehelsa og om at kvar og ein av oss skal få eit så godt liv som mogleg.



► Mange partier var med på opprettelsen av AlkoKutt. Fra venstre: Gro Harlem Brundtland (DNA), Hanna Kvanmo (SV), Hans Hammond Rossbach (V), Kaci Kullmann Five (H) og Harald Synnes (KRF).

# Sammen for godt alkovett i over 35 år

I 35 år har AV-OG-TIL jobbet for bedre alkovett sammen med politiske partier, organisasjoner og bedrifter. Dette er den korte historien om hvordan AlkoKutt ble til AV-OG-TIL.

I juni 1980 fant de parlamentariske lederne for samtlige partier på Stortinget sammen og skrev et opprop for å redusere det stadig økende alkoholkonsumet. De ville stoppe utviklingen som førte til «flere alkoholskadde mennesker og til sosiale misforhold, kriminalitet, rattfyll og ulykker». Initiativet fra de politiske lederne førte til opprettelsen av kampanjen AlkoKutt. De politiske partiene fra den gang er fortsatt med. Og det som var en kampanje, er i dag blitt til alkovettorganisasjonen AV-OG-TIL.

Bakgrunnen for at partiene ble enige på dette politiske området som det ofte er mye uenighet rundt, var en rapport fra Verdens helseorganisasjon. Den konstaterte at alkoholproblemene i verden var på et slikt nivå at det trengtes umiddelbar handling. Rapporten slo fast at alkoholavhengighet bare var

en liten del av problemet – det var utfordringene som det generelle konsumet i en befolkning førte med seg, som var selve hovedproblemet. Alkoholspørsmålet ble løftet opp fra å være en «edruskapskapssak» til å bli et allmenngyldig spørsmål som angikk hele befolkningen, også de som bare drikker litt alkohol. Det fikk et folkehelseperspektiv.

Oppdraget fra politikerne var at AlkoKutt skulle være en samlende aktør på alkoholforebyggingsfeltet og sette søkelyset på situasjoner der alkohol utgjør en risiko. I 1982 ble den første kampanjen lansert, *AlkoKutt – en tverrpolitisk mønstring for redusert alkoholforbruk*. Fokus var blant annet på alkoholbruk blant gravide, på idrettsarenaen og i arbeidslivet. Etter en vellykket første kampanjeperiode ble det underskrevet et nytt opprop fra de politiske partiene i 1984. Denne gangen ble også Fremskrittspartiet,



som ikke hadde vært representert på Stortinget de fire foregående årene, med. Carl I. Hagen som den gang skrev under oppropet for FRP sier at det er viktig at folk får informasjon om de uheldige sidene ved alkohol: *«Selv med en liberal alkoholpolitikk ser vi skadevirkningene av misbruk eller overforbruk og vi ville hjelpe med forebyggende arbeid mot skadevirkninger.»*

Helt fra starten av var det viktig å mobilisere flest mulig organisasjoner og mennesker. For å sikre gjennomslagskraft i hele befolkningen ble det etterhvert dannet en bred allianse av offentlig og privat sektor og frivillige organisasjoner. Senere har også flere kommuner inngått samarbeid med organisasjonen.

I 2007 skiftet AlkoKutt navn til AV-OG-TIL. Også i dag er det en bred og unik allianse bak AV-OG-

TIL, og hele 48 landsomfattende organisasjoner er tilsluttet. Fortsatt er folkehelseperspektivet og alkoholkonsumet i befolkningen generelt det viktigste fokuset. Det er fordi de fleste alkoholrelaterte skader

forårsakes av og går ut over flertallet som drikker en gang i blant, og ikke stordrikkerne. Alkoholbruk kan føre til vold, ulykker, omsorgssvikt eller utrygghet, og også tilfeldige ofre blir rammet. AV-OG-TIL jobber derfor fortsatt med å få folk flest til å utvise alkoveit.

## Klar tale fra statsministeren

Dagblad-leserne kårer nylig statsminister Gro Harlem Brundtland til månedens navn i februar. I et intervju med avisa som i det store og hele omhandler statsministerens person og mange gjøremål, gir hun én eneste politisk erklæring: Kamp mot det økende alkoholforbruket. Det var på spørsmål om øl og dram hører med til livretten, rakørret, at statsministeren uttalte:

– Det kan høre med ved særlige anledninger, men her skal vi være varsomme. Jeg vil gjerne understreke at det er grunn til sterke bekymringer for den økende alkoholbruken i det norske samfunn. Et av de største helseproblemene vi faktisk står overfor i 1980-årene er å forhindre en fortsatt økning i forbruket av alkohol.



◀ Faksimile fra 1980-tallet med tidligere statsminister Gro Harlem Brundtland med ønske for utviklingen av alkoholkonsumet.

# Kort fortalt

## – alkovett og AV-OG-TIL i 2015

4000

draktmerker sendt ut til nye idrettsklubber

98%

mener at man ikke skal drikke alkohol når man skal kjøre bil

66%

vil ikke jobbe i team med kollega som har fylleånde. Tilsvarende tall for hvitløksånde er kun 9 prosent

94%

mener at man ikke skal drikke alkohol når man er gravid

21%

har sittet på med beruset båtfører

36%

av norske arbeidstakere tror russere drikker mest på jobb i Europa

15%

av foreldrene skulle ønske at deres egne foreldre hadde drukket mindre da de selv var små

92%

mener at alkovett betyr å tenke seg om før man drikker

51%

har sett sjefen alkoholpåvirket

39%

kjenner til AV-OG-TIL

46 000

poser med lakrisbåter fra AV-OG-TIL delt ut til båtførere

90 000

barn har minst en forelder som har misbrukt alkohol de siste 12 måneder

26%

her i Norge mener at det drikkes for mye i jobbsammenheng. Tilsvarende tall for Sverige er 21 prosent og for Danmarks 20 prosent

7%

av norske fedre ser ikke på seg selv som gode rollemodeller for sine egne barn når det kommer til alkohol

69%

av nordmenn mener nordmenn drikker mest på fest i Skandinavia. Svensker og dansker mener det samme - om seg selv





Summen av gode grunner  
kan fort bli dårlige vaner



## Filmens år – 2015

Levende bilder engasjerer og kommuniserer effektivt med målgruppen. I 2015 satset derfor AV-OG-TIL mer på film enn noen gang tidligere.

Felles for filmene til AV-OG-TIL er at de skal skape refleksjon og bidra til diskusjon rundt alkoholbruk. Her er en liten oversikt over hvordan det gikk med filmene våre i 2015.

### BARN OG ALKOHOL:

Filmene «Politidrøm», «Sykepleierdrøm» og «Komikerdrøm», som tar utgangspunkt i barns drømmeyerker, handler om barn som må ta for stort ansvar fordi foreldrene har drukket for mye. Til sammen ble de tre filmene avspilt 1,8 millioner ganger.

### ALKOVETT:

Det ble laget fire filmer som fokuserer på at man finner for mange anledninger til å drikke alkohol. Filmene «Summen av gode grunner», nummer 1, 2, 3 og 4, hadde til sammen 860 000 visninger.

### KLAR FOR SJØEN:

Mest oppmerksomhet – hele 18,6 millioner visninger – fikk filmen «Litt av en kunst», som handler om promille på sjøen. «Litt av en kunst», «En uvanlig promillekontroll», «Alkovett på sjøen», «Live sensur» tar alle for seg promille på sjøen. Til sammen ble filmene vist over 19 millioner ganger.

### NORGES BESTE TRENERFORBILDE:

Håndballtreneren Anette Ullern slappet av hjemme sammen med døtrene sine da AV-OG-TIL, programleder Sigurd Sollien og jentene i håndballklubben kom med beskjed om at hun var kåret til Norges beste trenerforbilde i 2015. Filmen ble vist over 34 000 ganger.

# Hovedmål for AV-OG-TIL i 2015

## *Øke oppslutningen om alkovett og alkoholfrie soner.*

For AV-OG-TIL er det å jobbe for alkovett nøkkelen til å redusere den skadelige alkoholbruken. Gjennom informasjon og kampanjearbeid vil AV-OG-TIL derfor påvirke folks holdninger til alkohol. Vi har definert sju situasjoner der alkoholbruk særlig kan gå ut over egen eller andres sikkerhet, trygghet eller trivsel:

- **ARBEIDSLIV**
- **BÅT- OG BADELIV**
- **GRAVIDITET**
- **IDRETT**
- **LIVSKRISER**
- **SAMVÆR MED BARN OG UNGE**
- **TRAFIKK**

Dersom det blir utøvd alkovett i disse situasjonene, vil det bli færre skader, ulykker og andre negative konsekvenser. Derfor er det viktig at gode holdninger til alkohol blir omsatt i handling.

# Delmål for AV-OG-TIL i 2015

I 2015 har AV-OG-TIL hatt følgende delmål for å nå hovedmålet:

**DELMÅL 1:** øke oppslutningen om alkovett og alkoholfrie soner gjennom holdningsskapende arbeid

**DELMÅL 2:** begrense markedsføringen fra kommersielle aktører

**DELMÅL 3:** legge til rette for lokal alkoholforebygging innenfor alkovett og alkoholfrie soner

**DELMÅL 4:** øke kjennskapen til og kunnskapen om alkovett og de alkoholfrie sonene gjennom informasjonsarbeid

For å nå hovedmålet og delmålene ble det gjennomført informasjons- og kampanjearbeid knyttet til de situasjonene der vi ser de største utfordringene, og der vi ser at alkoholbruk utgjør en særlig risiko.

# Alkovett

AV-OG-TIL jobbet i 2015 videre med å øke befolkningens forståelse for problemene som er forbundet med alkohol, å skape mer refleksjon rundt egen alkoholbruk, og å definere alkovett som begrep i samfunnsdebatten.

Alkoholbruk er mer alminnelig og i større grad en del av hverdagen nå enn for noen tiår siden. AV-OG-TIL ønsket derfor å formidle til folk flest at godt alkovett er å tenke seg om og vurdere risikoen for og hensynet til seg selv og andre.

AV-OG-TIL har fokusert på å formidle nyttig og informativ fakta. I 2015 ønsket vi å øke kunnskapsgrunnlaget i befolkningen gjennom å løfte frem fakta om alkohol, alkoholbruk og hverdagsdrikking på våre kommunikasjonsflater. Faktainformasjonen på hjemmesiden er utvidet og har vært godt besøkt.

Målet med kommunikasjonen og informasjonen har vært å nå ut til enkeltmennesker. Ved å definere faretegn og spørsmål man kan stille ved sin egen alkoholbruk, har vi gitt folk et verktøy de kan bruke for å avdekke om de har et uheldig drikkemønster. I tillegg gir vi råd om hvordan man kan få kontroll over et høyt alkoholbruk, og informasjon til familie og venner om hvordan de skal gå frem dersom de mistenker at noen er i ferd med å utvikle et alkoholproblem.

De siste tiårene har det skjedd en endring i nordmenns drikkevaner. Fra

å være mest kjent for den typiske helgefylla har vi også lagt til oss hverdagsdrikking. Økningen i alkoholkonsumet de siste tiårene skyldes at vi i større grad sier ja takk til begge deler. Alkohol er ikke lenger nødvendigvis knyttet til selskap og festlige anledninger, også i mer dagligdagse situasjoner blir det stadig vanligere å drikke. Hovedmålet med temaet hverdagsdrikking var å få flere til å reflektere mer rundt egen atferd og å ta gode valg.

Satt på spissen så er det alltid mulig å finne en grunn til å unne seg et glass, enten det er for å slappe av, som kos mens man leser en god bok, som avkobling fra jobbstresset, mens man lager middag, eller for å belønne seg selv etter en hard treningsøkt. Listen over muligheter er det bare en selv som kan begrense. I en rekke filmer på Facebook, der målgruppen var yngre voksne, belyste AV-OG-TIL dette ved å vise frem absurde og komiske unnskyldninger for å ty til øl- eller vinglasset. Filmene ble sett over 860 000 ganger. Humor og overdrivelse ble benyttet for å kommunisere et underliggende alvorlig tema som mange kan kjenne seg igjen i, og å få frem at problematisk alkoholbruk gjerne er noe som kommer gradvis og utvikler seg over tid. Gjennom kampanjen ville AV-OG-TIL formidle hva som kan være tegn på et problematisk drikkemønster, og råd om hvordan man kan ta kontroll over sin egen alkoholbruk.

- 65 prosent av befolkningen har hørt om alkovett.
- 92 prosent mener alkovett er å tenke seg om før man drikker.
- 74 prosent i AV-OG-TIL kommunene har hørt om alkovett.

- **Arbeidsgivere som skaper bevissthet rundt rusproblematikk og som har et alkoholregelverk forebygger problemer. Denne annonsen sto på trykk i forskjellige aviser i ukene før jul.**

# Arbeidsliv

I 2015 har AV-OG-TIL satt alkoholbruk i arbeidslivet på agendaen, blant annet gjennom kontakt med lokalpolitikere, rådmenn, koordinatore og bedrifter i AV-OG-TIL-kommunene og gjennom en rekke utspill både i riks- og lokalmedia.

Godt alkohovett i forbindelse med jobb er bra både for den enkelte arbeidstaker og for arbeidsplassen. Det anslås at en stor andel av alkoholkonsumet skjer i arbeidsrelaterte situasjoner. Det vil si i fritiden sammen med kolleger, ved sosiale arrangement i regi av ledelsen, under arbeidsreiser og i forbindelse med kurs, seminarer og representasjon – det vi ofte kaller gråsoner. For AV-OG-TIL er det viktig å redusere de negative konsekvensene av jobbrelatert alkoholkonsum.

Myndighetene tar til orde for at stadig mer av alkoholforebyggingen skal skje i arbeidslivet, både i privat og offentlig sektor. AV-OG-TIL har derfor styrket arbeidet mot norske kom-

muner generelt og mot AV-OG-TIL-kommunene spesielt. Nær halvparten av alle rådmenn ble i fjor intervjuet om alkoholforebygging på arbeidsplassen og holdninger til blant annet alkoholrelatert sykefravær. Arbeidet gjorde det lettere for AV-OG-TIL å utvikle målrettet materiell for norske kommuner. Materialet ble utviklet etter innspill fra Akan kompetansesenter. Samtlige kommuner fikk tilsendt både en oppsummering av undersøkelsen, brosjyremateriell og en mal på alkoholregelverk.

I samarbeid med AV-OG-TIL-kommunene tok vi kontakt med de viktigste bedriftene i kommunen og informerte om alkoholforebygging på arbeidsplassen, alkoholregelverk og hvordan de kan komme i kontakt med Akan.

Antall pressesaker som omhandler arbeidsliv, fortsatte å øke i 2015 i tråd med målsetningene. Det har vært viktig for oss å være relevante og sette saker som kan ha interesse for folk flest, på dagsordenen. Derfor har AV-OG-TIL arbeidet for å få god pressdekning på temaet alkoholbruk i arbeidslivet både i sommerfestsesongen og i julebordsesongen og på temaet alkoholbruk på jobbseminarer.

Dette lyktes vi godt med, og flere medier tok kontakt med oss angående alkoholbruk i arbeidslivet generelt og julebordsproblematikk spesielt.

Alt fra riksmedier som VG, Klassekampen, TV2.no, Aftenposten, NRK P2 og P4 til flere lokalmedier har dekket problematikken etter innspill fra AV-OG-TIL.

I tillegg har vi hatt skoloring for AV-OG-TIL-koordinatorene på samling og gjennomført besøk med AV-OG-TIL Prat i flere AV-OG-TIL-kommuner. AV-OG-TIL Prat er et verktøy som ble utviklet i samarbeid med Akan og International Research Institute of Stavanger for om lag et tiår siden. Verktøyet gjør det enklere å ta diskusjonen rundt alkoholkulturen i den enkelte bedrift eller organisasjon. Det ligger tilgjengelig på nettet og er gratis for alle å bruke. I løpet av de to timene det tar å gjennomføre AV-OG-TIL Prat, velger deltagerne drikkesituasjoner som er vanlige i deres jobb- eller organisasjonshverdag. Så diskuterer de grundig hvordan disse situasjonene påvirker det sosiale miljøet, den enkeltes helse og organisasjonens omdømme og sikkerhet. I 2015 har vi i større grad enn tidligere gjort AV-OG-TIL Prat til en mer integrert del av den totale virkemiddelpakken til AV-OG-TIL.

- 88 prosent mener man bør la være å drikke alkohol når man er på jobben.
- 60 prosent av arbeidstakere oppgir at arbeidsplassen har retningslinjer for alkoholbruk.
- 48 prosent av norske kommuner har en strategi for å redusere alkoholrelatert fravær.

# Alkovett i arbeidslivet!

En stor del av alkoholkonsumet i Norge skjer i forbindelse med jobben. Vi drikker i skjæringspunktet mellom arbeid og fritid, sammen med kolleger eller samarbeidspartnere. Det å tilbringe tid sammen med kolleger kan ha en positiv effekt på samholdet, men drikking i forbindelse med jobb har også negative sider. Felles kjøreregler for alkohol forebygger negative konsekvenser av alkoholbruk, både for enkeltpersoner og for arbeidsmiljøet. Det handler ikke om at det aldri skal drikkes i tilknytning til jobb, men at alle vet hva som er greit og hva som ikke tolereres.



**AV·OG·TIL**   
UTEN ALKOHOL

Alkovett er å ha et reflektert forhold til egen alkoholbruk. AV-OG-TIL fokuserer spesielt på områdene arbeidsliv, båt- og badeliv, graviditet, idrett, livskriser, samvær med barn og unge, og trafikk, og jobber for å redusere alkoholbruk som er skadelig eller fører til utrygghet. Hvis du vil vite mer om alkohol i arbeidslivet, se [avogtil.no](http://avogtil.no)

► Sandefjord Røde Kors Hjelpekorps var aktive under sommerens *Klar for sjøen*-kampanje. Her i en samtale med en familie ved Vrengensundet.

FOTO: SANDEFJORD RØDE KORS HJELPEKORPS



## Båt- og badeliv

Kampanjefilmen «Litt av en kunst» eller «How to dock like a boss» tok verden med storm i 2015, og fikk både båtfolk og landkrabber til å snakke om edru båtføring. Gjennom filmen og annen kampanjeaktivitet oppfordret AV-OG-TIL og alle partnerne i *Klar for sjøen*-kampanjen fritidsbåtfolket til å utvise alkovett.

Kampanjefilmen «Litt av en kunst» satte edru båtføring på agendaen i både norske og utenlandske båtmiljøer og medier. Den første uken etter lansering hadde filmen oppnådd over 8 millioner visninger (totalt per februar 2016 er tallet 18,6 millioner). Det var et enormt engasjement i sosiale og redaksjonelle medier. Filmen har bidratt til at vi har nådd ut til både kampanjens målgruppe – båtfolk – og til veldig mange andre. Filmens sjarme og utbredelse har gjort at kampanjen og kampanjepartnerne har fått mange gode tilbakemeldinger.

Vi ser at folks holdninger til båtføring og alkohol har endret seg de siste ti årene, og stadig flere mener at båtføreren bør la være å drikke når han eller hun skal føre båt. Mange båtførere gjør nettopp det i praksis også. Likevel er det slik at minst hver fjerde person som dør i forbindelse med bruk av fritidsbåt, har promille.

Når færre fører båt med promille, reduseres risikoen både for føreren selv, men også for passasjerer og andre som ferdes på sjøen. Det er målet for AV-OG-TIL og for alle sentrale aktører på fritidsbåtfeltet som vi samarbeider med.

I *Klar for sjøen*-kampanjen var kampanjepartnerne ute og møtte målgruppen på over 100 arrangementer langs kysten og ved innsjøer over hele landet fra mai til og med august. Sjø sikkerhet og promille var temaet for samtaler, quizer, konkurranser, åpent skiparrangement, radio- og avisintervjuer og promillekontroller. Dialogen foregikk på alt fra sankthansfeiringer, musikkfestivaler, sommertreff i båtforeningen, lokale festdager, fiskekonkurranser, kurs, regattaer og båtmesser. I disse direkte møtene var faktabasert informasjonsmaterieell en sentral del. Dialogen fortsatte i sosiale medier, med både faglige diskusjoner og humoristiske betraktninger.

Gjennom å bidra til medienes dekning av båtlivets gleder og utfordringer bidro kampanjen til at promillefaren ble behørig belyst også her. Flere kampanjepartnerne bidro til fakta- og budskapsformidling i alle typer medier gjennom sommeren. I tillegg

- 87 prosent mener man bør la være å drikke alkohol når man fører fritidsbåt.
- 15 prosent av de som disponerer båt har opplevd risikofylte situasjoner grunnet berusede personer til sjøs.
- 9 prosent av båtførere har drukket alkohol mens de har ført båten det siste året.



*Klar for sjøen*-kampanjen sitt hovedbudskap er at båtfører skal holde seg edru til hun eller han er fornøyd og fortøyd. Slik som denne mannen.

FOTO: MELVER & LIEN

ble budskapet forsterket gjennom reklame på riksdekkende radio, TV og i relevante, trykte medier.

### BÅTFØRERE HAR LATT SEG PÅVIRKE

Ved kampanjeslutt gjennomførte Ipsos MMI en måling blant befolkningen over 18 år for å kartlegge budskapets nedslagsfelt. Målingen viste at 2,9 millioner hadde lagt merke til at det hadde vært kommunisert om promille og bruk av fritidsbåt. Om lag 2,5 millioner hadde lagt merke til oppslag i presse, sosiale medier eller annonser. Nesten 1,7 millioner (i Norge) hadde sett kampanjefilmen «Litt av en kunst» og oppfattet at den handlet om alkohol og båtføring. 376 000 hadde møtt budskapet på arrangementer i løpet av sommeren. De fleste er enige i budskapet og synes at det er relevant og nyttig. Kampanjen har fått folk til å endre vaner på sjøen. 60 000 sier at kampanjen har hatt innvirkning på deres egen drikking når de er på sjøen som båtfører.

Bak *Klar for sjøen*-kampanjen står

alle sentrale aktører på fritidsbåtfeltet som arbeider med sikkerhet på sjøen. Både interesseorganisasjoner, båtbransjen, offentlige myndigheter og redningsorganisasjoner var kampanjepartnere og bidro aktivt i planlegging, gjennomføring og evaluering.

De tolv som var sammen med AV-OG-TIL om *Klar for sjøen* i 2015, var Kongelig Norsk

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



AV-OG-TIL driver alkovearbeid i Norge, og overraskelsen var derfor stor da vi merket at en av kampanjevideoene tok av utenfor landets grenser. Her fra Powerboat fans and friends.



Interessen for nordmannen med de gode styreegenskapene og det gode alkovettet ville ingen ende ta, og etter hvert tok flere internasjonale medier direkte kontakt med AV-OG-TIL. Her fra morgensendingen til CBS Minnesota.



Mange fornøyde barn og voksne løser alkovektquiz fra AV-OG-TIL. Her fra Etnecup.

## Idrett

Se & bli sett-konseptet ligger til grunn for alle aktivitetene AV-OG-TIL har utført i tilknytning til idretten i 2015. Det var rekordstort engasjement under kåringen av Norges beste trenerforbilde, og over 400 klubber har inngått samarbeid med AV-OG-TIL. Arbeidet bidrar til sunnere holdninger og løfter frem tydelige rollemodeller. Det skal være trygt og godt for barn og unge å drive med idrett.

En forutsetning for trygge rammer i idrettsmiljøet er at trenere og ledere opptre som gode rollemodeller, og at klubben har tydelige retningslinjer knyttet til alkoholbruk. Fra starten i 2011 frem til nå har vi ved hjelp av gode samarbeidspartnere utviklet et bredt sett med verktøy med utgangspunkt i *Se & bli sett*-konseptet:

- 92 prosent mener man bør la være å drikke alkohol når man er forelder på idrettsarrangement.
- 93 prosent mener at trener og ledere bør la være å drikke alkohol på idrettsarrangement.
- 14 prosent av medieoppslagene til AV-OG-TIL er idrettsrelatert.

De beste trenerne og lederne ser om utøverne trives, eller om det er noe som ikke stemmer, og de evner å motivere utøverne til ekstra innsats gjennom tillit og inkludering. Gode trenere er positive rollemodeller og vet at de selv blir sett. Derfor tenker de nøye over sin egen oppførsel. Særlig er de helt klare på at idrett og alkohol ikke hører sammen.

Felles for alt materiell er at det skal

være lett å skaffe og enkelt å ta i bruk. Målet er at flest mulig klubber skal lage sin egen alkoholpolicy og sørge for at denne implementeres og etterfølges i alle ledd, det være seg trenere og ledere så vel som foresatte og utøvere.

*Se & bli sett*-konseptet kommuniseres gjennom hele året både i egne kanaler og via samarbeidspartnere som særforbund, kretser, AV-OG-TIL-kommuner og medier. For å sette retningslinjer knyttet til alkohol og klubbaktiviteter på agendaen, har vi løftet frem en rekke foregangs-klubber. Et av argumentene som kommuniseres, er hvordan alkoholbruk påvirker kroppen og prestasjonsevnen.

### PÅ SAMME LAG

Når man skal drive holdningsarbeid på en arena som i stor grad består av frivillige, er gode samarbeidspartnere viktig. At flere særforbund stiller seg bak *Se & bli sett*, står sammen med AV-OG-TIL som avsender av budskapet og distribuerer informasjon til sine medlemmer, bidrar til relevans og god dekning i riktig målgruppe. I 2015 har vi samarbeidet med syv særforbund: Norges Fotballforbund, Norges Håndballforbund, Norges Kampsport-



► Håndballtrener Anette Ullern vant kåringen Norges beste trenerforbilde 2015 for innsatsen sin for jenter 13 i Hokksund. Her i midten sammen med P4 sin programleder Sigurd Sollien. Lengst til høyre Johan Kaggestad. Leder i AV-OG-TIL, Kari Randen til venstre.



forbund, Norges Danseforbund, Norges Svømmeforbund, Norges Rytterforbund og Norges Friidrettsforbund. Særforbundene, som til sammen representerer 4715 klubber og 710 000 medlemmer, har i ulik grad deltatt aktivt i kampanjene i løpet av året.

Her er et eksempel på aktivitet: Med bakgrunn i nye retningslinjer vedtatt i forbundsstyret til Norges Svømmeforbund har vi i 2015 kartlagt omfanget av retningslinjer blant svømme-klubbene. 52 prosent av klubbene oppgir å ha implementert retningslinjer for alkohol i egen klubb, mens 21 prosent har planlagt, men ikke gjennomført det. I prosessen videre ble det tilrettelagt for, og oppfordret til, å sette temaet på dagsorden.

### TRENERFORBILDER

Som et ledd i arbeidet med å øke bevisstheten om at trenere, ledere og foreldre er viktige rollemodeller, arrangerte vi for femte året på rad en kåring av Norges beste trenerforbilde. I beskrivelsen av et trenerforbilde går det tydelig frem at vi ser etter en person som er helt klar på at idrett og alkohol ikke hører sammen, og som er bevisst på

sin rolle som forbilde for utøvere. Kampanjen ble støttet av ti kjente idrettspersonligheter, blant andre Håvard Nordtveit, Gro Hammerseng-Edin, Henrik Christiansen og Thea Therese Vingmark Næss. I juryen hadde vi med Frode Kyvåg, Johan Kaggestad, fjorårets vinner Cathrine Nedrum Lanne og daglig leder Kari Randen, som alle bidro til å synliggjøre budskapet i en rekke kanaler.

Kåringen foregikk på kampanjesiden trenerforbilde.no og på Facebook. Det var et rekordstort engasjement med 408 flotte kandidater fra 30 ulike idretter og flere hundre rørende nominasjonsbegrunnelser fra hele landet. Kampanjesiden hadde nærmere 400 000 visninger og over 20 000 gav sin stemme via Facebook. Håndballtrener Anette Ullern fra Hokksund IL vant kåringen med følgende kommentar fra juryen: «Anette Ullern er en person som norsk idrett skal være stolt av. Hun tenker helhet når det kommer til spillerne sine. Det er ikke bare den fysiske utviklingen som er viktig, men også det å utvikle dem som personer med fokus på det sosiale.»

Kåringen oppnådde bred mediedekning med 94 presseoppslag. I tillegg gav samarbeid med P4 tre omfattende innslag på Sport & Musikk og 1 160 000 lyttere fikk med seg reklamene for kampanjen.

« Idrettsarbeid er ungdomsarbeid og derfor er evnen til å kommunisere med ungdom svært viktig. Å skape et tillitsforhold mellom utøverne og treneren er helt avgjørende for fremtidige prestasjoner. Å skape trygge rammer, gi av seg selv og ha evnen til å se utøverne er de beste egenskapene en trener kan ha. Å være et godt forbilde både på og utenfor idrettsarenaen viser ungdom at sunne idealer er det som varer i lengden.

Thea Therese Vingmark Næss, verdensmester i kickboksing.

Gjennom året har AV-OG-TIL befestet sin posisjon som samarbeidspartner i idretten. Med velutprøvde verktøy har vi bistått særforbund, kretser og klubber med å ta opp problemstillinger knyttet til alkohol og alkoholkultur internt. Samtidig har vi fått frem hvor viktig det er med gode forbilder i idretten.

# Livskriser

I løpet av livet er det helt vanlig å oppleve tøffe perioder. Det kan handle om samlivsbrudd, arbeidsledighet, at man blir alvorlig syk, eller at man mister noen man er glad i. En kjent og til dels utbredt strategi er å demme opp for negative følelser med alkohol. I 2015 forsterket AV-OG-TIL arbeidet med alkohol og livskriser.

- 57 prosent mener man bør la være å drikke når man er veldig lei seg eller deprimert.
- 11 prosent har drukket alkohol for å dempe personlige problemer.
- 6 prosent har drukket alkohol for å komme seg gjennom et samlivsbrudd.

Også mindre alvorlige hendelser som perioder med mye stress, dårlig søvn eller en følelse av å ikke takle hverdagen kan trigge og utløse et risikofylt drikkemønster. Dessverre er det slik at en livskrise kan bli enda tøffere å komme igjennom når man drikker for mye. Alkohol stjeler ressurser og tapper krefter som man trenger å mobilisere for å komme gjennom krisen. Alkohol kan paradoksalt nok forsterke de negative følelsene. En livskrise kan også utvikle seg til psykiske lidelser, og en av faktorene som kan være avgjørende i slike sammenhenger er alkoholbruk.

Hvis man er kjent med alkoholens bakside på forhånd av en krevende

livssituasjon, er sannsynligheten mindre for at man velger alkohol som løsning når man opplever problemer og motgang. Derfor har AV-OG-TIL i 2015 utviklet en kampanje om alkovett i livskriser for å øke oppmerksomheten rundt risikoen ved å bruke alkohol når livet butter i mot. Ved å sette søkelyset på alkovett i livskriser bidrar AV-OG-TIL til at flere reflekterer over alkoholbruk, og at flere på forhånd er klar over risikoen alkohol utgjør i en sårbar situasjon – før de kanskje er i situasjonen selv.

I 2015 utviklet AV-OG-TIL informasjonsmaterieell om alkoholbruk i sårbare faser. Her blir ulike livskriser fremstilt som en situasjon som gjelder *deg og meg*, og det kommer tydelig frem at man bør unngå alkohol i disse situasjonene. Ved å stille spørsmål, skape refleksjon og tilby løsningsforslag peker vi på konsekvenser av alkoholbruk både for den enkelte og for de som står rundt.

I august og september 2015 ble det iverksatt en kampanje i AV-OG-TIL-kommunene med følgende kjernebudskap: «Det er menneskelig å ha

det vanskelig. Alkovett er å ikke fylle på med mer når det er litt for mye.» Informasjonsmaterieell ble satt frem på relevante kontorer og venteværelser i kommunene (leger, psykologer og helsesøstre, på NAV, på kommunenes servicetorg), og lokalbefolkningen ble også møtt med informasjon, quiz om temaet og enkel servering og en alkovettprat på stands og i lokale møter. Parallelt med kampanjeaktiviteten i kommunene ble det rykket inn annonser i helgemagasinet til de fem store regionsavisene for å nå målgruppen både nasjonalt og lokalt i AV-OG-TIL-kommunene. Det var presseoppslag på temaet både nasjonalt og lokalt med våre samarbeidspartnere i kommunene.

I forkant av kampanjearbeidet ble det hentet inn relevant bakgrunnsinformasjon fra ulike fagmiljøer innenfor psykisk helse, og som en del av researcharbeidet har vi også gjennomført en nasjonal spørreundersøkelse om temaet for å få utdypet kunnskap om livskriser og alkoholbruk.

Tilbakemeldingene på informasjonsmaterieellet fra de som samarbeider med oss i kommunene har vært svært god. Gjennom brosjyrer, plakater, annonser, lokale og nasjonale presseoppslag, leserbrev, poster på Facebook og artikler på avogtil.no og på samarbeidskommunene sine hjemmesider har vi vært med på å forebygge uheldig alkoholbruk i livskriser.

## Du vet du bør hente deg inn, men ender med å ta den helt ut.

---

Det er så lett å utvikle en dårlig drikkevane når du er sårbar. Ikke første gang kravene vokser deg over hodet. Ikke første gang det ikke er din uke med barna. Men første gang du drikker for å slippe fri fra følelser og tanker, kan du spørre deg selv: Drikker jeg mer enn av og til? For av og til passer det. Av og til ikke.

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



**AV·OG·TIL**   
UTEN ALKOHOL



Barn liker best trygge voksne. Her fra sommerkampanjen, *Hvor mange glass tåler barnet ditt?*  
FOTO: BÅRD GUNDERSEN

## Barn og unge

Altfor mange barn opplever at foreldrene drikker så mye at det går ut over trivselen deres. I 2015 fortsatte AV-OG-TIL arbeidet med å få voksne til å bruke alkovett sammen med barn og unge. Engasjementet var stort og mange ville være med på å gi barn og unge et tryggere liv.

- 71 prosent mener at man ikke bør drikke alkohol når man er sammen med barn i hverdagen.
- 46 prosent kjenner noen som hadde det vanskelig i oppveksten på grunn av voksnes alkoholbruk.
- 58 prosent har snakket med barna sine om alkohol og alkoholvaner.

Med kampanjen *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* ønsker AV-OG-TIL å få foreldre til å tenke over hvordan det føles for barna når de voksne drikker. Derfor jobber vi målrettet med å fremme barnas perspektiv og følelser i kampanjen.

Rundt jul og i sommerferien konsumerer vi mer alkohol enn ellers. Dette er også perioder av året som det er knyttet høye forventninger til, og som er svært viktige for barn og unge. Hvis voksne drikker for mye, kan disse ferieperiodene bli belastende og slitsomme for barna, snarere enn hyggelige avbrekk fra hverdagen.

Derfor er det naturlig å intensivere kampanjearbeidet i disse periodene.

I sommermånedene ble det lagt vekt på at barn trives best med voksne som ikke er beruset. Mange små opplever at foreldrenes grenser for hva som er akseptabelt, flytter seg når de reiser ut av landet på ferie. Det ble gjennomført en undersøkelse som blant annet viste at om lag 17 prosent av foreldrene drikker mer alkohol sammen med barna sine når de er på ferie i utlandet, enn de gjør på ferie i Norge. For barn er imidlertid en full mamma eller pappa like utrygg enten det er i Syden eller på Sørlandet.

I tillegg til en rekke mediasaker ble budskapet formidlet på alle landets flyplasser i fellesferien i form av store bannere og en egenprodusert film som ble vist blant annet ved bagasjebåndene. Samme måned ble alle voksne oppfordret til å tenke seg

► **Statsminister Erna Solberg koser seg på barnefestivalen Miniøya i teltet til AV-OG-TIL.** FOTO: BÅRD GUNDERSEN



◄ **Helse- og omsorgsminister Bent Høie er ikke bare engasjert for godt alkovett. På Miniøya-festivalen lærte han også å lage looms sammen med leder i AV-OG-TIL, Kari Randen.** FOTO: BÅRD GUNDERSEN

om når det kommer til alkohol rundt barn og unge på ferie over en hel side i flymagasinet til Norwegian.

I 2015 samarbeidet AV-OG-TIL for fjerde året på rad med kulturfestivalen Miniøya. I teltet vårt traff vi mange av de over 15 000 besøkende. Barna fikk lage armbånd, og imens slo AV-OG-TIL av en prat med de voksne om hvor viktig det er med godt alkovett. Statsminister Erna Solberg kom også for å få informasjon om alkoholbruk rundt barn og unge, noe som ble dokumentert av Lørdagsrevyen. Helseminister Bent Høie hadde en lengre samtale med Kari Randen om tematikken barn og alkohol på standen til AV-OG-TIL.

I august var AV-OG-TIL til stede på Arendalsuka og hadde en felles stand sammen med BAR (Barn av rusmis-

brukere), barnogunge.no (et nettsted for barn og unge av rusmisbrukere), og Blå Kors-tiltakene KOMPASSET og JEG SER. Mange bidro til å fargelegge et flott kunstverk, som skal henge på familieenheten til Borgestadklinikken Blå Kors i Skien. Barne-, likestillings- og inkluderingsminister Solveig Horne og barneombud Anne Lindboe møttes ved standen og bidro i en svært interessant diskusjon om hvor viktig det er å bryte tabuene rundt alkohol og hjelpe barn som lider under de voksnes drikking.

De aller fleste voksne er opptatt av at barn skal ha det bra i julehøytiden. Likevel sliter mange barn ekstra i de dagene som skal være fylt av varme, kjærlighet og glede.

Hva skjer med barn når de blir tvunget inn i en voksenrolle fordi for-

eldrene drikker for mye? Når de får et altfor stort ansvar og må pleie, passe på, trøste og klovne for at stemningen i familien ikke skal bli dårlig? Dette var spørsmål som AV-OG-TIL satte søkelys på i årets julekampanje. Blant annet laget vi tre sterke filmer som viste hvordan barn noen ganger blir tvunget til å ta på seg et tungt ansvar. Filmene fikk stor spredning både på Facebook, Twitter og Instagram.

Et bredt utvalg sentrale aktører stilte seg bak og bidro til *Hvor mange glass tåler barnet ditt?*-kampanjen rundt jul: Voksne for Barn, JEG SER (Blå Kors), Actis (rusfeltets samarbeidsorgan), BAR, barnogunge.no, Blå Kors, Den norske kirke-Kirkerådet, Unicef, Røde Kors, Landslaget for rusfri oppvekst, Familieklubbene i Norge, IOGT, Junior- og barneorganisasjonen JUBA, Norges KFUK-KFUM, Norsk



Barn skal slippe å ta ansvar fordi de voksne drikker for mye. Her fra julekampanjen.

- Sykepleierforbund, DNT, Norsk Barnelegeforening og Utdanningsforbundet.

Politiets Fellesforbund og en rekke politikere, komikere, bloggere og andre kjente ansikter støttet også budskapet i pressen og sosiale medier. Ikke minst er *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* en kampanje som vekker følelser og engasjement i befolkningen.

I år var AV-OG-TIL spesielt opptatt av å løfte fram at det var mange organisasjoner og yrkesgrupper som engasjerte seg i saken. Vi knyttet til oss eksperter på området og jobbet fram vinklinger basert både på statistikk, fakta og konkrete råd.

Et stort engasjement både i tradisjonelle og sosiale medier kan være med på å påvirke holdninger, noe som igjen fører til endring av handlinger. Og i førjulstiden klarte AV-OG-TIL å sette alkoholbruk rundt barn og unge på dagsorden.

I pressearbeidet ble det jobbet strategisk mot regionale og nasjonale medier. Det ga resultater. I løpet av årets kampanje opplevde vi at flere av mediesakene var svært grundige og gikk i dybden av problematikken. Særlig gledelig var det at flere redaktører gikk ut på lederplass og oppfordret til alkovett rundt barn og unge i juletiden.

Videoene og andre innlegg om barn, jul og alkohol nådde over 3,8 millioner mennesker på Facebook i kampanjeperioden rundt jul.

I en kampanjetest oppgir hele 300 000 personer at årets julekampanje har hatt innvirkning på drikkemønsteret deres når barn er til stede, noe som er godt nytt for barn og unge. Dette betyr at budskapet har truffet målgruppen og fått dem til å reflektere rundt egne vaner. Hele 70 prosent av befolkningen fikk med seg filmer, oppslag, annonser eller debatter om alkoholbruk med barn til

stede både i aviser, på Internett, på TV eller på radio i førjulstiden.

I sum har kampanjens gjennomslagskraft bidratt til at mange barn fikk en hyggeligere sommerferie eller jul i 2015 fordi foreldrene spurte seg selv: *Hvor mange glass tåler barnet mitt?*

JEG vil IKKE bli komiker



# Trafikken

Veldig mange av oss er redde for å møte en fyllekjører på veien. Vi stoler rett og slett ikke på medtrafikantene våre. I 2015 snakket derfor politiet og AV-OG-TIL med flere tusen bilførere om hvor viktig det er med rusfri trafikk, og delte ut materiell utarbeidet av AV-OG-TIL og Politidirektoratet.

Det foretas flere tusen kjøreturer med promille hver dag. Promillekjøring og annen ruspåvirket kjøring rammer flere enn førerne, konsekvensene er alvorlige, og for mange er de også langvarige. I minst 22 prosent av dødsulykkene på norske veier er rus en medvirkende årsak. Når faren for ulykker og skader er så høy, er det naturlig å være redd. Derfor har AV-OG-TIL fortsatt arbeidet for å få folk til å la bilen stå hvis de har drukket alkohol.

Selv om folk flest mener bilførere skal være edru, er promillekjøring et reelt problem for vår felles trafikksikkerhet. Derfor er et kontinuerlig arbeid for å omsette gode holdninger til godt alkovett i trafikken viktig for AV-OG-TIL og våre samarbeidspartnere.

I 2015 samarbeidet vi med Politidirektoratet, en rekke politidistrikter, Utrykningspolitiet, MA Edru livsstil og flere AV-OG-TIL-kommuner. Trafikk og promille ble tatt opp ved flere anledninger, men hovedaktivitetene ble gjennomført i egne kampanjer før sommerferien og før juleferien. I disse periodene stiger alkoholkonsumet, og kampanjene er koordinert med politiets ruskontroll-uker. Kampanjenes viktigste virkemidler er direkte dialog med bilførere, informasjonsmateriell og redaksjonell dekning i riks-, regional- og lokalmedier.

I tillegg til å snakke med flere tusen bilførere delte politiet ut faktabasert materiell om hvor viktig det er med rusfri trafikk. Materialet ble utarbeidet av Politidirektoratet og AV-OG-TIL. Samtidig var flere AV-OG-TIL-kommuner ute og snakket med mange bilførere i nærmiljøet. Både politiet, AV-OG-TIL-kommunene og sekretariatet i AV-OG-TIL oppfordret til alkovett i trafikken gjennom presseoppslag, hjemmesider og sosiale medier. Vårt felles budskap har vært at rus i trafikken er både svært farlig og ulovlig.

Det ble til sammen sendt ut 68 000 flyers, 405 kilo drops og 10 000 isskraper til politidistrikter og AV-OG-TIL-kommuner. Mange medier satt trafikk og promille på agendaen gjennom året, spesielt rundt sommerferiestart og i forbindelse med førjulsaksjonen. Kjernebudskapet om at promillekjøring utgjør en uakseptabel risiko, kom godt frem.

I trafikkarbeidet brukte vi sosiale medier for å nå ut til enda flere, gjenta budskapet og engasjere folk. De trafikkrelaterte sakene nådde bredt ut på Facebook og genererte mange kommentarer, likes og delinger. På avogtil.no hadde vi fakta- og bakgrunnsstoff tilgjengelig for de som ønsket å vite mer. Flere av sakene ble også formidlet via Twitter.

Politistudent Fredrik Sanderød deler ut informasjon om godt alkovett på veien til glade sjåførere i Moss. FOTO: MOSS POLITISTASJON



- 69 prosent ville ringt politiet hvis de visste at føreren av en bil hadde drukket alkohol.
- 25 prosent har i løpet av de siste fem årene kjørt bil dagen derpå og vært usikker på egen promille.
- 4 prosent av foreldre har i løpet av de siste fem årene kjørt bil dagen derpå, med barn i bilen, og vært usikker på egen promille.





# Alkoholreklame

I Norge er det forbud mot markedsføring av alkohol. AV-OG-TIL følger derfor med på om reklameforbudet overholdes, gjennom det vi kaller AdWatch. Kommer vi over det vi anser som grove brudd på regelverket, innrapporteres dette til myndighetene.

Alkoholloven er ett av flere forebyggende virkemidler som skal bidra til å holde det norske alkoholkonsumet på et stabilt lavt nivå. Reklameforbudet har solid politisk forankring og bred oppslutning i folket.

Globaliseringen utfordrer den nasjonale alkohollovgivningens intensjon om å verne mot eksponering for alkoholreklame. Vi ser derfor et tydelig behov for tett samarbeid over landegrensene. Av den grunn har vi i 2015 økt det internasjonale samarbeidet gjennom The European Centre for Monitoring Alcohol Marketing (EUCAM), som er et europeisk senter for overvåkning av alkoholmarkedsføring. AV-OG-TIL er styremedlem i EUCAM, representert ved daglig leder Kari Randen.

Som et resultat av kartlegging og tips til AV-OG-TIL har vi i 2015 levert inn klager til Helsedirektoratet på markedsføring som vi mener er i strid med alkohollovens reklameforbud.

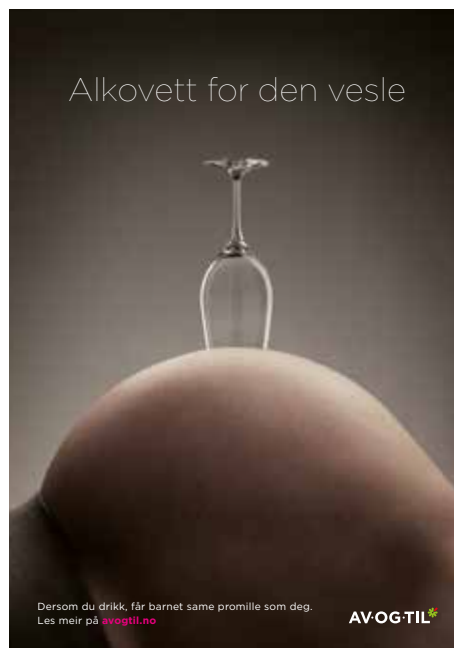
Vi går jevnlig gjennom fansider og Facebook-sidene til utesteder, øl- og matfestivaler og alkoholimportører. Inntrykket er at det er relativt få grove brudd på alkoholmarkedsføring i Norge.

Det kan se ut som redaksjonell omtale og avbildning av alkohol øker. AV-OG-TIL har derfor sett nærmere på omfanget av avbildning i tradisjonelle medier som ukeblader, interiørmagasiner, livsstilsmagasiner og lignende. Vi har ikke kommet over brudd på alkoholloven gjennom denne kartleggingen, men omtalen av alkohol er påtakelig høy. På den ene siden har mange blader vinanmeldelser, men også artikler med beskrivelser og prissetting av alkoholprodukter uten at videre omtale forekommer. Vi har lagt disse undersøkelsene til sommer- og julesesongen, for da er alkoholkonsumet er høyt, og det er i stor grad fokus på drikkesituasjoner.

- Det norske oljefondet investerer store summer i selskaper som produserer alkohol.
- Stortinget vedtok endring i skjenkereglene i 2015. Får skjenkestedet 12 prikker over en to-års periode inndras løyven.
- 1 prikk gis ved brudd på reklameforbudet.



I AV-OG-TIL-kommunen Birkenes fikk de voksne informasjon om godt alkoveitt, mens barna fikk AV-OG-TIL-blomster-tatovering.



Kommunene vet hvor skoer trykker. På oppfordring fra en av samarbeidskommunene ble det laget en brosjyre om alkohol i svangerskapet.

## Kommuner

For å nå ut til folk lokalt er det etablert nært samarbeid med mange kommuner, og i 2015 ble AV-OG-TIL Lokalt utvidet med fem nye samarbeidskommuner.

Metoden bak det lokale samarbeidet AV-OG-TIL tilbyr norske kommuner, er utviklet av AV-OG-TIL og kompetansesentrene på rus. Samarbeidet kan beskrives som et spleiselag der AV-OG-TIL tilrettelegger for forebyggingen, mens kommunene iverksetter arbeidet lokalt. Kommunene er viktige aktører innenfor alkoholforebygging fordi de har en unik mulighet til å komme i direkte dialog med befolkningen, i tillegg til at kommunene håndhever alkoholloven lokalt.

I 2015 var det lokal kampanjeaktivitet i alle kampanjene AV-OG-TIL la til rette for, og kommunene var svært sentrale aktører i formidlingen av hvor viktig det er med alkoveitt. Det lokale holdningsskapende arbeidet varierer i form og tema fra kommune til kommune, og det tilpasses lokalt etter behov og muligheter.

- 51 prosent av befolkningen i AV-OG-TIL kommunene har hørt om AV-OG-TIL.
- 39 prosent av befolkningen i hele landet har hørt om AV-OG-TIL.
- 36 prosent av rådmenn i norske kommuner kjenner til muligheten å samarbeide med AV-OG-TIL.

Alle kampanjene, både *Klar for sjøen*, *Hvor mange glass tåler barnet ditt?*, trafikkampanjen og idrettskampanjen *Se & bli sett*, har fått oppmerksomhet lokalt. Samarbeidskommuner har etterspurt ressurser til målrettet lokalt fokus på temaet alkohol og graviditet, og som respons ble informasjonsmateriellet «Alkoveitt for den lille» utviklet i 2015. Det har også vært ekstra aktivitet innenfor forebygging i arbeidsliv ved at bedrifter i AV-OG-TIL-kommunene har mottatt informasjon om alkohol og arbeidsliv. Fokusuken, en felles kampanjeuke for kommunene, var i 2015 viet temaet alkohol, psykisk helse og livskriser.

AV-OG-TIL har tett kontakt med de enkelte samarbeidskommunene. Dette er viktig for lokal iverksettelse og opprettholdelse av lokal aktivitet, og det skaper synergier. Også i 2015 arrangerte AV-OG-TIL en nettverksamling for AV-OG-TIL-kommunene som inspirerer og gir faglig påfyll og energi til lokal forebygging når man kommer hjem. Temaene her var blant annet barnets perspektiv, ungdom,



Det finnes alltid en anledning for godt alkovett. Her sitter Liv-Torill Osland Lunde og Bente Holm Sælid i AV-OG-TIL-kommunen Sarpsborg og venter på NRKs sommerbåt.

foreldre og lokal forebygging, arbeidsliv, synergi i kommunikasjons-samarbeid og planlegging av lokalt arbeid.

Samarbeidet med kommunene innebærer at AV-OG-TIL gir faglig hjelp og bidrar med kommunikasjonsvirke-midler og kampanjeresurser. Det er

utviklet en verktøykasse for alkovett til kommunene med metodisk og faglig informasjon, ressurser og maler som bidrar til enkel iverksettelse av aktiviteter lokalt. Hver kommune får også sin egen brosjyre som viser kommunens alkoholforebygging, med lokale bilder og sitat fra ordføreren.

AV-OG-TIL arbeider aktivt med å rekruttere nye kommuner. I 2015 ble det signert samarbeidsavtale med Dønna, Åmli, Bokn, Sveio og Tysvær. Vi opplever stor interesse for AV-OG-TIL Lokalt, og flere kommuner er i prosessen med å se på muligheter for samarbeid om alkoholforebygging.

AV-OG-TIL-kommuner: Birkenes, Bokn, Dønna, Etne, Evje og Hornnes, Bygland, Bykle, Flekkefjord, Fjaler, Fusa, Førde, Hol, Hurum, Hyllestad, Jevnaker, Jølster, Kvam, Larvik, Nøtterøy, Røst, Sarpsborg, Sola, Stord, Sveio, Sørum, Tysnes, Tysvær, Valle, Vindafjord, Voss, Ål og Åmli.



**HALD PÅ DEI GODE  
ALKOHOLFRIE KØYREVANANE  
I VINTER – VIS ALKOVETT**

Ingen kommune er lik. I Setesdal er det viktig å forebygge promille på snøcooter. Derfor utviklet vi denne brosjyren i samarbeid med politiet.

► Det er menneskelig å ha det vanskelig. Stian Grundeland og Siv-Iren Wolter Nilsen jobber i Sørums kommun og sto på stand med budskap om godt alkovett.

# Kommunikasjon

Kommunikasjon er alt fra standsvirksomhet til videoer på Facebook, nyhetsoppslag på Dagsrevyen og leserbrev i lokalavisen. Aldri før har AV-OG-TIL vært mer synlig enn i 2015, og aldri før har flere kjent betydningen av godt alkovett.

Hvordan kommunisere med folk flest? Hvordan fange oppmerksomheten til målgruppene? Hvordan få i gang diskusjoner om alkovett? For AV-OG-TIL handler det om å formidle budskap om godt alkovett på en relevant og fornuftig måte, på flere flater og på forskjellige arenaer året rundt.

## FRA DAGSREVIEN TIL STAND

Norske medier har ofte saker om alkohol: øltester, vinanmeldelser eller saker om forskning på alkoholens positive og negative virkninger på helsa vår. AV-OG-TIL jobber systematisk for å sette alkovett på dagsordenen. Derfor legger vi vekt på å bringe spørsmålet om alkovett inn i aktuelle mediesaker og belyse alkohol og alkovett fra andre sider. Vi jobber også med annonsering, personlige møter og annet kampanjearbeid. For å treffe målgruppen best mulig bruker vi ulike innfallsvinkler, store og små medier og ulike kanaler.

AV-OG-TIL formidler budskapet i alt fra bransjemagasiner og lokalradiostasjoner til riksdekkende

medier, og er på Facebook, Twitter og Instagram. Vi kontakter relevante bloggere for å få dem til å skrive om alkoholbruk i forskjellige situasjoner. Brosjyrer og digitalt materiell distribueres gjennom særforbund, samarbeidspartnere og AV-OG-TIL-kommunene. I sum har dette gitt gode resultater. Kjennskapen både til begrepet *alkovett* og til AV-OG-TIL som organisasjon har økt kraftig de siste årene.

## TRADISJONELLE MEDIER

AV-OG-TIL ønsker å være en tydelig stemme i den norske offentligheten. Derfor legger vi vekt på å være bredt til stede i alle mediekkanaler. Vi jobber strategisk inn mot redaksjonene og henvender oss med saker som er tidsaktuelle. For eksempel ønsker vi å fokusere på båtliv i sommermånedene, for da er det størst risiko for at alkoholbruk kan føre til skade eller belastning på sjøen.

I 2015 bidro vi til mer enn 680 saker i media der alkovett og/eller kampanjebudskap ble formidlet. Spesielt hyggelig er det at mange av sakene var svært omfattende og så på alkoholens skadevirkninger på en grundig måte. NRK belyste for eksempel alkovett fra flere sider gjennom en lang rekke saker, i TV-nyheter, i flere radioprogrammer, på ►

- AV-OG-TIL ble nevnt i 678 pressesaker i 2015.
- I 49 prosent av pressesakene til AV-OG-TIL ble en eller flere av samarbeidspartnerne nevnt.
- 72 000 mennesker liker AV-OG-TIL sin Facebookside.

Det er menneskelig  
å ha det vanskelig.



AVOG-TIL®



AVOG-TIL®



AVOG-TIL®

er å ikke fylle på me  
det er litt for mye.

AVOG-TIL®



Ingrid (10 år), Milla (10 år) og Martin (12 år) leser seg frem i et av besteforeldres.



Prat sammen om forvettningene dine! Her til høsten er på den måten utvalgte mange misbrukere.

«7 av 10 foreldre synes besteforeldrenes alkoholvaner er problematisk»  
KARI RANDEN, LEDEK AV AV-OG-TIL



På bilder er trygghet og trygghet i barnealder, selv om det er vanskelig å forstå hvordan barnet opplever det.

BESTEFØRELDRE OG ALKOHOL | OPPVEKST

En undersøkelse gjort på foreldre som svarer halvparten av barna ut barna deres har sett besteforeldrene drikke for mye.

## BESTEMOR BEST UTEN PROMILLE

Dagens besteforeldre drikker mye mer enn barna sine – også når de er sammen med barnebarne. Det sliter på tilliten.

TEKST: Anja Heimland Løving. FOTO: Ane Cathrine Buck, Inne Sandvold Lundebård Gundersen

Mange norske foreldre er bekymret for foreldrenes alkoholvane. I en spørreundersøkelse gjort av alkoholvettningssjansen Av-og-til, svarer 10 prosent at de opplever besteforeldrenes alkoholvane som problematisk. Hele 14 prosent svarer at de har opplevd at besteforeldrene har drukket seg beruset foran barnebarne.

– Det er oppsiktsvekkende og overraskende tallet, sier Kari Randen, leder for Av-og-til. Bak disse tallene skjuler det seg mange barn som har opplevd at bestemore eller bestefar drikker seg på en måte som kan være vanskelig å forstå, fortsetter hun.

Ifølge Randen har ikke forskerne ennå funnet en klar årsak til økt alkoholkonsum hos besteforeldregenerasjonen. – Det kan henge sammen med at de eldre nå har bedre økonomi og en annen livsstil enn tidligere generasjoner. De er kanskje mer oppatt av hygge og avslapning enn det deres foreldre var.

For å øklare forventningene man har til hverandre, kan det være lurt å sette seg ned og ta en prat om temaet på tvers av generasjonene.

**AV-OG-TIL ER EN** Kari Randen forteller at de får flere henvendelser fra foreldre som sier at de vegrer seg for å ha barnebarne overnatt

hos besteforeldrene fordi de er redder for at det drikkes for mye. Hun tror absolutt det er en god og viktig innrettning å prate med besteforeldrene om dette, og helst på forhånd. Som nå, før julhelgen setter inn for alvor.

– Besteforeldre er sentrale i mange barns liv og forventningen om et trygt bestemorromt strom ofte dypt. Det kan være svært både for barn og barnebarne å se at bestemore eller bestefar drikker for mye når de er sammen med familien, sier Randen.

Hun råder barna til å snakke om problemene, dersom det har vært episoder der besteforeldre har drukket seg fulle. Og være ærlig om hvordan deres alkoh-

▶ nett og i mange distriktssendinger. AV-OG-TIL som organisasjon ble omtalt i de aller fleste av disse sakene. Dette er viktig, siden AV-OG-TIL skal være en tydelig røst i offentligheten. Vi er også fornøyd med at begrepet *alkovett* ble brukt i svært mange av mediasakene i 2015. Ofte er samarbeidspartnere med i saken når AV-OG-TIL setter alkovett på agendaen.

Det langvarige og strategiske mediarbeidet har gitt seg utslag i at AV-OG-TIL stadig oftere blir kontaktet som en naturlig kilde når journalister ønsker å skrive om alkohol. Dette betyr at vi befester vår posisjon som en av de ledende kunnskapsleverandørene på feltet.

### INTERNETT OG SOSIALE MEDIER

Avogtil.no har gjennom året fungert svært godt som publiserings-, informasjons- og distribusjonskanal. Ved å løfte opp egenprodusert innhold er trafikken både i og utenfor kampanjeperiodene økt. Nettsiden vår blir stadig mer brukt. Antall sidevisninger har økt med 31 prosent det siste året. Antall brukere har økt med 33 prosent og langt flere har funnet veien til nettsiden via organiske søk. Legger vi til trafikken på avogtilprat.no og

trenerforbilde.no, har det vært over 405 000 sidevisninger.

AV-OG-TIL har per i dag over 72 000 følgere på Facebook. Vi er glade for å kunne si at de som følger oss, også er svært engasjerte. De deler stoffet og er aktive i debattene. Sosiale medier har blitt en svært viktig forebyggingsarena for AV-OG-TIL. Kjøpt og rimelig har vi muligheten til å komme i direkte kontakt med målgruppen og få en umiddelbar respons på sakene vi jobber med.

På Facebook deles egenproduserte artikler, kampanjefilmer, bilder, fakta og relevante saker fra nyhetsbildet. Følgere oppfordres til å delta i diskusjoner og til å bidra med erfaringer, råd og tips.

Mange sier at de har sett kampanjefilmen til *Klar for sjøen* i sommer. Filmen ble lansert på Facebook-siden vår ved sankthanstider. Systematisk jobbing for å spre filmen ga raskt resultater. Filmen gikk verden rundt i sosiale medier og spredte seg til tradisjonelle medier. Filmen har hatt



En rekke bloggere skrev om barn, alkohol, rus og jul i adventstiden. Oppmerksomhet rundt dette temaet vil forhåpentligvis føre til at flere barn får en tryggere oppvekst.

# DET VIKTIGSTE DU KAN GJØRE ER Å SE UTØVEREN.

Også utenfor banen.



Vi tror at du blir en enda bedre trener med Se & bli sett-prinsippet. Du ser om utøverne dine trives og vet at du selv blir sett på som rollemodell. Særlig er du tydelig på at idrett og alkohol ikke hører sammen.

Se & bli sett-klubber har klare retningslinjer knyttet til alkohol og klubbaktiviteter. Som Se & bli sett-klubb viser du derfor for utøvere, foreldre, sponsorer og lokalmiljøet at klubben er trygg for alle å være med i.

Les mer på [seogblissett.no](http://seogblissett.no)

AVOG-TIL

nær 19 millioner visninger, og den skapte et enormt engasjement.

Julefilmene til AV-OG-TIL setter søkelyset på alkovett sammen med barn. De ble avspilt nær 1,8 millioner ganger og hadde i overkant av 8 500 delinger på Facebook.

Det viktigste ved bruk av sosiale medier er likevel at diskusjoner på denne typen plattformer bidrar til å avmystifisere og bryte tabuene rundt alkoholens skadevirkninger. Når mange setter ord på hvordan de opplever at alkoholen kan påvirke livet negativt, blir det lettere for andre å bli med på diskusjonen både online og offline. Mange kontakter AV-OG-TIL og takker oss for at vi tar

opp temaet og snakker om det som før har foregått bak lukkede dører.

I Norge er det over 900 000 som bruker Twitter. AV-OG-TIL bruker Twitter for å nå ut både til målgruppen og til samfunnsengasjerte debattskapere som journalister og politikere. Twitter er også en god kanal for å følge med på og dele samarbeidspartneres utspill, løfte fram kampanjepartnere og innhente kunnskap fra fagfeltet.

På billedelingstjenesten Instagram har vi i året som gikk, fortsatt arbeidet med å bruke emneknaggen #alkovett. Alkovett sammen med barn og alkovett på sjøen engasjerte flere i målgruppen, samarbeids-

◀ Gode holdninger til alkohol er bra å ha når man har ansvar for barn.

partnere og AV-OG-TIL-kommuner. Vi vil fortsette å styrke tilstedeværelsen vår på Instagram.

## ANNONSERING

Annonsering er et effektivt supplement for å nå ut til en bred målgruppe og treffe ulike deler av befolkningen i riktig modus. En kombinasjon av riksdekkende medier, lokale medier, bredde- og nisjemedier gir god effekt.

## MATERIELL

AV-OG-TIL produserer tilpasset materiell til alle våre kampanjer. Materiellet kan være digitalt, en brosjyre eller en kampanjeartikkel som kan deles ut i direkte møte med målgruppen.

Når *Klar for sjøen*-kampanjen skal synliggjøres langs hele kysten, står det ildsjeler på stand og gjennomfører quiz om båt og alkohol med båtfolk. De deler ut lakrisbåter, brosjyrer, gode råd og quiz-premier. Før jul deles det ut brosjyrer i kampanjen *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* Brosjyrene distribueres i alle menigheter og på helsestasjoner. Idrettslag over hele landet har bestilt og mottatt brosjyrer, draktmerker, drikkeflasker og informasjonsmateriell med *Se & bli sett*-logo, som skal minne dem på hvor viktig det er med gode holdninger. I ▶

- ▶ Bilførere over hele landet fikk i sommer en påminnelse fra AV-OG-TIL og politiet om viktigheten av edru biltrafikk.



## Hold på de gode alkoholfrie kjørevanene i sommer!

- ▶ AV-OG-TIL-kommunene blir det året rundt distribuert materiell fra ulike kampanjer i nærmiljøet.

For AV-OG-TIL er det viktig å produsere materiell som gjør samtalen om godt alkovett lettere. Vårt mål er å nå frem til mannen og dama i gata.

### SAMARBEID MED MANGE ANDRE

For å utforme gode og relevante budskap, ha større legitimitet og gjennomslagskraft, samarbeider AV-OG-TIL bredt med andre aktører. Det er medlemsorganisasjoner, fagetater, frivillige organisasjoner, bransjeorganisasjoner og kommuner. Samarbeidet foregår via deres egne kanaler samt i alle andre type kommunikasjonskanaler. Det er viktig at problematikken rundt satsingsområder blir belyst fra flere hold. Når mange ulike stemmer formidler samme budskap, så vil det gi tyngde til budskapet, skape mer oppmerksomhet og gi økt troverdighet. Et eksempel er det gode samarbeidet AV-OG-TIL har med politiet i trafikkampanjen. I flere pressesaker har AV-OG-TIL og politiet gått samlet ut med budskapet om hvor viktig det er at bilføreren er edru. I kampanjen *Hvor mange glass tåler barnet ditt?* er alle kampanjepartnerne tydelige

avsendere på brosjyren. Dette gir oss legitimitet og viser at en bredde av norsk samfunnsliv stiller seg bak arbeidet vårt.

### FLERE VET HVEM VI ER

For at vi i AV-OG-TIL skal kunne gjøre jobben godt, er det viktig at folk vet hvem AV-OG-TIL er, og hva organisasjonen står for. Kjennskapen til organisasjonen har de siste årene økt kraftig. Siste måling viser at om lag 39 prosent har hørt om AV-OG-TIL. Nesten alle har oppfattet at organisasjonen driver med holdningsskapende arbeid og jobber for godt alkovett i hverdagen. AV-OG-TIL benytter begrepet *alkovett* målrettet i kommunikasjonen. Stadig flere, om lag 65 prosent, kjenner til begrepet.

De aller fleste har et godt inntrykk av organisasjonen AV-OG-TIL. For at folk skal lytte til oss og oppfatte AV-OG-TIL som relevant, er det viktig at målgruppen er positiv til oss og stoler på det vi sier. De fleste har i tillegg positive assosiasjoner til begrepet *alkovett*.

I årene som kommer, vil vi fortsette den gode dialogen med folk flest, slik at stadig flere blir opptatt av å utøve godt alkovett.



# Styret og de ansatte

48 frivillige organisasjoner støtter arbeidet for alkovett og står bak AV-OG-TIL.

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

På årsmøtet i Oslo 29.4.15 ble følgende styre valgt:

Stig Søderstrøm, Blå Kors (leder)  
Ulf Rikter-Svendsen, Røde Kors  
Kari Henriksen, Arbeiderpartiet  
Jorund Andersen, Kirkerådet  
Reidar Foss, politiet  
Bente Stein Mathiesen, Høyre  
Stian Seland, Landsrådet for Norges barne- og ungdomsorganisasjoner  
Lisbeth Kleveland, Frelsesarmeen  
Stian Eriksen (varamedlem), Familiekubbene i Norge  
Marte Sletten (ansattrepresentant)

Lederen velges på årsmøtet, mens styret konstituerer seg selv med nestleder og eventuelle utvalg. Styret har hatt seks ordinære styremøter og et todagers seminar. Styret behandlet 53 saker i 2015.

Sekretariatet til AV-OG-TIL er lokalisert i Torggata i Oslo. Per 31.12.2015 bestod staben av syv medarbeidere: daglig leder, fem rådgivere og én sekretær.

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

## ANSATTE I 2015

Kari Randen, daglig leder  
Marte Sletten, rådgiver  
Trude E. Gaare, kommunikasjonsrådgiver  
Åsmund Strand Johansen, kommunikasjonsrådgiver  
Elise Nyborg Eriksen, kommunikasjonsrådgiver  
Laila Egeberg, rådgiver  
May-Linn Lauritzen, sekretær

## Økonomi

For å gjøre arbeidet til AV-OG-TIL mest mulig effektivt utarbeides det målrettede planer for hvert delmål. Det legges 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 fra Helsedirektoratet. Aktivitetsnivået er avhengig av tilskuddets størrelse. Forutsetningen for fortsatt drift er til stede, og årsregnskapet for 2015 er satt opp på bakgrunn av dette.

### INNTEKTER

Inntektene i 2015 var på i alt 17 526 606 kroner. Av dette utgjorde bevilgninger fra Helsedirektoratet 16 000 000 kroner. 15 300 000 ble tildelt fra tilskuddsordningen *Aktivitetstilskudd til frivillig rusmiddelforebyggende tiltak*, og 700 000 var prosjekttilskudd til arbeidet med alkoholbruk i arbeidsliv. AV-OG-TIL mottok i 2015 momskompensasjon på 1 509 392 kroner og medlemskontingent på 16 500 kr.

### UTGIFTER

Utgiftene i 2015 var på i alt 17 001 337 kroner. Det ble satset betydelig på informasjons- og kampanjevirkosomhet i henhold til handlingsplanen for 2015. Det er gjennomført tiltak og aktivitet på områdene barn og unge, båt- og badeliv, livskriser, arbeidsliv, idrett, trafikk, AdWatch, alkovett og lokalt arbeid.

### RESULTAT

Driftsresultatet viser et overskudd på 608 544 kroner. 600 000 av disse er avsatt til arbeid med barn og unge i 2016.

# Resultatregnskap

	Note	2015	2014
<b>DRIFTSINNEKTER</b>			
Kontingenter		16 500	18 000
Grunntilskudd	4	15 300 000	14 500 000
Prosjektmidler	4	700 000	400 000
Andre inntekter	5	1 510 106	822 216
<b>Sum driftsinntekter</b>		<b>17 526 606</b>	<b>15 740 216</b>
<b>DRIFTSKOSTNADER</b>			
Lønnskostnader	3,4	4 182 002	3 678 004
Andre personalkostnader	3,4	194 622	150 648
Fremmede tjenester	4	395 189	415 115
Reise/Diett	4	108 186	123 435
Husleie inkl.elektrisitet og renhold	4	402 516	439 567
Telefon/porto/kopi	4	915 354	711 880
Andre sekretariatskostnader	4	18 889	18 790
Trykksaker/Produksjon	4	3 438	36 488
Inventar/edb	4	250 197	202 559
Annet kampanjemateriell/kampanjeutgifter	4	7 056 747	5 305 714
Møter og arrangementer	4	183 781	216 265
Annonser	4	1 849 575	3 527 875
Pressetjenester	4	95 613	75 828
Diverse utgifter	4	77 477	82 668
Markedsundersøkelser	4	1 267 750	828 500
<b>Sum driftskostnader</b>		<b>17 001 337</b>	<b>15 813 334</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>525 269</b>	<b>-73 118</b>
<b>FINANSIELLE INNTEKTER OG KOSTNADER</b>			
Annen renteinntekt		84 511	97 514
Annen rentekostnad		1 236	1 780
<b>Netto resultat av finansielle inntekter og kostnader</b>		<b>83 275</b>	<b>95 734</b>
<b>ORDINÆRT RESULTAT</b>		<b>608 544</b>	<b>22 616</b>
<b>ÅRSRESULTAT</b>		<b>608 544</b>	<b>22 616</b>
<b>OVERFØRINGER TIL EGENKAPITAL</b>			
Overført til/fra annen egenkapital	5	8 544	22 616
Avsatt til barn og unge	5	600 000	0
<b>Sum overføringer til egenkapital</b>		<b>608 544</b>	<b>22 616</b>

# Balanse

	Note	31.12.15	31.12.14
<b>EIENDELER</b>			
<b>OMLØPSMIDLER</b>			
Fordringer			
Kortsiktige fordringer	1	101 800	74 313
<b>Sum fordringer</b>		<b>101 800</b>	<b>74 313</b>
Bankinnskudd, kontanter og lignende	2	4 743 226	5 312 632
<b>Sum totale omløpsmidler</b>		<b>4 845 026</b>	<b>5 386 945</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>4 845 026</b>	<b>5 386 945</b>
<b>EGENKAPITAL OG GJELD</b>			
<b>EGENKAPITAL</b>			
Opptjent egenkapital			
Annen egenkapital	5	2 028 597	2 020 053
Avsetning barn og unge	5	600 000	0
<b>Sum opptjent egenkapital</b>		<b>2 628 597</b>	<b>2 020 053</b>
<b>Sum total egenkapital</b>		<b>2 628 597</b>	<b>2 020 053</b>
<b>GJELD</b>			
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>			
Leverandørgjeld		1 467 213	2 365 205
Skatt/arbeidsgiveravgift/ferielønn		736 207	701 686
Overføring av tilskudd til neste år	4	0	300 000
Annen kortsiktig gjeld		13 009	0
<b>Sum kortsiktig gjeld</b>		<b>2 216 429</b>	<b>3 366 892</b>
<b>Sum total gjeld</b>		<b>2 216 429</b>	<b>3 366 892</b>
<b>SUM EGENKAPITAL OG GJELD</b>		<b>4 845 026</b>	<b>5 386 945</b>

Oslo, 15. mars 2016  
For styret i AV-OG-TIL

  
Stig Söderström  
Leder

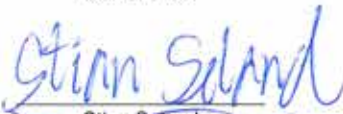
  
Ulf Rikter-Svendsen

  
Kari Henriksen

  
Reidar Foss

  
Bente Stein Mathiesen

  
Jorund Andersen

  
Stian Seland

  
Lisbeth Kleveland

  
Marte Sletten  
Ansatterepresentant

  
Kari Randen  
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 skattetreksmidler på egen bankkonto pr.31.12.: **147 686**

## NOTE NR. 3 - LØNNSKOSTNADER, ANTALL ANSATTE, GODTGJØRELSE ETC.

LØNNSKOSTNADER	2015	2014
Lønninger	3 649 225	3 208 947
Arbeidsgiveravgift	532 777	469 056
Pensjon, andre kostnader	194 622	150 648
<b>SUM</b>	<b>4 376 624</b>	<b>3 828 652</b>

Gjennomsnittlig antall ansatte administrasjonen	7	6
---	---	---

### REVISOR

Revisjonshonorar og bistand utgjør i 2015 kr 70 063 inkl mva, hvorav kr 23 625 vedrører annen bistand.

### OBLIGATORISK TJENESTEPENSJON

Organisasjonen kommer inn 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

Aktivitetstilskudd mottatt i 2015 utgjør kr 15 000 000.

Organisasjonen fikk en tilleggsbevilgning på kr 300 000 i 2014 som ble avsatt til bruk i 2015.

Bevilgningen på kr 300 000 er brukt og inntektsført i 2015.

Prosjekttilskudd mottatt i 2015 utgjør kr 700 000.

PROSJEKTREGNSKAP	2015	2014
Administrasjon/sekretariat	4 158 178	3 980 157
AV-OG-TIL generelt	601 844	811 326
Trafikk	379 824	360 218
Båt- og badeliv	1 626 603	1 624 618
Idrett og friluftsliv	1 691 560	1 661 145
Samvær med barn og unge	3 109 339	2 635 886
AdWatch	289 586	420 361
Styrets arbeid	42 718	41 007
AV-OG-TIL Lokalt	2 100 219	2 077 600
AV-OG-TIL Prat	711 543	471 436
Alkovett	1 787 374	1 729 581
Livskriser	502 549	0
<b>Sum prosjektkostnader</b>	<b>17 001 337</b>	<b>15 813 334</b>

## NOTE NR. 5 - ANNEN EGENKAPITAL

	Annen egenkapital	Avsetn barn og unge	Sum egenkapital
Egenkapital 01.01.	2 020 053	0	2 020 053
Årsresultat	8 544	600 000	608 544
<b>Egenkapital 31.12.</b>	<b>2 028 597</b>	<b>600 000</b>	<b>2 628 597</b>

Organisasjonen har i 2015 mottatt mer i mva-kompensasjon enn tidligere år etter å ha byttet søknadsmodell knyttet til mva-kompensasjonen. Økningen er avsatt til bruk i kampanjer for barn og unge.

Til årsmøtet i

**Av-og-til**

## REVISORS BERETNING

### Uttalelse om årsregnskapet

Vi har revidert årsregnskapet for foreningen Av-og-til som viser et overskudd på kr 608 544. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2015, resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen, og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre noteopplysninger.

#### *Styret og daglig leders ansvar for årsregnskapet*

Styret og daglig leder er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge, og for slik intern kontroll som styret og daglig leder finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.

#### *Revisors oppgaver og plikter*

Vår oppgave er å gi uttrykk for en mening om dette årsregnskapet på bakgrunn av vår revisjon. Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder International Standards on Auditing. Revisjonsstandardene krever at vi etterlever etiske krav og planlegger og gjennomfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon.

En revisjon innebærer utførelse av handlinger for å innhente revisjonsbevis for beløpene og opplysningene i årsregnskapet. De valgte handlingene avhenger av revisors skjønn, herunder vurderingen av risikoene for at årsregnskapet inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil. Ved en slik risikovurdering tar revisor hensyn til den interne kontrollen som er relevant for foreningens utarbeidelse av et årsregnskap som gir et rettviseende bilde. Formålet er å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av foreningens interne kontroll. En revisjon omfatter også en vurdering av om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimaterne utarbeidet av ledelsen er rimelige, samt en vurdering av den samlede presentasjonen av årsregnskapet.

Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.



Revisorgruppen

Revisorgruppen  
Mølnd & Østbye AS  
Postboks 335  
N-1411 Kolbotn

Besøksadresse:  
Rosenholm Campus  
Rosenholmvøien 25

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

Foretaksregisteret  
NO 967 604 384 MVA

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

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



Statsautoriserte  
revisorer

### *Konklusjon*

Etter vår mening er årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av den finansielle stillingen til foreningen Av-og-til per 31. desember 2015 og av resultater for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

### **Uttalelse om øvrige forhold**

#### *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, 16. mars 2016

**Revisørgruppen Mæland & Østbye AS**



Knut Østbye  
statsautorisert revisør

---

# Disse står bak AV-OG-TIL

AV-OG-TIL har 48 medlemsorganisasjoner:

- Acta – barn og unge i Normisjon
- Actis – Rusfeltets samarbeidsorgan
- Arbeiderbevegelsens Rus og Sosialpolitiske Forbund
- Arbeidernes Ungdomsfylking
- Arbeiderpartiet
- Barn av rusmisbrukere (BAR)
- Blå Kors
- Det Hvite Bånd
- Det Norske Totalavholdsselskap
- Famileklubbene i Norge
- FORUT, Solidaritetsaksjonen for utvikling
- Forbundet Mot Rusgift
- Frelsesarmeen
- Høyres Hovedorganisasjon
- IOGT i Norge
- Internasjonal helse og sosialgruppe (IHSG)
- Juvente
- Juba
- Kirkerådet v/rusgiftutvalget
- Kristelig Folkeparti
- Kristelig Folkepartis Ungdom
- Kristen Idrettskontakt
- Landslaget for rusfri oppvekst
- MA Ungdom
- MA – rusfri trafikk og livsstil
- Norges Kristelige Student- og skoleungdomslag
- Noregs Ungdomslag
- Norges Idrettsforbund
- Norges KFUK-KFUM
- Norges KFUK-KFUM-speidere
- Norges Røde Kors
- Norges Speiderforbund
- Normisjon
- Norsk Helse- og Avholdsforbund
- Norske 4H
- Personskadeforbundet LTN
- 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](mailto:avogtil@avogtil.no)

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