

The background of the entire page is a photograph of a group of people sitting at a long table outdoors, likely at a restaurant or cafe. They are eating and drinking, with plates of food and glasses visible. The scene is bright and social, with a focus on the foreground where hands are seen holding cutlery and eating. The overall atmosphere is relaxed and communal.

# IQ

# 2019

VERKSAMHETSBERÄTTELSE

## Fylleragg & Semesterfylla

Två av höstens kampanjer

## Alkoholen i samhället

# Alkohol, sex och relationer

1350 unika  
IQ-projekt!

## Innehåll

- 2. Vd-ord
- 4. Alkoholen i samhället
- 6. Alkohol, sex och relationer
- 8. Kommunikationsinsatser
- 12. Tonårsparlören
- 14. IQs nätverk
- 16. IQ projekt och inspiratörer
- 18. IQ i media

## Om IQ

**Alkohol är en symbol för fest, glädje och gemenskap, men även för ångest, ensamhet och olyckor.**

**Många av oss tycker om att dricka alkohol – några lite mer än andra. Men var går gränsen och hur påverkas egentligen de runt omkring?**

Det kan vara svårt att hantera alkohol. Och ännu svårare att inse att man inte kan hantera det. Det är därför IQ finns. IQs vision är ett samhälle där alkohol njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada.

Vårt uppdrag är att verka för ett smartare förhållningssätt till alkohol genom att med kunskap skapa medvetenhet, eftertanke och engagemang kring sitt eget och andras drickande. Därmed bidrar vi till att minska alkoholens skadeverkningar i samhället.



### KUNSKAP

IQs arbete vilar på en kunskapsgrund. Vi tar fram och presenterar ny kunskap om attityder och olika aspekter inom alkoholfrågan samt paketerar befintlig kunskap för att sedan sprida den med hjälp av olika kommunikationsinsatser och via vårt nätverk.



### NÄTVERK

IQs nätverk samlar personer och aktörer som på olika sätt verkar för ett smartare förhållningssätt till alkohol. Nätverket är ett forum för utbyte av kunskap, erfarenhet och inspiration. Det är även en kanal för IQ att förmedla kunskap, inspirera fler att göra mer samt en plats för IQ att skaffa sig ny kunskap.



### KOMMUNIKATION

IQs insatser och aktiviteter syftar till att skapa medvetenhet och eftertanke kring olika aspekter av alkohol och stötta en beteendeförändring både hos individen själv och dennes omgivning. Här återfinns till exempel våra egna kanaler, kampanjer i köpt media, brett pr-arbete, samt spridning av olika verktyg som bidrar till ett smartare förhållningssätt till alkohol.

# IQ – för nya traditioner

**Alkoholen har ofta en självklar plats i vårt samhälle, i vårt umgänge – såväl privat som på jobbet. Vi på IQ vill vi bidra till reflektion och eftertanke. Vi vill ifrågasätta normer och skapa nya traditioner.**

2019 har varit ett spännande år där vi har testat nya grepp för att nå igenom med våra budskap. Bland annat genom att ta den klassiska boken Tonårsparlören till vita duken. I snart 20 år har Tonårsparlören guidat tonårsföräldrar i frågor om ungdomar och alkohol. 2019 gjorde vi en film utifrån delar av boken. Filmen har fått ett bra mottagande och vi hoppas att den kommer att utgöra ett bra komplement till den uppskattade boken.

Svenskarnas alkoholkonsumtion fortsätter att minska. Konsumtionen varierar under årets tolv månader. Störst är den under sommarmånaderna. Det dricks dubbelt så mycket under juli som i november. Från IQ har vi satt ljuset på semesterdrickandet på flera sätt. Dels genom en kampanj i köpta kanaler, dels genom undersökningar. Undersökningarna bekräftar bilden att svensken dricker mer och oftare under semestern jämfört med under övriga året. Vi såg även att fyra av tio svenskar hade druckit alkohol varannan dag eller oftare under sin semester.

Höstkampanjen "Semesterfylla" belyste drickandet under utlandssemesteren; när vi lämnar landets gränser flyttar vi även våra egna gränser för vad som är ett okej beteende. Vi blir mer riskbenägna, vilket i kombination med ökad alkoholkonsumtion gör att risken för att råka ut för en olycka ökar. En undersökning som vi lät Sifo göra visar att unga svenskar, 18-34 år, ser, i högre grad än andra, alkohol som en viktig del av sin utlandssemester. Samtidigt har var fjärde ung gjort saker de ångrat när de varit alkoholphäverkade utomlands och en av tio har till och med farit illa.



Ett annat nytt område för IQ var alkohol och sex. En fråga på både individ- och samhällsnivå, som är högst relevant inte minst för unga vuxna. Alkohol kan vara ett socialt smörjmedel, men det är lätt att det går över styr och att alkoholen stjälper, snarare än hjälper. Alkohol får aldrig vara en ursäkt för dåligt beteende. För att åstadkomma förändring är det viktigt att flytta fokus till den som går över någon annans gräns. Vi har alla ett ansvar att reflektera över vårt eget agerande och hur det påverkar andra, oavsett om vi är berusade eller inte. Genom dialog och information kan vi tillsammans skapa ett klimat utan tabun, med eftertanke och omtanke om varandra. Det här är ett av de prioriterade arbetsområden som vi kommer att jobba vidare med under 2020.

2020 blir ett spännande år med bland annat Alkoholindex som fyller tio år och Tonårsparlören som blir myndig. IQ kommer även att lansera en ny version av självtestet Alkoholprofilen under våren. Jag ser fram emot ett 2020 där vi tillsammans skapar nya traditioner.

A handwritten signature in black ink, reading "Karin Hagman".

Karin Hagman  
Vd, IQ



# Alkoholen i samhället

Både svenskarnas attityder till, och konsumtion av, alkohol har förändrats över åren. Även om alkoholkonsumtionen minskar är det fortsatt många som påverkas av alkoholens skadeverkningar, på ett eller annat sätt.

# 39%

Uppger att de drack alkohol varannan dag eller oftare under sommarsemestern.

Källa: IQ/Sifo

## Svenskarna dricker mindre alkohol

Över en tioårsperiod har alkoholkonsumtionen i Sverige minskat med 7 procent, och uppgår enligt den senaste undersökningen till 8,83 liter ren alkohol per person 15 år och äldre. Det visar den så kallade Monitormätningen från CAN, Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Även CAN:s årliga skolundersökningar bland niondeklassare och på gymnasiet pekar på en minskad konsumtion under 2000-talet.

Andelen riskkonsumenter uppgick 2019 till 30 procent bland alla 17-84-åringar, vilket är fyra procentenheter lägre jämfört med 2004 då mätningarna startade. Riskkonsumtion definieras som konsumtion av minst 14 standardglas för män eller 9 standardglas för kvinnor i veckan, eller minst ett dryckestillfälle med intensivkonsumtion per månad.

## Alkoholen kostar 103 miljarder per år

Kostnaderna för alkoholkonsumtionen i Sverige uppgår till 103 miljarder kronor under ett år. I vartannat misshandelsfall är alkohol inblandat och ungefär 660 000 av alla vårdbesök är alkoholrelaterade. Under ett år tas 625 000 alkoholrelaterade sjukdagar ut. Det visar en studie om alkoholens samhällsekonomiska konsekvenser, som Systembolaget beställt och publicerat 2019.

## 10 år med IQs Alkoholindex

Sedan 2010 har IQ årligen undersökt svenskarnas attityder till alkohol, sammanfattade i rapporten Alkoholindex. Den övergripande attityden till alkohol har varit relativt stabil under den här tioårsperioden. Alkohol-kulturen i Sverige präglas av starka normer och sådana förändras långsamt. Men även om det på ett övergripande plan ser tämligen oförändrat ut så finns det förändringar inom vissa områden. För det första har det blivit mer accepterat att dricka alkohol i sammanhang där barn är med. Andelen som anser att det är helt fel att bli berusad när barn är med har minskat från 61 procent 2010 till 51 procent 2019. För det andra får unga (16-35 år) en allt mer återhållsam inställning till alkohol, även om de fortfarande har den mest tillåtande attityden. För det tredje tycker färre att det är rätt att bli berusad i sociala sammanhang, som till exempel under en middag på en restaurang eller på firmafesten.

## 3 TIPS - TILL DEN SOM VILL DRA NER PÅ SITT DRICKANDE

**1. Sätt mål och skriv ner dem.** Bestäm hur många glas du vill tillåta dig per tillfälle eller vecka. Att undvika vardagsdrickande kan vara ett annat mål.

**2. Håll koll.** Notera under en månad hur många glas du dricker varje dag och jämför med ditt mål.

**3. Identifiera risksituationer.** Om din konsumtion är högre än din målsättning kan du börja granska i vilka sammanhang det blir för mycket. Hitta sedan alternativ - vad kan du göra istället för att dricka alkohol?

Källa: Riddargatan 1

## Semestertider - då dricker vi oftare och mer

Med ledighet kommer förändrade vanor. Under sommaren går alkoholkonsumtionen upp för många vilket kan leda till problem, både på kort och lång sikt. Drygt 5 av 10 svenskar (54 procent) uppger att de dricker alkohol oftare när de har semester än annars. Nästan lika många (50 procent) svarar även att de dricker mer alkohol under semestern jämfört med övriga

**Hälften av alla svenskar över 18 år dricker mer alkohol under semestern jämfört med övriga tider på året.**

Källa: IQ/Sifo

tider på året. Det här visar en Sifo-undersökning som tagits fram på uppdrag av IQ 2019. 4 av 10 svenskar (39 procent) uppger att de drack alkohol varannan dag eller oftare under sommarsemestern. 23 procent svarar att de drack alkohol en eller två gånger i veckan.

IQs undersökning visar också att många dricker alkohol när de är uppfyllda av jobbiga känslor. Nästan nio av tio (88 procent) svenskar tror att det är vanligt att dricka alkohol för varva ner på semestern, och fler än åtta av tio (83 procent) anser att det är vanligt att dricka alkohol för att minska stress.



# Alkohol, sex och relationer

Många känner att de blir avslappnade efter några öl, att några drinkar får igång snacket och att ens sällskap blir både vackrare och trevligare efter ett par glas. Kombinationen alkohol och sex är inte nödvändigtvis någonting dåligt. Men det är ett faktum att alkohol försämrar omdömet och det gäller även när det handlar om sex och relationer.

När det blir för mycket alkohol kan det leda till ett antal negativa konsekvenser, från att glömma att skydda sig till allvarliga övergrepp. Alkoholen gör att vi får sämre koll på oss själva, på andra och på vår omgivning i stort. Det som inledningsvis upplevdes som en positiv effekt av alkoholen kan slå över i någonting negativt.

Vi vet sedan tidigare att unga vuxna är den främsta riskgruppen när det kommer till sexuell hälsa, riskutsatthet och risktagande. Alkohol är en starkt bidragande faktor till det och unga vuxna är en åldersgrupp som också dricker mycket och har ett tillåtande förhållningssätt till alkohol.

## Rapport för ökad kunskap

Under maj 2019 lanserade IQ rapporten "Röster om alkohol, sex och relationer bland unga vuxna". För att uppmärksamma en fråga som är aktuell i många unga människors liv, öka kunskapen om hur hjärnan påverkas av alkohol och bidra till att frågor om alkohol och sex diskuteras mer öppet. Syftet med rapporten är att belysa sambandet mellan alkohol och sex när det gäller relationer, beteenden och risker. Rapporten bygger på undersökningsresultatet av en Sifo-undersökning, bland 1 065 personer mellan 18 och 25 år, och intervjuer med experter som reflekterar och ger sin syn på ämnet.

## Att ragga och uppfatta signaler

Resultatet visar att det är vanligt bland de unga vuxna att ha varit med om att någon som har raggat på dem har varit för berusad. Många tycker att alkoholpåverkade personer har missförstått deras signaler och intresse för sex. Undersökningen visar också att nästan nio av tio unga vuxna tror att alkohol i samband

**Syftet med rapporten är att belysa sambandet mellan alkohol och sex när det gäller relationer beteenden och risker.**

med sex ökar risken för att utsätta någon annan för någonting som den inte vill. Dessvärre framkommer att så också är fallet. Många, framför allt unga kvinnor, har blivit sexuellt trakasserade av en berusad person och nästan var femte kvinna har blivit utsatt för sexuella övergrepp av en alkoholpåverkad gärningsperson.

## Alkohol är aldrig en ursäkt för dåligt beteende

Frågan om sexuella trakasserier och övergrepp hamnade högt upp på agendan när #metoo-debatten hösten 2017 svepte över världen och gjorde ett tydligt avtryck här i Sverige. Vi debatterade jämställdhetsfrågor, patriarkala strukturer och heteronormen. Frågan om alkohol var knappt närvarande i debatten,

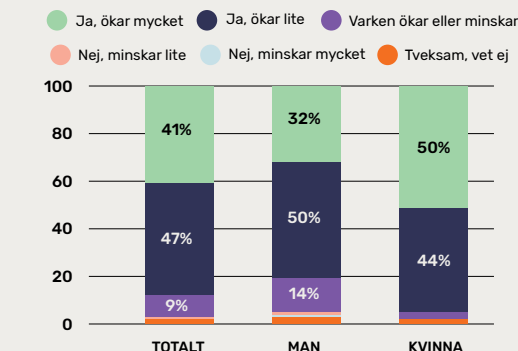
71%

Har flera gånger eller någon gång varit med om att någon som har raggat på dem har varit för berusad.

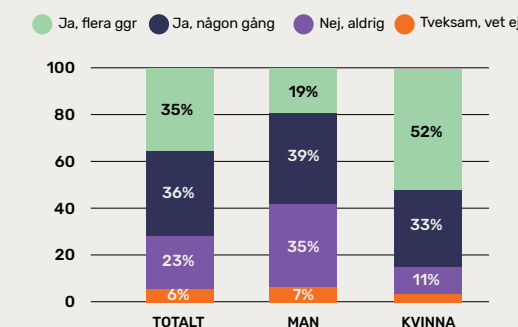
Källa: IQ/Sifo

trots att det finns många studier som visar på sambandet mellan alkohol och våldsbrott. Det positiva är att debatten tycks ha fått många, framförallt män, att reflektera mer kring hur de beter sig mot andra när de är alkoholpåverkade. Det är ett steg framåt men mer arbete måste till.

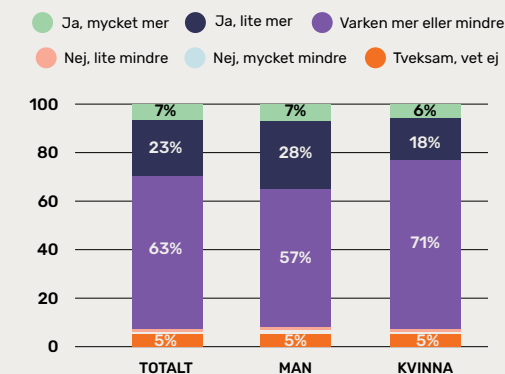
## Tror du att alkohol i samband med sex ökar risken att utsätta någon för något som den inte vill?



## Har det hänt att någon som stött/raggat på dig varit för berusad?



## Har #metoo-debatten fått dig att reflektera över hur du beter dig mot andra när du är alkoholpåverkad?



Källa: IQ/Sifo



# Semesterfylla

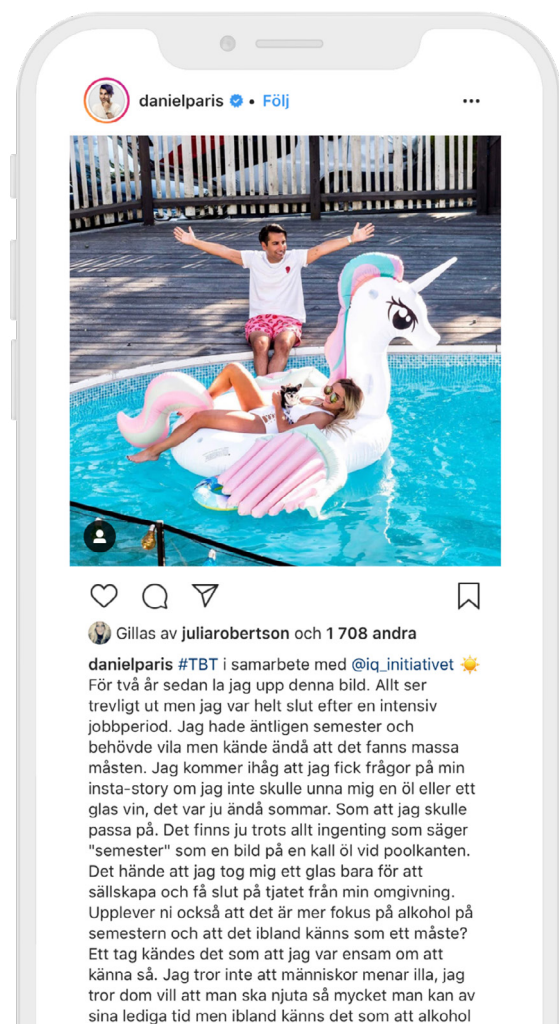
I höstens kampanj lyfte IQ den förskönade bilden av utlandssemester och baksidan av semesterdrickandet - det som händer när vi dricker som vi gör på semestern.

Att åka på semester är i mångt och mycket att söka efter motsatsen till vardagen. Konsekvensen av det, både positivt som negativt, är att många av oss förändrar vårt beteende. saker vi aldrig skulle göra i vårt vardagsliv känns tillåtet, vi börjar tänja på gränser och ökar risken för att försätta oss i situationer som är direkt eller indirekt skadliga eller farliga. Ofta är alkoholen en komponent i detta.

77%

Av svenskarna ser alkohol som en viktig del av sin utlandssemester.

Källa: Sifo/IQ, 2019



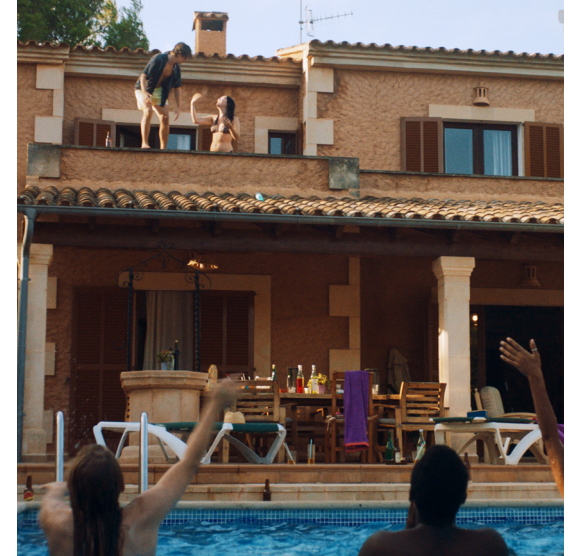
Vi dricker mer frekvent och större volymer. Inte sällan på ett sätt, kanske omedvetet, som innebär mindre hänsyn till oss själva eller andra i vår omgivning. Det är ju liksom ändå semester.

Med den här kampanjen ville IQ skapa reflektion genom att visa på konsekvenserna av vårt "semesterbeteende", att det kan vara farligt och risken att en själv eller någon annan råkar illa ut finns.

1 av 4

Unga vuxna har gjort saker de ångrat när de varit alkoholpåverkade på utlandssemester. 10 procent, i samma åldersgrupp, har farit illa när de varit alkoholpåverkade utomlands.

Källa: Sifo/IQ, 2019



Förhoppningen var att väcka tankar om att det kan finnas smartare och roligare sätt att njuta av sin semester.

Genom ett antal filmer visades hur en vanlig utlandssemester kantas av ölflaskor, drinkar vid poolen och vinmiddagar samt vilka konsekvenser det får både på semesterfirarna och deras omgivningar. Filmerna visades på TV, bio och digitalt. Ämnet lyftes även via samarbeten med fyra influencers.

## FOTBOLL UTAN FYLLA

Som ett led i att sprida Fotboll utan Fylla till fler idrottsklubbar skrev IQ, tillsammans med STAD, en metodhandbok under våren.

Tanken med innehållet är att det skall hjälpa fler att starta upp och arbeta utifrån arbetsmetoden Fotboll utan Fylla. Handboken innehåller beskrivningar hur metoden ska tillämpas såväl som mallar, checklistor och konkreta tips. Under samma period utökades även fotbollutanfylla.se med information om metod och material samt en casefilm som beskriver satsningen.



### Vad vinner arrangören på att arbeta med metoden?

Att arbeta fyllabyggnade är alltid positivt, oavsett hur stort problem arrangören har med fylla under sina arrangemang. Att arrangören arbetar tillsammans med aktörerna och gemensamt sätter upp tydliga mål skapar också en starkare sammanhållning hos personalen, vilket i sin tur bidrar till ytterligare positiva effekter. Något som AIK, Hammarby och Djurgården lyft fram som mycket positivt.

Bland annat leder detta arbetsätt till en positiv arbetsmiljö som ger personalen goda förutsättningar att genomföra sitt jobb. Dessutom blir personalen tryggare i sina respektive roller när de vet vad som förväntas av dem i olika situationer.

Genom att tydligt kommunicera ut syftet och målen med arbetet blir även besökarna mer medvetna. De vet då vad som gäller när de köper sin matchbiljett.

Ytterligare en vinst med metoden är att säkerheten under arrangemangen höjs. Exempelvis underlättas en omedelbar utrymning av arenan om alla besökare kan ta till sig viktig information på rätt sätt. Möjligheterna för detta ökar betydligt om bemärkelsen på besökarna hålls nere.



Exempel på inlägg från Alkoholmyter

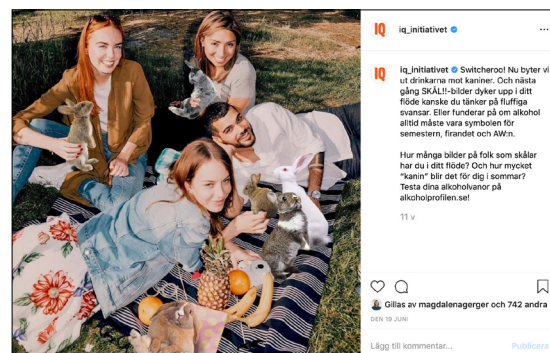
## Sociala medier under sommaren – Switcharoo och Alkoholmyter

Under sommarveckorna när många svenskar är på semester och dricker alkohol mer frekvent och i större volymer provade IQ två nya kommunikationskoncept.

Switcharoo var en "mini-kampanj" på Facebook och Instagram. Syftet var att belysa alkoholens självklara roll och hur stor plats den har i de berättelser vi berättar på sociala medier. För att visualisera det byttes alkoholen ut mot kaniner i ett antal typiska sommarbilder. Dessa bilder postades som inlägg som IQ marknadsförde på Facebook och Instagram. Målgruppen för kampanjen var unga vuxna (18-25 år) och resultatet blev en räckvidd på totalt 780 000 personer, flera positiva kommentarer och över 3000 klick till Alkoholprofilen.se.

Genom det andra konceptet, Alkoholmyter, ville IQ på ett enkelt och tydligt sätt med korta informativa filmklipp på Instagram Stories lyfta myter kopplade till alkohol.

Syftet var att sprida kunskap och bygga en relation med målgruppen. För att skapa engagemang fick tittarna rösta om påståenden som presenterades var sanna eller falska. Även här var målgruppen unga vuxna och vi fick höga resultat i engagemang och spridning – 100 000 personer röstade på varje alkoholmyt. Det fina resultatet gjorde att vi fortsatte med konceptet även under hösten.



Utdrag från vår Switcharoo-kampanj

## Fylleragg

Inom temat Alkohol, sex och relationer gjorde vi en kampanj med inriktning på alkohol och raggning. I kampanjen vill IQ skapa reflektion kring alkohol i ragnings- och dejsituationer samt erbjuda stöd och tips för att fler ska kunna ragga smartare.

Kampanjens tema byggde på insikten om att det inte är lätt att ragga upp någon eller att dejta. Att träffa någon kan vara både läskigt, utlämnande och "naket". En måste visa att man gillar någon, blotta sig och visa känslor som en kanske inte än vet om de är besvarade. En är helt enkelt rädd för att bli avvisad – eller för att behöva avvisa någon.

Alkohol fungerar därför många gånger som ett socialt smörjmedel som gör att allt upplevs lite enklare i raggningssituationen. Alkohol i mindre mängder kan hjälpa oss att närma oss en annan människa genom att vi blir mer avslappnade och självförtroendet ökar. Men det finns en gräns där alkoholen gör att vi går från

charmigt självsäkra till att missförstå signaler, bli mindre empatiska och mer misstänksamma och aggressiva. Och där saker inte går som vi tänkt. Vi kanske gör bort oss, säger något dumt eller till och med går över våra egna och/eller andras gränser.

Kampanjen syftade till att få målgruppen att reflektera över sitt eget och andras beteende kopplat till alkohol och raggning eller första dejten. Och att prata med varandra om den problematik och de konsekvenser som kan uppstå när en dricker alkohol i samband med raggning/första dejt. IQ samarbetade med influencers för att få ut budskapet, vilket visade sig vara en bra strategi.



### ALKOHOLKONTRAKTET

IQ vill att fler reflekterar över hur deras alkoholkonsumtion och vanor påverkar de själva och personer i omgivningen. I kommunikationsinsatsen Alkoholkontraktet, som gick i repris i början av året, belyste IQ frågan kring de oskrivna regler som påverkar om, hur och när vi dricker alkohol.

# Tonårsparlören

## – vägledning för föräldrar

I snart 20 år har Tonårsparlören guidat tonårsföräldrar i frågor om ungdomar och alkohol. Boken innehåller fakta, argument och tips framtagna tillsammans med terapeuter, läkare och forskare, och är aktuell under hela tonårstiden.

Veckan före valborg postades Tonårsparlören till alla 14-åringars vårdnadshavare. I samband med valborg, skolavslutningar och höstlov genomfördes också kommunikationsinsatser för att sprida konkreta tips och råd till tonårsföräldrar via nyhetsmedia, digitala och sociala medier. Boken kan även hämtas gratis i Systembolagets butiker runt om i landet.

Nytt för i år var lansering av en mer användarvänlig och mobilanpassad version av tonårsparlören.se, där besökarna kan ta del av Tonårsparlörens innehåll – även som ljudbok och på engelska.

### Uppskattat informationsmaterial för lokala insatser

Runt om i landet görs många insatser för att stärka föräldrar i sin roll och för att färre ungdomar ska fara illa på grund av alkohol. Som ett bidrag till det förebyggande arbetet erbjuder IQ arbetsmaterial baserade på Tonårsparlören, exempelvis samtalsguide, presentationsbilder och quiz.



Under våren skickades också drygt 8 000 parlörer till kommuner, länsstyrelser och beslutsfattare. Uppföljningar visar att en stor andel av de som har ansvar för att samordna kommunalt alkoholförebyggande arbete haft stor användning av Tonårsparlören och materialet under 2019.



## Tonårsparlören – nu som kortfilm

Som ett komplement till Tonårsparlören har IQ valt att dramatisera bokens innehåll i en kortfilm.

I filmen guidar programledaren Ina Lundström och psykologen Karl Bergström tittarna runt bland några typiska scener som kan utspela sig mellan tonåring och förälder. Den elva minuter långa filmen finns även med engelsk textning. Tanken är att den ska användas som samtalsstöd på föräldramöten och i IQs övriga kommunikation riktad till tonårsföräldrar.

6<sup>av</sup> 10

har använt Tonårsparlören i  
samtal med sitt barn.

9<sup>av</sup> 10

av de föräldrar som fått boken hemskickad och  
läst den, har diskuterat innehållet med någon.  
Varav 60 procent med sin tonåring.

82%

svarar att de sparat boken.

7<sup>av</sup> 10

har en positiv tilltro till att  
Tonårsparlören hjälper till att minska  
alkoholkonsumtionen bland tonåringar.

# Tillsammans bidrar vi till en smartare syn på alkohol

I vårt avlånga land är det många som är engagerade i att förebygga och minska alkoholens skadeverkningar. Genom IQs nätverk vill vi samla både personer och goda idéer, för att inspirera fler att göra mer.

Nätverket syftar till att stärka samverkan och dialog mellan aktörer som är aktiva i det förebyggande arbete, både nationellt, regionalt och lokalt. En plattform för ny kunskap, erfarenhetsutbyte och inspiration. Oavsett om en är engagerad som privatperson eller genom sitt arbete är en välkommen och en viktig tillgång.

De lokala kontaktnäten inom IQs nätverk är viktiga för att åstadkomma förändring i frågor kopplade till alkohol.

## LUNCHFÖRELÄSNINGAR KRING ALKOHOL, SEX OCH RELATIONER

**För att sprida kunskap och bjuda in till samtal arrangerar IQ regionala mötesplatser.**

Under hösten arrangerade IQ tre lunchföreläsningar i Luleå, Malmö och Göteborg på temat alkohol, sex och relationer bland unga vuxna. Med syfte att sprida kunskaperna från vår senaste rapport **Röster kring alkohol, sex och relation bland unga vuxna** och bidra till ökad dialog i frågorna. Föreläsningarna riktade sig i första hand till personer verksamma inom SRHR-frågor (sexuell & reproduktiv hälsa), studentlivet vid universitet och högskola samt ANDT/folkhälsoområdet.



## PREMIÄRVISNING AV TONÅRSPARLÖREN THE MOVIE

Sedan 2013 ger IQ ut Tonårsparlören, en handbok med fakta och tips som syftar till att underlätta samtal om alkohol mellan föräldrar och deras barn. Under hösten lanserades Tonårsparlören the movie.

Filmen har två syften:

1. Vägleda föräldrar med Tonårsparlörens insikter och strategier, som underlättar samtal mellan förälder och barn.
2. Ge en introduktion av Tonårsparlören och IQ, som får föräldrar att vilja söka upp Tonårsparlören i andra kanaler för mer stöd och information.

Premiärvisningen hölls på Bio Rio, i Stockholm och gästades av personer verksamma inom elevhälsa, skola och prevention. Filmen följdes av ett samtal på scenen med Lo Kauppi, skådespelare, Erica Hebbe, skolkurator och Jennifer Ström, läkarstudent och föreläsare – som alla gav sina perspektiv på utmaningarna och rollen som tonårsförälder.



## NATIONELLA MÖTESPLATSER

**Nätverkande med både nya och etablerade kontakter är viktigt och värdefullt för oss på IQ. Under 2019 deltog IQ vid flera nationella forum, bland annat vid Sjuksköterskekongressen, Förebygg.nu och Socionomdagarna.**

Ytterligare en viktig mötesplats är Almedalsveckan, där IQ arrangerade tre seminarier för att lyfta olika teman kopplade till alkohol; Fulla läktare inte fulla besökare, arrangerades i samarbete med Riksidrottsförbundet och STAD, Skäl för psykisk ohälsa, arrangerades i samarbete med MIND. Fylleragg och övertramp – unga vuxna om alkohol, sex och relationer. Seminariet baserades på IQs rapport Röster om alkohol, sex och relationer bland unga vuxna som kommenterades av experter från RFSU och Luna Labs.

# Totalt 1350 IQ-projekt!

Runt om i landet görs fantastiska insatser för att minska alkoholens skadeverkan. För att uppmärksamma personerna bakom arbetet, och inspirera fler till liknande initiativ, certifierar IQ smarta insatser som vi kallar IQ-projekt. Det spelar ingen roll om aktiviteten är liten eller stor eller för vilken målgrupp den görs – varje IQ-projekt är ett gott exempel och en förebild på arbete för ett smartare förhållningsätt till alkohol.

På iq.se kan företag, organisationer och andra aktörer enkelt ansöka om att en insats de genomfört ska bli ett IQ-projekt. Alla godkända IQ-projekt får ett unikt diplom och samlas i vår idébank på iq.se. Ibland uppmärksammas projekten också av IQ i kampanjer och på andra sätt.

Under 2019 har 40 nya insatser certifierats och blivit IQ-projekt. Totalt har 1350 IQ-projekt samlats i IQs idébank på iq.se. Goda exempel på förebyggande arbete som genomförts över hela Sverige. Läs mer om tre av årets IQ-projekt på nästa sida.

## IQ-inspiratörerna

**IQ-inspiratörer arbetar för att öka lokalt engagemang och sprida goda exempel på alkoholförebyggande insatser.**

Inspiratörerna är medarbetare på Systembolaget som utöver sitt arbete i butik har rollen som inspiratör på IQ. De ansvarar för olika regioner i Sverige.

Under 2019 har nio inspiratörer från Västmanland, Norrbotten, Jämtland, Västra Götaland, Östergötland, Småland och Skåne varit verksamma. För första gången finns även en IQ-inspiratör i region Mälardalen, ett område som sträcker sig över Uppland och Västmanland.

En viktig del av IQ-inspiratörens arbete är att uppmärksamma IQ-projekt. Detta för att lyfta personerna bakom insatserna, och för att inspirera fler till att göra mer.



### SKOLAVSLUTNINGSAKTIVITETER I KINDA KOMMUN

I Kinda anordnas drogfria aktiviteter i samband med skolvslutningar som ett alternativ till fest och fylla. Sedan 20 år tillbaka har högstadieskolan tillsammans med elevrådet skapat en avslutningsfest med trerätters middag, livemusik och dans. Festen, som numera är en stark tradition, är något som varken elever eller personal vill missa. För de yngre eleverna i årskurs 6, 7 och 8 arrangeras vad som kallas "Sommarnatta" på fritidsgården.



### UPPSKATTADE ALKOHOLSAMTAL FÖR FAMILJER

Vid Mini-Maria i Stockholm såg de behov av ökad kunskap och dialog kring alkohol hos de unga de möter. 2015 utvecklade de därför en samtalsserie om alkohol för familjer. Sedan programmet lanserades har det genomförts av cirka 25 ungdomar och deras familjer. Ett arbetssätt som fått både ungdomarna och föräldrarna att reflektera över sitt förhållningssätt till alkohol.

### AUGUSTIFESTIVALEN - FÖR EN ROLIGARE SKOLSTART TILLSAMMANS!

Skolstarten är en av årets stora riskhelger i Motala, då alkohol haft en tydlig plats bland ungdomarna på nollningar och insparkar. Något som kommunen velat ändra på. Försök har gjorts tidigare för att erbjuda aktiviteter som motkraft till fylla och fest. Men det var först när ungdomarna fick vara med och påverka som kommunen lyckades på riktigt. Genom samarbetsforumet Med gemensam Kraft anordnades en festival med syftet att skapa en fantastisk kväll för unga och ge dem en positiv upplevelse i samband med skolstart helt utan alkohol. Augustifestivalen blev en mjuk och mysig inspark som lockade över 1000 ungdomar.



# IQ, en del av alkoholdebatten

Under året har IQ synts ofta i media. Att frågor och projekt som IQ driver får uppmärksamhet i tidningar, sociala kanaler samt radio och TV visar på att det vi gör engagerar många och att IQ är en aktör med hög trovärdighet.

Teman som har dominerat publiciteten under året:

- Attityder till alkohol
- Alkoholindex
- Initiativet Barndom utan baksmälla
- Alkohol, sex och relationer
- Spritkonton/langing på Instagram
- Tonårsparlören
- IQ-projekt
- Alkohol och fotboll
- Alkoholprofilen
- Alkoholreklam
- Studenter och alkohol

Temat "Attityder till alkohol" fick mest publicitet. Det inrymmer alla utspel om hur vi umgås med alkohol i samband med semester, jobb och högtider. Här följer ett urval av IQs medverkan i media under 2019.



Två av tre ungdomar dricker alkohol på utlandsresa. FOTO: SHUTTERSTOCK

**Många unga dricker mer än de tänkt**  
ALKOHOL. Tre av fyra svenskar ser alkoholen som en del av utlandsresan. Bland ungdomar, 18-34 år, har drygt nio av tio samma uppfattning. Enligt en undersökning från Kantar Sifo på uppdrag av IQ, ett fristående dotterbolag till Systonbolaget, svarade två tredjedelar av ungdomarna att de brukar dricka på utlandssemester. Nästan en fjärdedel dricker mer än vad de hade tänkt sig och lika många ångrar saker de har gjort på resan. En av tio har också fått illa när de var berusade, visar undersökningen.



Ordet fritt 3



**Förändrad alkoholattityd: Mer okej att bjuda unga**



**Svenskar dricker alkohol oftare under semestern**



Foto: Thomas Östberg/TT/TT

**Svenskar dricker alkohol oftare under semestern**  
Enligt Sifo-undersökningen dricker 29 procent alkohol varannan dag eller oftare. Tar du gärna några glas utom på semester? Då är du inte ensam. Enligt en ny undersökning dricker svenskarna alkohol oftare under semestern, och framför allt ökar drickandet bland medelålders personer. Fyra av tio svenskar säger att de drack alkohol varannan dag eller oftare under semestern, och undersökningen som genomförts på uppdrag av IQ, en fristående organisation startad av Systonbolaget. I Sverige umgås vi mycket runt alkohol. Vi träffar släkt och vänner och vill gärna umma oss lite extra, då blir det ofta alkohol, säger Karin Hagman, vd på IQ, och fortsätter: När vi inte heller har några vanliga rutiner och anledning att gå upp tidigt nästa morgon är det lätt att fastna i vänner som är svårare att ta sig ur.



**I dag vill vi se fulla läktare, inte fulla fans**

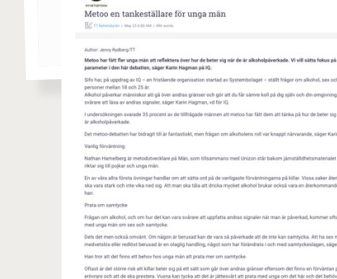


Foto: Thomas Östberg/TT/TT



**RISKBRUK. Alkohol är inte lösningen när livet skaver**

Stress och ångest är vanligt under hösten. Men alkohol är inte lösningen när livet skaver. Det visar en ny undersökning från IQ. Det är lätt att tro att det bara är andras tonåringar som dricker alkohol. Men antagligen är din son eller dotter precis som sina kompisar vilket man som förälder behöver vara beredd på, säger Karin Hagman, vd på IQ.



**Dölj inte alkoholens roll vid sexualbrott**

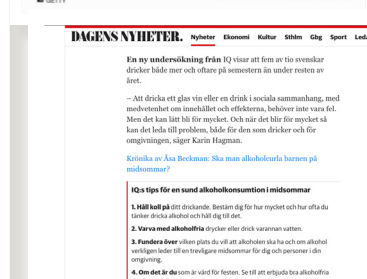


Foto: Thomas Östberg/TT/TT



**Få tror att egna tonåringen dricker**

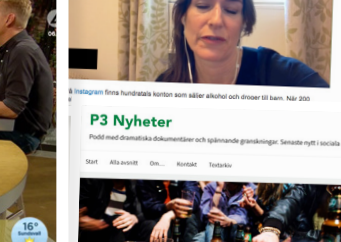
Nio av tio tonårsföräldrar tror att det är vanligt att ungdomar under 18 år dricker alkohol, men bara knappt 20 procent tror att just ens egen tonåring dricker. Det visar en ny undersökning från IQ. Det är lätt att tro att det bara är andras tonåringar som dricker alkohol. Men antagligen är din son eller dotter precis som sina kompisar vilket man som förälder behöver vara beredd på, säger Karin Hagman, vd på IQ.



**Så vill IQ stoppa langarna på Instagram**



Foto: Thomas Östberg/TT/TT



**IQ: "Alkohol viktig i metoo-debatten"**

Alkohol spelar en viktig roll i metoo-debatten, enligt en ny undersökning från IQ. Det är viktigt att reflektera över sitt beteende när de är berusade. Det visar en ny undersökning från IQ. Det är lätt att tro att det bara är andras tonåringar som dricker alkohol. Men antagligen är din son eller dotter precis som sina kompisar vilket man som förälder behöver vara beredd på, säger Karin Hagman, vd på IQ.



JUST NU PERSONALFYLLA Var tredje avstår personalfester pga fulla kollegor

# Styrelse 2019



**TOBIAS FROHM**  
Styrelseordförande

Direktör för E-handel på Systembolaget. Tobias har tidigare arbetat som HR-direktör på Lernia AB, HR Lead Sweden på Accenture samt chef för Consultus Leadership Partner AB. Kommer närmast från rollen som HR-direktör på Systembolaget.



**GÖRAN JOHNSSON**

Ordförande i Produktionslyftet, Vinnovaprogrammet Hållbar Produktionsteknik, Nätverket Arbetsplatsnära FoU och Rådhusgruppen City samt styrelseledamot i Elanders AB. Mellan åren 1993 till 2005 var Göran förbundsordförande i Metall.



**KRISTINA LJUNGROS**

Generalsekreterare för Astma- och allergiförbundet. Tidigare har Kristina varit förbundsordförande för RFSU, arbetat för Forum Syd och haft många utlandsuppdrag.



**JENS NORDFÄLT**

Assisterande professor vid Handelshögskolan i Stockholm, grundare av och tidigare rektor för Center for Retailing och forskningsansvarig vid ICAs forskningsstiftelse, Hakon Swenson Stiftelsen. I de flesta fallen handlar Jens forskning om konsumenternas beteende.



**SARA NORELL**

Inköpschef på Systembolaget sedan 2007. Rollen innebär att leda inköpsenheten inom verksamhetsområdet Varuförsörjning, som svarar för Systembolagets varuinköp. Tidigare har Sara arbetat som direktör och chef på Arvid Nordquists och som Food & Beverage Manager inom Radisson SAS koncernen.



**PETRA JANKOV**

Digital projektledare för Demokratijubileet på Sveriges Riksdag, med lång erfarenhet av att arbeta med opinionsbildning, strategier, kommunikation och sociala medier i idéburen verksamhet. Petra har varit digitalt ansvarig på TCO samt skrivit och gett ut flera böcker.



**PETER ALLEBECK**

Professor i socialmedicin vid Karolinska Institutet, och ägnar sig huvudsakligen åt forskning om alkohol och narkotika. Peter är också läkare vid Centrum för epidemiologi och samhällsmedicin inom Region Stockholm, där han bidrar till folkhälsoarbetet i landstinget. Sedan 2014 arbetar Peter som huvudsekreterare på Forte, Forskningsrådet för arbete, hälsa och välfärd.

# IQ – för ett smartare förhållningssätt till alkohol

IQ verkar för ett smartare förhållningssätt till alkohol. Det gör vi genom att med kunskap och kommunikation skapa medvetenhet, eftertanke och engagemang kring eget och andras drickande, och därmed bidra till att minska alkoholens skadeverkningar i samhället.

Vår vision är ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada. IQ verkar genom kommunikationsinsatser om alkoholens risker, inspiration för ett smart förhållningssätt till alkohol genom IQs nätverk som samlar aktörer och goda exempel inom alkoholområdet, samt genom kunskapsspridning om aktuella alkoholfrågor.

IQ-initiativet är ett fristående dotterbolag till Systembolaget. Läs mer på [IQ.se](http://IQ.se).

