

IQ 2018

VERKSAMHETSBERÄTTELSE

Hur mycket
dricker
svenskarna?

ALKOHOL- KONTRAKTET

- Vilka oskrivna regler påverkar dig?

1310 unika
IQ-projekt!

INNEHÅLL

1. Vd-ord
2. Alkoholen i samhället
4. IQ.se
6. Alkohol i studentlivet
8. Kampanjer
10. Hänt under året
12. Tonårsparlören
14. IQs nätverk
16. IQ-projekt
18. IQ i media
20. Styrelsen

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 som befinner i närheten? Det kan vara svårt att hantera alkohol. Och ännu svårare att inse att man inte kan hantera det. Det är därför IQ finns. Vi finns för att de som dricker ska kunna göra det på ett smartare sätt med omsorg om hälsan så att ingen tar skada. 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 – den uppriktige vännen

Vi möts av alkohol överallt i vår vardag. Den ökande exponeringen är inte så konstig eftersom vi bland annat spenderar mer och mer tid i sociala kanaler, där alkohol ofta porträtteras som ett tydligt tecken på popularitet och lycka.

Immiga champagneglas i motljus, onsdags-afterwork med favorit-kollegorna eller ett välförtjänt glas rött framför tv:n när barnen somnat är alla alkoholromantiska bilder vi matas med, av såväl influencers som våra nära vänner. Men vad händer när vi, medvetet eller omedvetet, skapar och återskapar dessa bilder? Många av oss är faktiskt oreflekterat delaktiga i att skapa en värld där alkohol förhålls medan dess baksidor sällan visas upp.

Det är här IQ kommer in i bilden. IQ är den uppriktige vännen som vågar visa alkoholens alla sidor. IQ skapar kommunikation som får mottagaren att själv reflektera och fundera över alkoholens roll i deras liv. IQ använder inga pekpinningar för att få fram budskap – vi bryr oss nämligen, på riktigt.

” IQ använder inga pekpinningar för att få fram budskap – vi bryr oss nämligen, på riktigt.

Under 2018 har IQ visat omtanke på flera sätt. När det gäller bilden av hur alkohol framställs i sociala kanaler, har vi tillsammans med andra aktörer arbetat för att influencers inte bara får korrekt information om vilka regler som faktiskt gäller för alkoholreklam, vi har även förmedlat vikten av att vara en god förebild. Sen har vi tagit strid mot langningen av alkohol till minderåriga genom att både polisanmäla langningskonton och producera informationskampanjer till tonårsföräldrar.

Vi har även kastat ljus över alkoholens långsiktiga normalisering. IQs årliga undersökning Alkoholindex visar att svenskarnas attityd till alkohol och berusning är den mest tillåtande sedan 2010 då undersökningen startade. En tydlig trend är att kvinnor och mäns attityder till alkohol närmar sig varandra, då kvinnor blir mer tillåtande. En annan trend är att det finns en alltmer tillåtande attityd till vardagsdrickande.

Slutligen fick IQs sista Sifo-undersökning för 2018 ett stort genomslag. Den visade att 44 procent av svenskarna tycker att



Foto: Fredrik Hjerling

deras jul- och nyårsfirande har påverkats negativt av andras alkoholkonsumtion. 3 av 4 (75 procent) tror att deras jul- och nyårsfirande skulle bli lika bra, eller bättre, om de drack mindre alkohol. Med andra ord, många påverkas av andras alkoholbeteende. I Sverige uppskattas hela 17 procent av den vuxna befolkningen ha ett riskbruk och på varje beroendesjuk person går det minst fem anhöriga som på olika sätt drabbas. Vår undersökning är bara ett tydligt tecken på den problematiken.

Därför känns IQs arbete viktigare än någonsin. Jag hoppas att du som läser den här verksamhetsberättelsen inte bara får en bild av IQs verksamhet under 2018, utan att du även inspireras att arbeta preventivt i frågor som rör alkohol. Tillsammans kan vi få fler att reflektera över alkoholens, stundtals oemotsagda, roll i samhället!

Karin Hagman

Karin Hagman
Vd, IQ

Alkoholen i samhället

Alkohol har en självklar roll i många människors liv, och framför allt är det sociala sammanhang som till stor del präglar såväl konsumtionen som attityderna till alkohol i Sverige.

Varför och hur mycket dricker svenskarna?

Svenskar dricker oftast för att ha roligt och för att höja stämningen på fester och andra sociala tillställningar. Inom Europa sticker Sverige ut med den näst högsta andelen som motiverar sitt drickande med att "bli full". Det enligt en rapport från Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) som släpptes i december 2018. Undersökningen visade också att i Sverige konsumeras alkohol oftast med mat, i hemmiljö och med vänner medan det är mindre vanligt att dricka på bar eller restaurang, utomhus, ensam eller med arbetskollegor.

Enligt CANs senaste Monitormätning uppgick den totala alkoholkonsumtionen till drygt 9,0 liter ren alkohol per person som är 15 år och äldre. Det är en minskning med åtta procent under en tioårsperiod men oförändrad nivå jämfört med föregående år (2016). 30 procent av befolkningen (17–84 år) är riskkonsumenter av alkohol. 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.

Alkoholindex 2018 – mer tillåtande attityd

Enligt IQs årliga undersökning Alkoholindex fortsätter attityden till alkohol och berusning att bli mer tillåtande. Utvecklingen drivs framför allt av kvinnor i åldern 45–59 år, vars attityder förändrats mest sedan 2017. I senaste Vardagsindex (ett index som följer attityder till vardagsdrickande över tid) är trenden bland unga (16–24 år) att bli mer återhållsam till alkohol i vardags-sammanhang, medan trenden bland de äldre är den motsatta.

Sociala sammanhang förutsätter alkohol

I en undersökning som IQ låtit Sifo genomföra i oktober 2018 bland 1 000 personer, 18 år och uppåt, svarade fler än åtta av tio (86 procent) att det finns en förväntan att dricka alkohol i sociala sammanhang. I åldersgruppen 18–34 år var motsvarande siffra 94 procent. Undersökningen visade också att var fjärde person har valt att avstå från sociala sammankomster för att man inte ville dricka. Samtidigt skiljer sig ens egen bild av alkohol i sociala sammanhang från hur man tror att andra uppfattar situationen. 64 procent av svenskarna svarade att de tror att andra kan uppleva att det är svårt att umgås med vänner utan alkohol. I åldersgruppen 18–34 år var motsvarande siffra 82 procent. Medan bara var fjärde (27 procent) svarade att de själva har känt att det är svårt att umgås med vänner utan alkohol.

Så påverkas vi av andras drickande

Ytterligare en Sifo-undersökning, som IQ genomförde i april–maj 2018 (bland 1100 personer 18 år och äldre), visade att var tredje person avstätt från att delta i sociala sammanhang för de tror att andras drickande kommer att påverka dem negativt. Över hälften av kvinnorna (53 procent) och 26 procent av männen uppgav att de någon gång blivit sexuellt trakasserad av en berusad person. Två av tre svarade att de känt sig otrygga på krogen på grund av andras drickande, lika många ute på stan. Var tredje har känt otrygghet vid fest hos vänner. En tydlig könsskillnad märktes vid fråga om otrygghet i hemmet på grund av andras alkoholkonsumtion. Där hade var fjärde kvinna (25 procent), jämfört med 12 procent bland männen, känt oro.

8/10 

Fler än åtta av tio (86 procent) upplever att det finns en förväntan att dricka alkohol i sociala sammanhang.

Källa: IQ/Sifo

Nya IQ.se

– med tips, råd och stöd i fokus

Är du orolig över en väns relation till alkohol eller har du funderat över ditt eget drickande och hur det påverkar ditt liv?

De frågorna, omtanken men också oron har IQ fångat upp i arbetet med och lanseringen av nya iq.se. Den nya sajten är mer renodlad och mobilanpassad med fokus på tips, råd och stöd till besökaren. Personer som funderar över sina egna eller någon annans alkoholvanor samt tonårsföräldrar ska kunna hitta enkla, tydliga råd och tips på allt ifrån hur man kan dricka smartare till hur man kan prata med någon man är orolig för.

Precis som på den tidigare sajten finns faktatexter om alkohol för den som vill veta mer om hur t. ex alkohol påverkar kroppen, varför det är extra skadligt för unga eller vilken roll alkoholen spelar i vårt samhälle.

För IQs nätverk och personer som vill göra skillnad finns konkreta tips på hur de kan vara med och påverka, samt möjlighet att inspireras av tidigare projekt som andra genomfört, så kallade IQ-projekt. Besökare kan även anmäla sig till nätverket och ansöka om att bli ett certifierat IQ-projekt på sajten.



För ett studentliv utan alkoholhets

Att det generellt sett dricks mycket alkohol inom studentlivet är ingen hemlighet. Samtidigt gör många universitet och högskolor insatser för att skapa en kultur där alla studenter känner sig trygga och välkomna oavsett vad de väljer att dricka – insatser som IQ stöttat under året!

I en Sifo-undersökning som IQ lät göra bland högskolestudenter under hösten 2018 uppgav runt hälften att de inte kunnat studera dagen efter att de druckit alkohol. I samma undersökning svarade nästan fyra av tio att de haft "dagen efter-ångest" och drygt hälften att en annan student försökt övertala dem att dricka alkohol eller dricka mer än de egentligen tänkt.

Kunskap och tips till festfixare

IQ har under flera år arbetat för ett mer inkluderande studentliv, där alkohol kan finnas med utan att vara i fokus. Under 2018 har vi föreläst, arrangerat workshops och deltagit i student-sammanhang där vi bidragit med kunskap och konkreta tips till festfixare vid landets universitet och högskolor. Tipsen rör allt från att se över vilka aktiviteter man erbjuder sina studenter och vilket utbud som finns i baren – till hur man kan vara en förebild för andra när det kommer till alkohol.

Under året har vi bland annat utbildat runt 600 faddrar för nya studenter vid Örebro universitet och arrangörgruppen för Sveriges största studentfestival, Lundakarnevalen. Vi har även besökt Linköpings universitets festföreningar, Lundaekonomerna, Umeå medicinska studentkår och Mittuniversitetets evenemang *Student Ski week* i Vemdalen.

Under året delades fem IQ-diplom ut till kårer och nationer som genomfört förebyggande insatser inom sin verksamhet och blivit så kallade IQ-projekt. Uppsalaekonomerna och kåren vid Lunds Tekniska högskola har exempelvis gjort viktiga insatser för att öka inkluderingen och minska alkoholhets under sina introduktionsveckor för nya studenter.

Relansering av Bottler – studentens egna fest-PT

Hösten 2018 lanserades en uppgraderad version av chatboten Bottler. Syftet med Bottler är att bidra till ett smartare festande inom studentlivet och inspirera studenter att reflektera över sina alkoholvanor. Via Facebook Messenger ger chatboten påminnelser och tips före, under och efter festen. Budskapen i årets kommunikationsinsatser handlade om att uppmärksamma och lindra negativa dagen efter-konsekvenser av alkohol. Det gjordes via annonsering i sociala kanaler, digitala skärmar på universitet och högskolor, pr-insatser och samarbeten med influencers.



För att lyfta fram de negativa effekterna av alkohol lät IQ bygga en 3D-printad hjälm. Med hjälp av tyngd, lukt och oljud påminner hjälmen om den olustiga känslan av bakfylla – som man kan lindra genom att dricka smartare med stöd från Bottler.



Uppsalaekonomerna visar stolt upp sitt IQ-diplom.



Utbildning för faddrar vid Örebro universitet.



Chatboten Bottler hängde med under Mittuniversitetets "Student ski week" i Vemdalen.

48%

har inte kunnat studera dagen efter att de druckit alkohol.

Källa: IQ/Sifo 2018

38%

har haft "dagen efter"-ångest.

52%

har upplevt att en annan student försökt övertala dem att dricka alkohol eller dricka mer än de egentligen tänkt.

Alkoholkontraktet – vilka oskrivna regler påverkar dig?

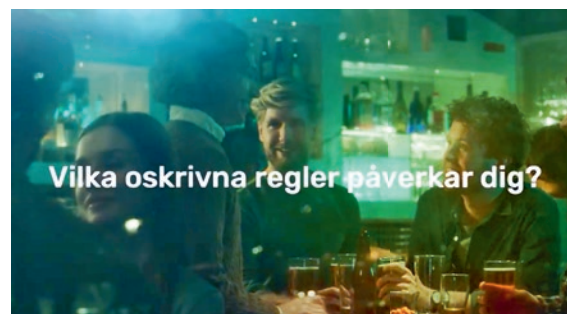
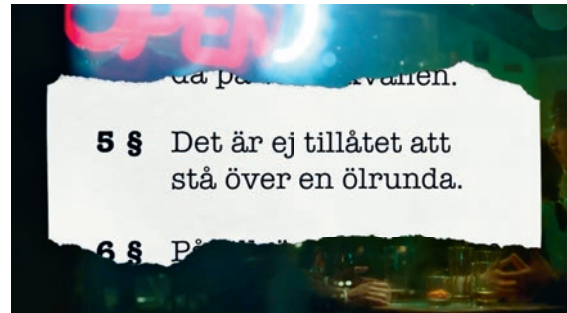
I höstens kampanj lyfte IQ frågor kring de oskrivna regler som påverkar om, hur och när vi dricker alkohol – regler som vi alla är med och formar.

I en Sifo undersökning som IQ genomfört svarade drygt 9 av 10 i åldern 18–34 år att de ser att det finns en förväntan att dricka alkohol i sociala sammanhang. Den förväntan bygger ofta på de oskrivna regler som finns i samband med alkohol. Med ett "Alkoholkontrakt" ville IQ belysa baksidorna som gör att vi ibland dricker mer än vad vi tänkt eller vill. Undersökningen visade även att 42 procent bland de i åldern 18–34 år avstår från sociala sammanhang för att man inte vill dricka. Trots att man egentligen hade velat vara med.

Människor är flockdjur som gillar att hämta varandras beteende och agera som gruppen gör. Därför kan det också bli obekvämt när vi går emot gruppen och bryter mot de regler vi har skapat rörande om och hur vi dricker alkohol. Det kan även leda till sociala följder, så som att anklagas för att förstöra stämningen eller att stämplas som stel och präktig.

Genom ett antal filmer visades exempel på sociala situationer där de oskrivna reglerna kan påverka vårt beteende. Dessa visades på TV, bio och digitalt. Frågorna lyftes även via podd-castannonsering och av influencers.

Via en facebookside lyfte IQ tips på hur man kan ifrågasätta "Alkoholkontraktet" och besökarna uppmanades att diskutera och reflektera över hur vi kan bryta mot reglerna.



9/10

9 av 10 i åldern 18–34 år uppger att de ser att det finns en förväntan att dricka alkohol i sociala sammanhang.

Källa: IQ/Sifo 2017

TIPS PÅ HUR DU IFRÅGASÄTTER DE OSKRIVNA REGLERNA

När du vill dricka mindre alkohol eller dricka alkoholfritt

- Fokusera på vad du vill ha. Istället för att säga "Jag är inte sugen på att dricka starköl", testa "Jag är sugen på att prova den alkoholfria ölen som de har här."

När du vill undvika en ölruna

- Bjud på något annat. När man inte vill dricka mer öl men vill visa att man gärna fortsätter umgås, kan det kännas viktigt att socialt "betala tillbaka". Exempelvis när det är din tur att köpa in en ölruna. Testa att bjuda på något annat istället som kan bidra till kvällen, kanske något tillugg.

När du har fest eller middag

- Lyft alla drycker. Se till att de alkoholfria dryckerna är lättillgängliga och presentera dem tillsammans med de alkoholhaltiga dryckerna.

Om någon tackar nej till alkohol

- Undvik att fråga varför. Är du genuint nyfiken och känner att du verkligen vill fråga, använd en formulering som inte är så ifrågasättande. Till exempel "Hur kommer det sig att...?"
- Erbjud alternativ. En bra fråga är "Vad kan jag köpa/erbjuda istället?"

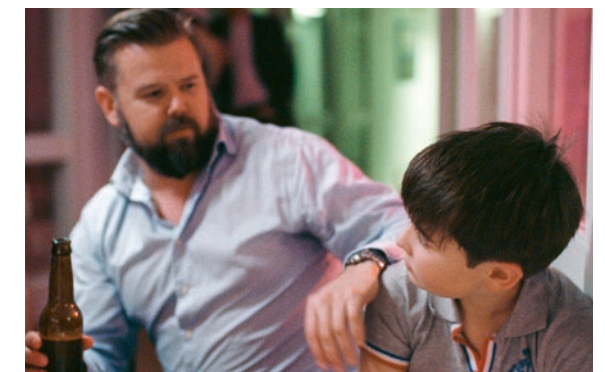
Fotboll utan Fylla

Inför säsongstart av Allsvenskan lyfte IQ återigen frågan kring Fotboll utan Fylla, för att få människor att reflektera över vilken roll alkohol har i samband med fotboll. Kommunikationen, som i första hand riktar sig till supportere som går på fotbollsmatcher, visades via digitala kanaler inriktade på fotboll. Under 2019 kommer arbetet inom ramen för Fotboll utan fylla fortsätta, med spridning av metoden till fler idrottsklubbar.



Alkoholens andrahandspåverkan

IQ vill att fler reflekterar över hur deras alkoholkonsumtion och vanor påverkar personer i omgivningen. I kommunikationsinsatsen Vem blir påverkad när du dricker?, som gick i repris i början av året, belyste IQ negativ påverkan som sexuella trakasserier, barnperspektivet och alkoholhets i en film i full längd och tre kortfilmer på tv och i digitala kanaler.



Lätt för barn och unga att köpa alkohol via sociala medier

Alkohol beställd via sociala medier och levererad direkt till dörren är tyvärr en alltför vanlig förekomst. Inför skolavslutningen och stundande sommarlovet gjorde IQ en satsning för att uppmärksamma föräldrar på hur enkelt och farligt det är för barn och unga att köpa alkohol via sociala medier.

För att informera och öka kunskapen om riskerna med att köpa sprit via sociala medier skapade IQ ett antal konton på Instagram som liknar de konton som idag säljer alkohol till ungdomar. Syftet var att nå barn och unga för att mer ingående

beskriva riskerna med att köpa sprit via sociala medier. Satsningen blev uppmärksammad i både media och på sociala medier och ledde även till att Facebook, som äger Instagram, uppmärksammade problemet och vidtog åtgärder.

IQ inleder nytt samarbete med Perfect Fools

Efter ett tolv år långt och framgångsrikt samarbete som innefattade många uppskattade och prisbelönta kommunikationsinsatser valde IQ och Forsman & Bodenfors i samförstånd att avsluta sitt samarbete under våren. Efter en omfattande process för att hitta en ny kommunikationspartner föll valet på Perfect Fools, som kommer ansvara för den externa kommunikationen i samarbete med IQ.



Rekordartikel på KIT

Under året har IQ samarbetat med KIT, en digital publicist, för att förmedla IQs kunskap och budskap på nya sätt i syfte att nå ut till intresserade personer på sociala medier. Kommunikationsinsatser med olika teman togs ut i både artiklar och videoklipp. Resultaten var goda,

målen nåddes och skapade önskat engagemang. En av artiklarna slog till och med rekord bland KITs kommersiella artiklar, den hade över 10 000 läsare, fler än 140 delningar samt 35 timmar i spenderad lästid.

Prisregn över satsningen Fotboll utan Fylla

Satsningen Fotboll utan Fylla vann pris i två kategorier på Spinn-galan, Sveriges största PR-tävling, samt 75 Watt inom kategorin Ideellt i reklamtävlingen 100 wattaren som belönar kommunikation som gett bevisad effekt.



Karin Hagman, vd, Mats Mehlberg, pressansvarig och Åsa Markén, kommunikationsansvarig från IQ på Spinn-galan.

SPINN: Årets integrerade kampanj

Juryns motivering:

Den här kampanjen tar begreppet integrerad kampanj till en ny nivå. Med Facebook, workshops, poddar, partnerprogram, skådespelare och blåsa i mätare, fick IQ inte bara en kampanj utan ett helt åtgärdsprogram mot fylla på fotbollsmatcher.

Årets samhällsinformationskampanj

Juryns motivering:

En riktig samhällsinformationskampanj når och mobiliserar alla målgrupper som ska påverkas, alltså av kommunikation. Det är Fotboll utan Fylla ett skolexempel på.



Anna Daniel, Forsman och Bodenfors och Åsa Markén, IQ, på 100 Wattaren.

100 WATTAREN

Juryns motivering:

Fotboll ska vara glädje och gemenskap – inte fylla och våld. Årets 75-wattare går till en kampanj som bidragit till att få ner promillen och som med humor och allvar nått ut på ett effektivt sätt.

Tonårsparlören

– stöd för föräldrar

Hur pratar man om alkohol? Ska man sitta vaken och vänta tills tonåringen kommer hem på natten, eller kan man lita på att hon eller han gör som planerat? Vad bör man tänka på när det är dags för föräldrafri fest? För föräldrar kan frågorna vara många när det kommer till alkohol och ungdomar. Därför ger IQ ut Tonårsparlören varje år.



Tonårsparlören postades till alla vårdnadshavare till barn som fyllde 14 år under året.

Tonårsparlören innehåller fakta, argument och tips framtagna tillsammans med terapeuter, läkare och forskare. Syftet är att underlätta samtal mellan föräldrar och deras tonåringar och boken är aktuell under hela tonårstiden.

Veckan före valborg postades Tonårsparlören till alla vårdnadshavare med barn som fyllde 14 år under året. Lagom till valborg, skolavslutningar och höstlov genomfördes också kommunikationsinsatser för att sprida konkreta tips och råd till tonårsföräldrar via nyhetsmedia, digitala och sociala medier. Boken kunde även hämtas gratis i Systembolagets butiker. På tonarsparloren.se finns innehållet som ljudbok och som läsbar webbversion på svenska och engelska.

” Prata med min 14-åring om alkohol och tonår när jag kom hem idag. IQ:s fantastiska tonårsparlör landar snart hos 100 000 hushåll.

Socialminister Annika Strandhäll på Twitter i april 2018

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 ett kit med informationsmaterial baserade på Tonårsparlören, exempelvis samtalsguide, presentationsbilder och affischer. Flera workshops – som tillsammans samlade alkoholförebyggare från 21 län – genomfördes under året för att öka kännedomen om materialen och inspirera till lokala insatser. Under våren skickades också drygt 8 000 böcker till kommuner, länsstyrelser och beslutsfattare.

Uppföljningar visar att omkring sju av tio med ansvar för att samordna kommunalt alkoholförebyggande arbete haft användning av Tonårsparlören under 2018.

SEX AV TIO HAR ANVÄNT TONÅRSPARLÖREN I SAMTAL MED SITT BARN

6 av 10

Bland de föräldrar som fick boken hemskickad och läst den, har nio av tio diskuterat innehållet med någon, 61 procent med sin tonåring. 85 procent, fler än tidigare år, svarar att de sparar boken. Och fler än sju av tio har en positiv tilltro till att Tonårsparlören hjälper till att minska alkoholkonsumtionen bland tonåringar.

TONÅRINGAR VILL HA HJÄLP ATT SÄGA NEJ

9 av 10

I en undersökning som IQ låtit Norstat genomföra bland 512 ungdomar mellan 14–17 år uppger nio av tio att det är bra att föräldrar pratar med sina barn om alkohol. 87 procent tycker det är bra att föräldrar hjälper till med anledningar att säga nej till alkohol.

Flerspråkig broschyr om alkohol och unga

För föräldrar som är nya i Sverige kan frågor om alkohol och den svenska alkoholkulturen vara extra utmanande. Därför har IQ tagit fram broschyren Alkohol och tonåringar, till dig som är förälder. Broschyren är ett komplement till Tonårsparlören och finns på lätt svenska, arabiska, somaliska, dari, tigrinja och

engelska. En utvärdering 2018 bekräftade att det finns ett stort behov av information på olika språk, vilket bland annat resulterade i att länsstyrelserna gjorde ett gemensamt nytryck av broschyren för spridning i landets kommuner.



Ett nätverk för dig som vill bidra till en smartare syn på alkohol – tillsammans med andra

IQs nätverk samlar personer som vill bidra till en smartare syn på alkohol, tillsammans med andra. Här möts yrkesverksamma, ideellt aktiva och engagerade privatpersoner för att utbyta kunskap och erfarenheter – och för att få inspiration till nya insatser.

IQ vill skapa engagemang som håller över tid. Det görs bäst genom att samarbeta och inspireras av varandra. För att samla både personer och goda idéer inom det förebyggande arbetet finns IQs Nätverk. Oavsett om man är engagerad som privatperson eller genom sitt arbete är man välkommen och en viktig tillgång.

I nätverket ingår en bredd av aktörer som på ett eller annat sätt är engagerade i det förebyggande arbetet runt om i landet. De lokala kontaktnäten inom IQs nätverk är viktiga för att åstadkomma förändring i frågor kopplade till alkohol.

Med nätverket vill IQ erbjuda en plattform för erfarenhetsutbyte, inspiration och att stärka samverkan mellan aktörer inom det förebyggande arbetet. Det görs bland annat genom att arrangera mötesplatser där nätverket träffas för att få ny kunskap och utbyta erfarenheter med varandra.

Drogfokus

IQ deltar även vid utvalda konferenser. Ett viktigt forum under året var den nationella drogpreventionskonferensen DrogFOKUS som arrangerades i Uppsala under hösten. Konferensen samlar en stor bredd av aktörer från det drogförebyggande arbetet. Vid konferensen arrangerade IQ ett seminarium om marknadsföring i digitala kanaler samt presenterade arbetet med Fotboll utan Fylla. IQ deltog även som samarbetspart och utställare.



Seminarium om projektet "Fotboll utan fylla" under konferensen DrogFOKUS i Uppsala.



Nätverksträff i Malmö.

Inspirationsträffar med tema alkohol och idrott

Under hösten arrangerade IQ inspirationsträffar med temat alkohol och idrott på sex orter runt om i Sverige. Syftet var att samla ett lokalt nätverk av engagerade för att sprida kunskap och diskutera synen på alkohol inom idrotten. Teman som lyftes var bland annat alkohol och machokultur inom idrotten och hur ledare inom ungdomsidrotten kan agera förebilder när det kommer till alkohol. Som gästföreläsare under träffarna deltog jämställdhetsstiftelsen Make Equal. Inför träffarna tog IQ fram en uppdaterad version av broschyren Ledarkollen, ett stöd för ledare inom idrotten i frågor som rör alkohol.



” Syftet med träffarna var att samla ett lokalt nätverk av engagerade för att sprida kunskap och diskutera synen på alkohol inom idrotten.



Deltagarna vid IQs debatter: Kristina Wicksell, Make Equal. Karin Hagman, IQ. Lucas Nilsson, Tankesmedjan Nocturum. Isabelle Benfalk, UNF. Anna Horn, Liberala ungdomsförbundet. Mattias Grundström, Alkoholleverantörernas granskningsman. Helena Nanne, Moderata ungdomsförbundet.



Almedalen

Ytterligare ett viktigt forum är Almedalsveckan i Visby. I år anordnade IQ ett seminarium om hur man når ut med sin kommunikation till unga samt tre kortare debatter om tre olika alkoholpolitiska frågor. Utöver det deltog IQs vd Karin Hagman i en rad olika sammanhang under veckan.

1310 unika IQ-projekt!

Varje dag görs fantastiska förebyggande insatser runt om i landet. För att uppmärksamma personerna bakom och inspirera fler till liknande initiativ, har IQ under många år diplomerat insatser som förhindrar eller minskar alkoholens skadeverkningar i samhället, 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 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 en idébank på iq.se. De kan också uppmärksammas av IQ i kampanjer och på andra sätt.

Under året har 40 insatser blivit IQ projekt, vilket innebär att vi innan 2018 års slut totalt samlat 1310 IQ-projekt! Läs mer om några av årets IQ-projekt här bredvid.

ALLA IQ-PROJEKT FINNS PRESENTERADE I IDÉBANKEN PÅ IQ.SE



Lokala IQ-inspiratörer lyfter goda insatser

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.

Under 2018 har åtta inspiratörer från Norrbotten, Jämtland, Västra Götaland, Östergötland, Småland och Skåne varit verksamma.

En viktig del av IQ-inspiratörens arbete är att uppmärksamma IQ-projekt. Under 2018 nådde inspiratörerna målet på sammanlagt 1310 IQ-projekt sedan IQ bildades 2005.



AVSLUTNINGSFIRANDET SISTA NATTEN MÉ GÄNGET

IQ NO 1270 För trettionde året samarbetade 21 kommuner i Västra Götaland för att erbjuda elever i årskurs nio ett minnesvärt alkoholfritt avslutningsfirande på Skara sommarland. Initiativet från Skövde kommun har under åren blivit enormt uppskattat och lockar nära 80% av niondeklassarna från de deltagande kommunerna. Samtidigt har det bidragit till att minska berusningen bland elever i årskurs åtta, som annars "dragits med" i de äldre ungdomarnas festande.

EN HISTORISK AW PÅ ESKILSTUNA STADSMUSEUM

IQ NO 1304 Utökade öppettider, skräddarsydda visningar och den ovanliga uppmaningen att ta med sig mat till de alkoholfria drycker som serverade är några av de kreativa idéer Eskilstuna stadsmuseum sjösatte för att skapa en historisk aw. Med initiativet ville museet erbjuda en kväll där alla känner sig välkomna och där upplevelsen, inte alkoholen, står i centrum. Samtidigt ville man locka personer som annars inte väljer att gå på museum. Resultatet blev en väldigt uppskattad kväll med hela 426 besökare!



STREET BASKET TOURNAMENT I NORRKÖPING

IQ NO 1310 För andra gången arrangerade Hageby hus fritidsgård i Norrköping basketturneringen Street basket tournament. Med turneringen ville fritidsgården erbjuda Norrköpings unga en kväll utöver det vanliga – ett stort dragfritt evenemang där tjejer och killar från olika stadsdelar förenas genom basket, musik och andra roliga aktiviteter. God planering, artister som dragplåster och bra samarbete med andra aktörer i kommunen och med ungdomarna själva gjorde kvällen en succé. 600 unga från olika stadsdelar deltog och nu är planen att göra turneringen till en tradition för unga i Norrköping.

Publicitet under året

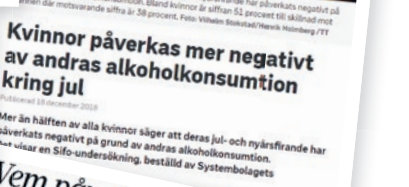
Att IQs arbete berör förstår man när man ser vilket genomslag våra projekt har i medierna. Även i år har IQs genomslag i medierna varit stort.

Teman som dominerade publiciteten under året:

- Attityder till alkohol
- Ungdomars alkoholvanor
- Alkoholindex
- IQ polisanmäler spritkonton på Instagram
- Vem blir påverkad när du dricker?
- Tonårsparlören
- Alkoholkontraktet
- IQ-projekt
- Alkohol och fotboll
- Studenter och alkohol
- Alkoholreklam

”Attityder till alkohol” var temat som dominerade publiciteten. Det inrymmer alla utspel kring jul- och semesterdrickande. Ungdomars alkoholvanor kom på andra plats bland teman i mediebildens.

Att frågor och projekt som IQ driver får uppmärksamhet i media visar på att det vi gör engagerar många, att det är viktigt och har en hög trovärdighet. Här följer ett urval av vad som skrivits och sagts om IQ under året.



Källhänvisning
Det sker en gradvis normalisering av alkohol i samhället – TT, 6 mars
Den viktigaste förtäringen när svenskar går på fotboll – Metro, 3 april
Socialminister Annika Strandhäll på Twitter – 11 april 2018
Spritin hindrar många från att träffas – Svenska Dagbladet, 17 maj
Föräldrar oroar sig inför skolavslutningen – Helsingborgs Dagblad, 5 juni
Spritkonton på Instagram anmäls för langning – Metro, 13 juni
Vem påverkas av ditt drickande? – Nya Wermlands-Tidningen, 30 juni
Diplom till Sista natten-gänget – Skaraborgs Allehanda, 6 september
Studenter: Lättare att "passa in" med alkohol – Borlänge Tidning, 25 september
Föräldrafria hemmafester – TV4 Nyhetsmorgon, 23 oktober
Stå på dig – du måste inte ta det där glaset – Aftonbladet, 1 november
Svenskar känner press att dricka – Norra Skåne, 7 december
Alkohol på julfesten – TV4 Nyhetsmorgon, 11 december
Kvinnor påverkas mer negativt av andras alkoholkonsumtion kring jul – SVT Nyheter, Rapport och Aktuell, 18 december
Vuxnas juldrickande slår hårt mot barnen – Svenska Dagbladet, 26 december

Styrelsen



TOBIAS FROHM
Styrelseordförande
Född 1965

Tobias Frohm är personaldirektör på Systembolaget med lång erfarenhet av HR-frågor. Han har tidigare arbetat som HR-direktör på Lernia AB, HR Lead Sweden på Accenture samt varit chef för Consultus Leadership Partner AB.



GÖRAN JOHNSSON
Född 1945

Göran Johnsson är 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
Född 1980

Kristina Ljungros är konsult med ett längre uppdrag av nobelpristagare Kailash Satyarthi och en flitigt anlitad föreläsare och moderator i frågor som styrelsearbete samt opinions- och påverkansarbete. Tidigare har Kristina varit förbundsordförande för RFSU, arbetat för Forum Syd och haft många utlandsuppdrag.



JENS NORDFÄLT
Född 1966

Jens Nordfält är 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
Född 1964

Sara Norell är avdelningschef sortiment och inköp på Systembolaget, sedan 2007. Tidigare har Sara arbetat som direktör och chef på Arvid Nordquists och som Food & Beverage Manager inom Radisson SAS koncernen.



PETRA JANKOV
Född 1973

Petra Jankov är 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
Född 1952

Peter Allebeck är professor i socialmedicin vid Karolinska Institutet, arbetar huvudsakligen med forskning om alkohol och narkotika. Peter är också läkare vid Centrum för epidemiologi och samhällsmedicin inom Stockholms läns landsting och huvudsekreterare på Forte, Forskningsrådet för arbete, hälsa och välfärd.



PETER SETTMAN
Född 1969

Peter Setzman är vd och Creative Director på produktionsbolaget Brain Academy som skapar och finansierar både svenskt och internationellt drama. År 1989 grundade Peter produktionsbolaget Baluba, där han var verksam under 25 år.

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

