

The logo consists of the letters 'IQ' in a bold, white, sans-serif font, set against a solid orange square background.

# 2020

VERKSAMHETSBERÄTTELSE

## Alkohol under pandemin

### Alkoprofilen & Fyllepodden

Tillbaka i ny form

1374  
unika  
IQ-  
projekt!

## Oförsiktighet och FOMO

## Innehåll

- 2. Vd-ord
- 4. Alkoholkonsumtionen i Sverige idag
- 7. Mötesplatser och samarbeten
- 8. Kommunikationsinsatser
- 12. Tonårsparlören
- 16. IQ projekt och inspiratörer
- 20. IQ i media

## Det här är 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 det. Det är därför IQ finns. Vår 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 skapa medvetenhet, eftertanke och engagemang kring det egna och andras drickande. På så sätt bidrar vi till att minska alkoholens skador i samhället.



### KUNSKAP, KOMMUNIKATION & NÄTVERKANDE

IQs arbete vilar på en kunskapsgrund. Vi tar fram och presenterar ny kunskap om attityder och olika aspekter av alkohol och vi sprider befintlig kunskap på nya sätt.

Genom olika kommunikationsinsatser vill vi skapa medvetenhet och eftertanke. På så sätt kan vi bidra till en beteendeförändring – både hos individen själv och dennes omgivning.

För oss på IQ är det viktigt att samarbeta med andra. På så sätt kan vi sprida vår kunskap, lära av andra och förstå vilka insatser som gör störst skillnad.





## IQ – för ett smartare förhållningssätt under pandemin

Efter ett par glas kan riktlinjerna bli suddiga. Kanske känns de också lite mindre viktiga att följa – i en tid när vi behöver vara mer försiktiga än någonsin.

Som för andra, har 2020 varit ett utmanande år för IQ. Frågorna var många när pandemin svepte in. För hur bidrar man egentligen till ett smartare förhållningssätt till alkohol när hela samhället befinner sig i en kris? På IQ har vi försökt påminna om att ta särskilt väl hand om sig själv och sina nära. Vi har uppmuntrat till att tänka på immunförsvaret, att inte tröstdricka för att bota corona-oron och att vara extra uppmärksam på hur vi själva och andra mår, när vi inte träffats som vanligt.

Eftersom alkohol påverkar omdömet och därmed också förmågan att förhålla sig till Folkhälsomyndighetens rekommendationer, har vi också påmint om hur lätt det är att glömma bort att vara försiktig när man är berusad; att festa tätt ihop, kramas, glömma att tvätta händerna och ta bussen hem trots trängsel.

### Nya vägar framåt

Under året fortsatte vi samtidigt att utveckla vårt kommunikationsarbete. Två sådana exempel är flera nya influencersarbeten och att vi slutat med kampanjer i TV för att helt gå över till digital kommunikation, en förändring som bidragit till att vi nu bättre når ut till unga vuxna.

Efter ett par års paus lanserades under hösten en ny säsong av vår egen podcast Fyllepodden. Syftet är att bidra med både kunskap och reflektion genom att lyfta fenomen som många kan relatera till. Fyllepodden kommer med ännu en säsong under våren 2021.

En ofta integrerad tjänst i IQs insatser är Alkoholprofilen, Sveriges största digitala självtest av alkoholvanor. I början av året nylanserades tjänsten, som nu fokuserar mer på personlig återkoppling och på att motivera till förändring. Under året genomfördes över 240 000 test, vilket är en tydlig ökning jämfört med tidigare år. 65% av dem som testade sina vanor fick ett resultat som tyder på riskbruk eller skadligt bruk av alkohol – vilket visar att Alkoholprofilen behövs!

### Tillsammans med andra

Förebyggande arbete görs bäst tillsammans med andra. Därför arrangerar vi mötesplatser och deltar i sammanhang där aktörer som verkar förebyggande samlas.

I början av året hann vi ordna ett 10-årsfirande för vår egen attitydundersökning Alkoholindex och ett uppskattat lunchseminarium för den nya Alkoholprofilen. När pandemin kom ställde vi om till digitala mötesplatser. Vi anordnade bland annat webinarium på teman som *Hur mår unga under pandemin?* och *Hur kommunicerar man under en kris?* Som vd är jag också stolt över att IQ fortsätter att efterfrågas som föreläsare i olika sammanhang.

Nu ser jag fram emot det nya året!

Karin Hagman  
Vd, IQ





# Alkohol- konsumtionen i Sverige idag

Svenskarnas konsumtion har förändrats det senaste decenniet. Vi dricker mindre och har ändrat våra konsumtionsmönster.

Alkoholkonsumtionen i Sverige har minskat de senaste åren. Det är framför allt män som dricker mindre idag, medan kvinnors konsumtion varit relativt konstant de senaste åren. Det innebär att skillnaden mellan kvinnors och mäns konsumtion har minskat. Ändå dricker män i snitt 80 procent mer än kvinnor. Senaste mätningarna visar att svenskar över 15 år dricker i genomsnitt 8.7 liter ren alkohol per person och år.

Allt detta ser vi i de så kallade Monitormätningarna från Centralförbundet för alkohol och narkotikaupplysning, CAN. Mätningarna, som följer svenskarnas bruk av alkohol och tobak, visar också att alkoholkonsumtionen blivit något mindre berusningsorienterad. Däremot blir "vardagsdrickande", att ta sig ett glas till maten en vardagskväll till exempel, vanligare.

## Ungdomar dricker allt mindre

CAN gör också årliga undersökningar om skolevers drogvanor. I den senaste undersökningen uppger fler tjejer än killar i nian att de dricker alkohol, 46 procent av tjejerna och 38 procent av killarna. Det är bland de lägsta siffrorna som uppmätts sedan undersökningen startade 1971. Andelen elever i gymnasiets årskurs 2 som dricker har också minskat, från nästan 90 procent år 2004 till 69 procent i år.

**Trots denna positiva trend,  
där ungdomar dricker  
allt mindre, leder alkohol  
fortfarande till problem.**

Att hamna i bråk, förlora och förstöra saker eller bli fotad eller filmad i en pinsam situation, är några av de vanligaste problem som ungdomar varit med om då de druckit alkohol.

## ALKOHOL UNDER PANDEMIN

Under 2020 spred sig det nya coronaviruset, covid-19, över världen. Det har påverkat allas vardag och i många länder även alkoholkonsumtionen. I Sverige visar dock mätningarna det motsatta. I undersökningar från Systembolaget uppger de flesta att de inte förändrat sin alkoholkonsumtion under pandemin. Åtta procent svarar att de ökat sin konsumtion medan 15 procent istället menar att de druckit mindre under pandemin. Störst minskning i konsumtionen syns bland 17-29-åringar, där 29 procent uppger att de dricker mindre jämfört med samma period förra året. En förklaring kan vara att sociala sammanhang, där många tidigare druckit, uteblivit på grund av restriktioner.

## Alkoholindex 2020

IQs årliga undersökning Alkoholindex tar tempen på svenskarnas attityd till alkohol i olika sammanhang. Årets undersökning visar att klart färre tycker att det är helt fel att bli berusad när barn är med, jämfört med för tio år sedan, från 61 procent 2010 till 52 procent 2020. Färre män (43 procent) än kvinnor (61 procent) tycker att det är helt fel.

# 52%

Tycker det är helt fel att bli berusad bland barn.





**“Det som kan hända när du dricker alkohol är att du inte blir lika mottaglig för barnets signaler. Utgå ifrån dina förväntningar på andra, exempelvis en barnvakt. Vad tycker du är okej att den gör när den tar hand om ditt barn? Vad känns tveksamt? Om du använder det som vägledning kan du hitta ett bra förhållningssätt för dig själv.”**

–Sara Wallhed Finn, legitimerad psykolog på alkoholmottagningen Riddargatan 1 vid Beroendecentrum Stockholm och medicine doktor vid Karolinska institutet.

Frågan om berusning runt barn är en av sju frågor som varje år ställs i Alkoholindex. Undersökningen, som genomförs av Novus, tar fram ett samlat mått på hur återhållsam attityden till alkohol är. Alkoholindex för år 2020, som baseras på 4189 intervjuer, blev 63,4. Det kan jämföras med det högsta uppmätta värdet på 67 2013 och det lägsta värdet på 62,8 2019. 25–34 åringar har den mest tillåtande attityden till alkohol och män är mer tillåtande än kvinnor.

### VAD HAR FÖRÄNDRATS SEDAN 2010?

Attityder förändras långsamt. Även om det övergripande resultatet har varit relativt stabilt över åren, har det skett förändringar sedan Alkoholindex första mätning:

- Män har blivit mer återhållsamma, men är fortfarande betydligt mer tillåtande till alkohol än vad kvinnor är.
- Färre tycker att det är helt fel att bli berusad när barn är med.
- Färre tycker att det är helt fel att bjuda ungdomar under 18 år i den egna familjen på alkohol.
- Färre anser att det är helt fel att någon gång köra bil när man druckit ett glas vin eller en öl.

## Mötesplatser och samarbeten

**Vi vill bidra till en rörelse för ett smartare förhållningssätt till alkohol. För att lyckas delar vi erfarenheter och samverkar med andra. Vi bjuder in till egna träffar och deltar i sammanhang där aktörer som arbetar för att förebygga alkoholens skador samlas. På grund av pandemin fick vi i år ställa om till fler digitala mötesplatser.**

Några exempel på mötesplatser under året:

### Hur mår unga under pandemin?

I juni arrangerade IQ och organisationen MIND ett digitalt frukostseminarium där representanter från Ungdoms-

barometern och Ale kommun deltog för att diskutera temat *Hur mår unga just nu?* Samtalet fokuserade mycket på hur vi vuxna kan vara ett stöd för unga i en tid som kantas av oro. Seminariet vände sig särskilt till personer som arbetar förebyggande i län och kommun.

Tillsammans med Mind gjorde vi också en film om hur man kan stötta en vän man är orolig för. Filmen delades i sociala medier.

### Hur kommunicerar man under en kris?

I november arrangerade IQ ett öppet event på Facebook för alla med intresse för hur man kommunicerar under en kris. Frågor som om man orkar med fler budskap om hälsa mitt under en pandemi diskuterades tillsammans med en panel bestående av kommunikationsexperten med olika perspektiv på frågan.

FOTO: IQ



Från vänster: Magnus Sandebree (Daresay), Karin Hagman (IQ), Therese Björqvist (Doberman), Simon Bohm (Doberman) och Linda Lindström (Beteendelabbet).

### KAN DIGITALA LÖSNINGAR BIDRA TILL BETEENDEFÖRÄNDRING?

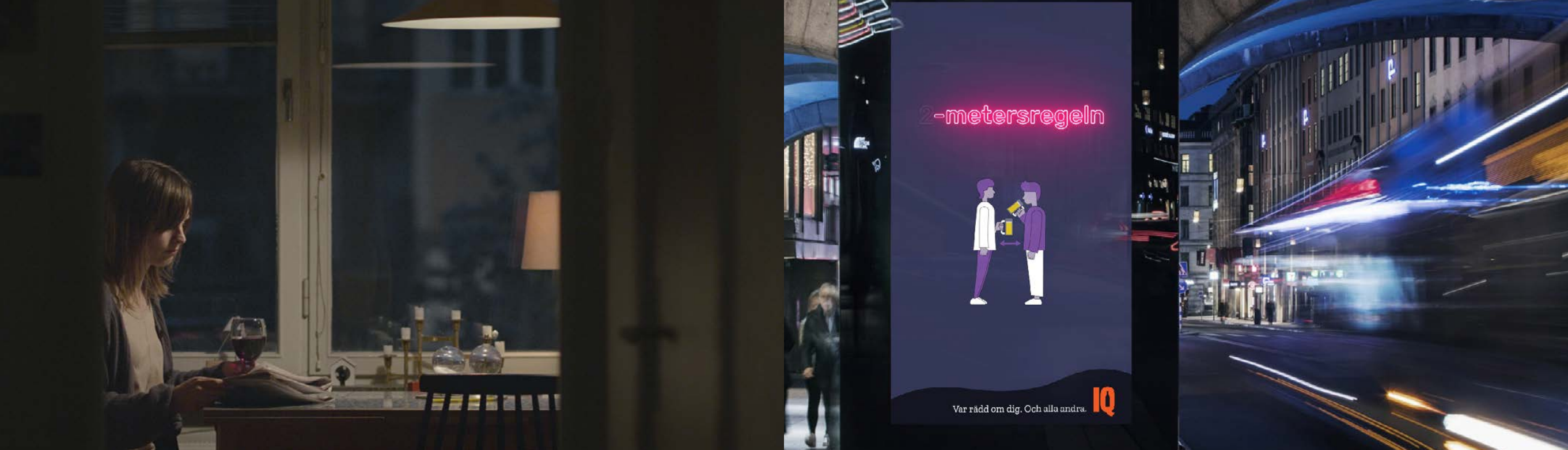
Innan pandemin slog till hann vi lansera den nya versionen av Alkoholprofilen under ett välbesökt lunchevent. Syftet var att dela inspirerande och innovativa digitala lösningar som kan bidra till attityd- och beteendeförändringar. Under eventet deltog representanter från Beteendelabbet och de digitala byråerna Daresay och Doberman.

### ALKOHOLINDEX 10ÅRS- JUBILEUM

I samband med årets lansering av Alkoholindex passade vi på att fira undersökningens 10års-jubileum. IQ bjöd in till en afterwork med mingel och scenprogram. Undersökningen presenterades tillsammans med Novus och en expertpanel kommenterade resultaten. Totalt var närmare 70 personer på plats.



FOTO: IQ



## Att ta ett glas för att...

På grund av pandemin behövde vi tänka om kring vårens stora kampanj. Vi valde att uppdatera kampanjen "För att..." från 2016, då den lyfter teman och frågor som vi upplevde aktuella i den nya verklighet som vi befann oss i under våren 2020.

Tanken med kampanjen var att uppmärksamma vanor som smyger sig på, utan att vi märker det. Som att ta sig ett glas vid allt fler tillfällen – för att det är fredag, lill-lördag, en extra tråkig måndag, för att sätta guldkant på tillvaron eller, bara för att... Det är lätt hänt att det blir lite för många tillfällen, lite för ofta – utan att vi funderar så mycket på det.

Genom att låta målgruppen män och kvinnor mellan 20 och 40 år reflektera över vilka "för att..." de har, ville vi få fler att fundera över sina egna alkoholvanor. Vi uppmuntrade också till att göra IQs självtest Alkoholprofilen om man upplevde att det blir ett glas lite för ofta.

### En kampanj i två steg:

Kampanjen pågick först under fyra veckor i maj och juni, med fyra filmer som syntes i Play-kanaler, på Youtube och som annonser i sociala medier. Alla annonser hänvisade till IQs självtest Alkoholprofilen.

I en fortsättning av kampanjen samarbetade vi med fyra Youtube-profiler; Kristina "Keyyo" Petrushina och Hampus Hedström samt Anis Don Demina och Diego Mami. Vi samarbetade även med två podcasts; JLCs "Mellan himmel och jord" samt Brita Zackari och Parisa Amiris podd. Den här delen av kampanjen pågick fram till augusti.

Utvärderingar visade att kampanjen mottagits väl i målgruppen.

## Oförsiktighet och FOMO

Pandemin gjorde att vi behövde tänka om även för höstens stora kommunikationsinsats. Istället för en stor kampanj fokuserade vi på att vara snabbfotade och ta fram flera idéer som anpassades till hur omvärlden såg ut. Efter att ha utforskat flera möjliga infallsvinklar landade vi i ett övergripande tema kring oförsiktighet.

De flesta av oss följer riktlinjerna på ett bra sätt. Vi håller avstånd, tvättar händerna noggrannare än någonsin och tänker på vilka vi väljer att träffa. Men alkohol förändrar våra tankar, vårt beslutsfattande och beteende. Efter några glas faller vi lätt tillbaka i gamla vanor – och plötsligt har vi glömt att vara försiktiga.

Syftet med insatserna var att få unga vuxna att reflektera över hur alkohol påverkar deras beteende och försiktighet i corona-tider och att hjälpa målgruppen, män och kvinnor mellan 18–40 år, att dricka smartare och att vara försiktiga mot både sig själva och andra.

Kampanjen inleddes i slutet av september i digitala kanaler och på utomhustavlor runt om i landet. Innehållet utgick ifrån rådande riktlinjer med en twist och koppling till alkohol. I ljudsekvenser dramatiserades till exempel hur en lugn kväll med en vän och några glas lätt kan bli en större fest med många personer.

Med tanke på den unga målgruppen och insikten att många inom den upplever eller är bekanta med känslan av FOMO ("fear of missing out" – rädslan att gå miste om en upplevelse) togs annonser på ämnet fram. Tanken var att visa att vi förstår att det är tufft nu, men också påminna om att vi behöver hjälpas åt att inte sprida FOMO utan istället träffa få och skipa festen.



# 8 av 10

I gruppen 18–34 år tycker att det är lätt att glömma att hålla avstånd till andra när man har druckit alkohol.

# 7 av 10

Uppger att de är oroliga över att någon ska ta mindre hänsyn till andra människor när de är alkoholpåverkade i sociala sammanhang.

# 28%

Anser att de själva glömmar att vara försiktiga då de druckit.

Kantar Sifo genomförde, på uppdrag av IQ, en riksrepresentativ undersökning under perioden 16–19 september 2020. Totalt deltog 1 044 personer i åldern 18–79 år.



### Hemmabaren som aldrig stänger

När uppmaningarna att stanna hemma förstärktes och baren och restauranger stängde tidigt uppmärksammade vi riskerna med att "baren flyttar hem" – att det lätt blir några extra glas och en extra lång kväll. Med den här insatsen ville vi påminna om hur viktigt det är att dricka ansvarsfullt och vara rädd om sig, även på hemmaplan.

För att förstärka budskapen samarbetade vi med fyra podcasts; Alla goda ting är tre, Mathilda och Andrea, JLCs mellan himmel och jord samt Brita Zackari och Parisa Amiri. I poddarna lyftes temat kring oförsiktighet utifrån egna erfarenheter och tankar.

Kampanjen gav fina resultat. Utvärderingar visade att budskapet gick fram och att målgruppen tyckte att det är positivt att IQ lyfter temat.

## Alkoflexa – ett nytt ord för att slippa alkoholtjat

Det finns oskrivna regler som påverkar om, hur och när vi dricker alkohol. Sociala regler som vi alla är med och formar och som hjälper oss lite på traven när vi är osäkra på hur vi ska bete oss. Men, ibland gör reglerna att vi dricker mer än vad vi tänkt eller vill. Eller, att vi undviker sammanhang bara för att vi inte har lust att dricka.

I en undersökning som IQ gjorde i samarbete med Novus svarade 25 procent av alla tillfrågade kvinnor att de ofta eller ibland upplever det jobbigt eller svårt att förklara varför de helt eller delvis avstår alkohol. Bland unga i åldern 18–29 år kände 35 procent så.

Det här vill vi på IQ ändra på.

Det långsiktiga målet är såklart att ingen ska behöva förklara varför de avstår alkohol. Men utifrån undersökningar och diskussioner med olika målgrupper verkar vi tyvärr inte vara där än och då kan Alkoflexa vara en hjälp på vägen. IQ kommer att jobba vidare för att man bara ska kunna säga nej.

# 35%

Unga i åldern 18–29 upplever det är jobbigt eller svårt att förklara varför de helt eller delvis avstår alkohol.

### Omröstning för att finna bästa ordet

Tillsammans med två influencers, Hanna "Hanapee" Person och Flora Wiström, samt Facebookgruppen Heja Livet, gjordes en omröstning i sociala medier för att finna ett begrepp som beskriver att man vill dricka alkohol ibland – och ibland inte. Allt för att göra det enklare att avstå alkohol utan att behöva ange en anledning. Bland många bra förslag vann ordet Alkoflexa.

Kampanjen, som vände sig till unga kvinnor, skapade många bra diskussioner och en dialog med målgruppen kring de här frågorna.

### FÖRFATTAREN OCH BLOGGAR- EN FLORA WIKSTRÖM LYFTER FRÅGAN I ETT EGET INLÄGG:

"Har du upplevt att det är svårt att säga nej till alkohol? Jag har. Speciellt under försommaren och sommaren. Maj månad är uteserveringsmånaden, åh, den underbara. Plötsligt har man druckit alkohol fem dagar i sträck. Det var inte tänkt så, men man är så lättövertalad i maj."

# Tonårsparlören guidar föräldrar i frågor om alkohol

## Med fakta, tips och argument guidar handboken Tonårsparlören i frågor om ungdomar och alkohol.

Tonårsparlören samlar frågor och funderingar som ofta uppstår när ens barn slutar vara barn och blir tonåring istället. Boken, som IQ gör för 15e året, skrivs tillsammans med psykologer, familjeterapeuter, läkare, forskare, föräldrar och ungdomar själva.

Veckan före valborg postades Tonårsparlören till alla föräldrar och vårdnadshavare med barn som fyller 14 år under året - en tid då många unga kommer i kontakt med alkohol. I samband med valborg och skolavslutningar genomfördes också flera insatser för att sprida tips och råd till tonårsföräldrar via nyhetsmedia, digitala och sociala medier. Boken fanns även att hämta gratis i Systembolagets butiker runt om i landet.

Likt tidigare finns bokens innehåll att ta del av på tonårsparlören.se – även på engelska och som ljudfil. Här finns också Tonårsparlören – the movie, där programledaren Ina och psykologen Karl guidar tittaren runt bland några typiska scener som kan utspela sig mellan tonåringar och deras föräldrar.

### Uppskattat arbetsmaterial för lokala insatser

Runt om i landet görs många insatser för att stärka föräldrar 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 ett quiz som kan användas under möten med föräldrar.

Under våren skickades också drygt 8 000 handböcker till kommuner, länsstyrelser och beslutsfattare. Genom uppföljningar ser vi att många med ansvar för att samordna kommunalt alkoholförebyggande arbete haft stor användning av Tonårsparlören och materialet under 2020.



## SEX AV TIO HAR ANVÄNT TONÅRS PARLÖREN I SAMTAL MED SITT BARN

Bland de föräldrar som fick boken hemskickad och som läst den, har nio av tio diskuterat innehållet med någon, sin tonåring, annan vuxen eller barnets syskon. 83 procent svarar att de sparat boken och åtta av tio tror att Tonårsparlören kan hjälpa till att minska alkoholkonsumtionen bland tonåringar.

Detta enligt en uppföljning som gjorts bland föräldrar som tagit emot boken under året.

## TONÅRINGAR VILL HA HJÄLP ATT SÄGA NEJ TILL ALKOHOL

Drygt 9 av 10 ungdomar mellan 14-17 år tycker att det är bra att föräldrar pratar med sina barn om alkohol. Det visar en undersökning som Norstat gjort på uppdrag av IQ.

## 5 TIPS TILL FÖRÄLDRAR

### 1 VISA OMTANKE.

Det är aldrig fånigt att vara omtänksam eller prata om sina känslor med sitt barn. Om du är orolig, berätta varför du är det.

### 2 VAR INTRESSERAD OCH LYSSNA.

En bra relation handlar framför allt om att bygga upp ett förtroende. Visa att du är intresserad av ditt barns tankar och upplevelser och tar dem på allvar.

### 3 LITA PÅ DIG SJÄLV.

Försök lyssna på dig själv och vad du tycker om saker och ting. Som förälder har du rätt att välja det som känns bäst för dig.

### 4 VAR TYDLIG OCH SÄTT GRÄNSER.

Ju tydligare du visar vad du förväntar dig desto enklare är det för tonåringen att själv ta ställning eller göra som du bestämt.

### 5 HJÄLP TILL ATT SÄGA NEJ.

För föräldrar handlar det mycket om att ge sina barn bra argument. Berätta att det är helt okej att ha en egen vilja och säga nej, till alkohol och andra saker, även när alla andra säger ja.



# Fyllepodden tillbaka i ny form

Varför behöver den som inte dricker försvara sig? Hur kommer det sig att så många har alkohol-dränkta minnen från idrotten och är det svårare att veta när ens eget omdöme brister än när andra går över gränsen?

Efter ett par års paus nylanserades under hösten IQs egen podcast Fyllepodden. Vid micken sitter nu kampsportsprofilen och programledaren Musse Hasselvall och gäster med helt olika erfarenheter och förhållningssätt till alkohol.

FOTO: Musse Hasselvall



Syftet med podcasten är att bidra till reflektion hos lyssnare genom att lyfta fenomen som många kan relatera till, oavsett hur man själv förhåller sig till alkohol. Under säsongen delade exempelvis den fd fotbollsspelaren och artisten Martin Mutumba med sig av sina erfarenheter av alkohol inom fotbollen och medieprofilen Clara Henry beskrev hur hennes kontrollbehov styr relationen till alkohol. I höstens avsnitt medverkade också experter för att bidra med kunskap och fler perspektiv på de teman som avhandlades i samtalen.

Fyllepodden fortsätter med nya avsnitt under våren 2021.



FOTO: Mirjam Krook / Perfect Fools

## 3 FRÅGOR TILL MUSSE

1

### VARFÖR SKA MAN LYSSNA PÅ FYLLEPODDEN?

Det finns långt mer att säga på temat alkohol än man kan tro, nästan så att det verkar oändligt. Jag tror att nya vinklar, även de man inte känner igen sig i, kan sätta ljus på något vi normaliserat och med det får syn på oss själva. På gott och ont.

2

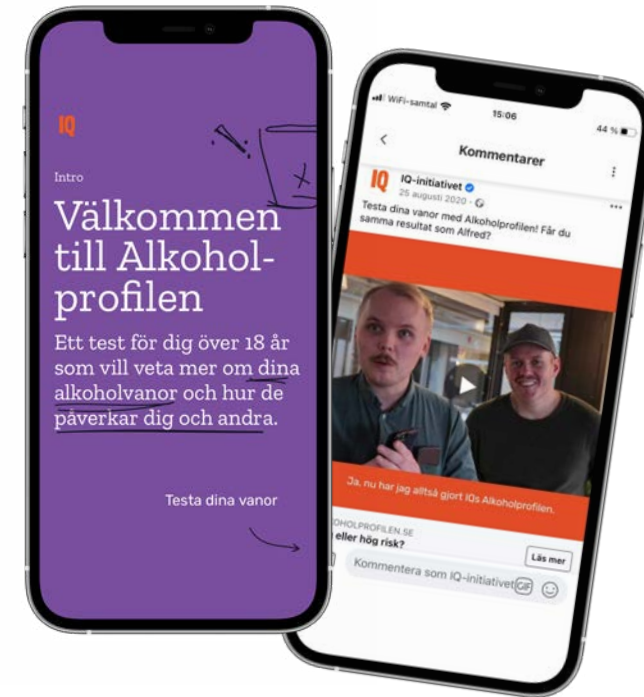
### KAN DU MED ETT ORD BESKRIVA HUR DET ÄR ATT INTERVJUA ANDRA OM JUST ALKOHOL?

Allmänmänniskt.

3

### HAR DU SJÄLV FÅTT NÅGON NY INSIKT UNDER ARBETET MED PODDEN?

Jag inser att jag har en hel del starka åsikter eller idéer om saker jag ibland inte riktigt tänkt igenom. Det är emellanåt plågsamt med tanke på att jag med det inser att jag har lite för höga tankar om mig själv.



# Succé för nya Alkoholprofilen

**IQ har under året gjort flera insatser för att uppmärksamma nya Alkoholprofilen och uppmuntra fler till att testa sina vanor, bland annat genom samarbeten med influencers (läs mer under rubriken "Sociala medier"). En extra satsning för att nå ut med Alkoholprofilen inom studentlivet gjordes genom en digital presentation för Studenthälsan, där representanter från tolv lärosäten deltog.**

I februari nylanserade IQ Alkoholprofilen, Sveriges största digitala självtest av alkoholvanor. Den nya versionen av testet är mer visuellt tilltalande, enkelt att genomföra och fokuserar mer på motivation till förändring. Med personlig återkoppling på resultatet och genom att erbjuda konkreta tips och verktyg kan testet underlätta en beteendeförändring.

#### Fler genomförda test

Under året har 270 000 seriöst genomförda tester rapporterats in i Alkoholprofilen. Det är en tydlig ökning jämfört med tidigare år, då antalet genomförda tester varit ca 100 000 per år. 64% av dem som genomfört testet under året har fått ett resultat som tyder på någon form av riskbruk eller skadligt drickande. I åldersgruppen 18–30 år är det så många som 74%. Det är alltså tydligt att Alkoholprofilen behövs för att få unga vuxna (och andra) att reflektera över och förändra sina vanor.

# 1374 IQ-projekt!

**Runt om i landet görs många och viktiga alkoholförebyggande insatser. För att uppmärksamma personerna bakom och för att inspirera fler till liknande initiativ, certifierar IQ smarta insatser som vi kallar IQ-projekt.**

Ett annorlunda år med restriktioner och social distansering har gjort det svårare att arrangera aktiviteter. Men det finns dem som trots utmaningarna lyckats genomföra initiativ som förebygger eller minskar problem kopplat till alkohol. Under året diplomerades 23 initiativ. Läs om fyra av dem här och kika in i på [iq.se](http://iq.se) för att inspireras av fler.

## ELDSJÄLAR PÅ CYKEL STÖTTAR UNGDOMAR I MALMÖ

Cykelvandringarna finns för ungdomar som befinner sig på stan under kvällar och nätter. Som trygga och tillgängliga vuxna vill man förebygga fylla och droger, särskilt i tidig ålder. Med cykel som färdmedel är det möjligt att finnas tillgänglig över ett större område och att snabbt ta sig till platser där ungdomarna hänger och vuxna behövs som allra mest.

– Malmö har diverse parker och en lång strand, där ungdomar ofta är i rörelse. Att finnas där innan det händer är våra ledord och då är cykeln ett bra hjälpmedel, berättar Pontus Lindblad som startade initiativet.

Idag finns fem cyklar att använda. Oftast är minst tre ute på stan under risktillfällen som helger och högtider.

– Om jag genom cykelvandringen kan få kontakt med en ungdom som därigenom känner sig sedd och bekräftad, då har jag gjort nytta. Många fler borde ha tid och ork till det, säger Pontus.



#1356

FOTO: Pontus Lindblad

Pontus Lindblad, initiativtagare till Cykelvandringarna, tar emot IQ-diplom.

## TRETTIOÅRIG TRADITION MINSKAR ALKOHOLKONSUMTION UNDER LUCIA

#1360

Under trettio år har eventet Lussenatta lockat ungdomar i Falköping till sporttävlingar och disco istället för att dricka alkohol på stan. Evenemanget har levt vidare genom åren i olika former och utgör idag ett samarbete mellan kommunen, olika idrottsföreningar, elever från Ållebergsgymnasiet och kyrkans organisationer.

Vid senaste lucia dök 530 högstadiееlever upp för lussenatta. Efter evenemanget fick besökarna svara på en enkät, som visade att 89 procent var nöjda med evenemanget!

– Lussenatta visar på möjligheter för unga att ha roligt utan alkohol och är något de längtar till varje år, säger Johanna Dahl som är verksamhetsledare på Öppen ungdomsverksamhet i Falköping.

## SJÖÄNGSSKOLANS KUNDE BEHÅLLA SIN ALKOHOLFRIA SKOLAVSLUTNING

#1372

– Vi vill ändå göra så att niorna får en speciell och unik kväll och det hoppas vi att det blir, berättar Annie Mogren Dowding från ungdomsgården Hörnan.

Vanligtvis arrangerar Sjöängsskolan i Askersund Grön Sommarlovsfestival i samband med skolavslutningen för elever i årskurs 6–9. För att trots pandemin ge niondeklassarna en kväll att minnas ställde man om och ordnade så att alla fem niorna på Sjöängsskolan fick en egen kväll på restaurang med tvårättersmiddag, artister och musikquiz – coronasäkert såklart!

Kvällen var väldigt uppskattad, av totalt 108 niondeklassare valde 95 elever att fira avslutningskvällen med sina klasskompisar. Succé!

## PIZZAKLÄTTRING ISTÄLLET FÖR FESTANDE

#1369

–Att ungdomar väljer att komma till oss och klättra istället för att festa är en stor vinst. Det visar att vi gör någonting rätt och att de vågar göra det dom tycker är kul istället för att dras med av grupptricket.

Det säger Lizzi Inersjö Haegermarck, från Enköpings klätterklubb, om pizzaklättringen, som arrangeras på fredagskvällar och som blivit en populär aktivitet bland unga och ledare. Idén kom från klubbens unga ledare.

Med aktiviteten får ungdomar mellan 15-25 testa på olika utmaningar, så som hinderbana och klättring med ögonbindel. Popcorn, chips och alkoholfri dryck serveras och musiken i högtalarna väljer ungdomarna själva. När alla börjar bli hungriga serveras pizza.



Från vänster: Line Jansson, Lizzi Inersjö Haegermarck, Alva Andersson.

FOTO: Lizzi Inersjö Haegermarck





FOTO: IQ

## IQ-inspiratörer – ett samarbete mellan IQ och Systembolaget

**För att uppmärksamma och stärka lokalt förebyggande arbete samarbetar IQ med Systembolaget kring IQ-inspiratörerna. En IQ-inspiratörer är anställd på Systembolaget och har utöver sitt arbete i butik rollen som inspiratör på IQ.**

Under året har åtta IQ-inspiratörer från olika delar av landet varit en lokal kontakt som kan berätta om IQ och Systembolagets arbete, men också uppmärksamma och sprida goda exempel smarta insatser, så kallade IQ-projekt.

I början av året klev två nya inspiratörer på uppdraget, Lisa Sundström och Jens Worning.

### Lisa, vad innebär den här rollen för dig och din personliga utveckling?

– Den finns en frihet i rollen som jag gillar. Inspiratörsrollen innebär att jag får chansen att arbeta utanför butik, vilket jag ser fram emot. Genom rollen kommer jag att öka mitt sociala nätverk, utveckla min planeringsförmåga och min kunskap om alkoholfrågan.

### Jens, vad vill du åstadkomma i rollen som IQ-inspiratör?

– Min förhoppning och drivkraft är att kunna hitta projekt som någon annan inte skulle ha hittat! Precis som att en annan IQ-inspiratör hittar saker inte jag hittar. Vi har våra egna erfarenheter, kontaktnät och intressen, så det blir att man letar på olika sätt och olika ställen, även om vi har våra egna geografiska områden. Det är fint och tillsammans täcker vi in Sverige på flera olika sätt.

Ett vanligt år hade inspiratörerna träffats tillsammans i Stockholm vid tre tillfällen under året för att utbyta erfarenheter, få inspiration och såklart senaste nytt från IQ. I och med pandemin har teamet, som så många andra, ställt om och setts digitalt.



FOTO: Magnus Fond

## MALIN SANDQUIST IQS NYA STYRELSE- ORDFÖRANDE

Under året lämnade Tobias Frohm över uppdraget som IQs styrelseordförande till Malin Sandquist, som är jurist och avdelningsdirektör på Systembolaget.

– IQ har ett viktigt uppdrag, att verka för ett smartare förhållningssätt till alkohol och engagera fler i frågan. Jag känner mig privilegierad som får vara med och bidra till utvecklingen av IQ:s arbete som ordförande i styrelsen, säger Malin.

Under året förstärktes styrelsen även med två nya ledamöter, Gustav Lovén som är strategichef på Systembolaget och Jessica Sandberg som driver eget företag inom kommunikation och mångfaldsarbete.

## BARNDOM UTAN BAKSMÄLLA

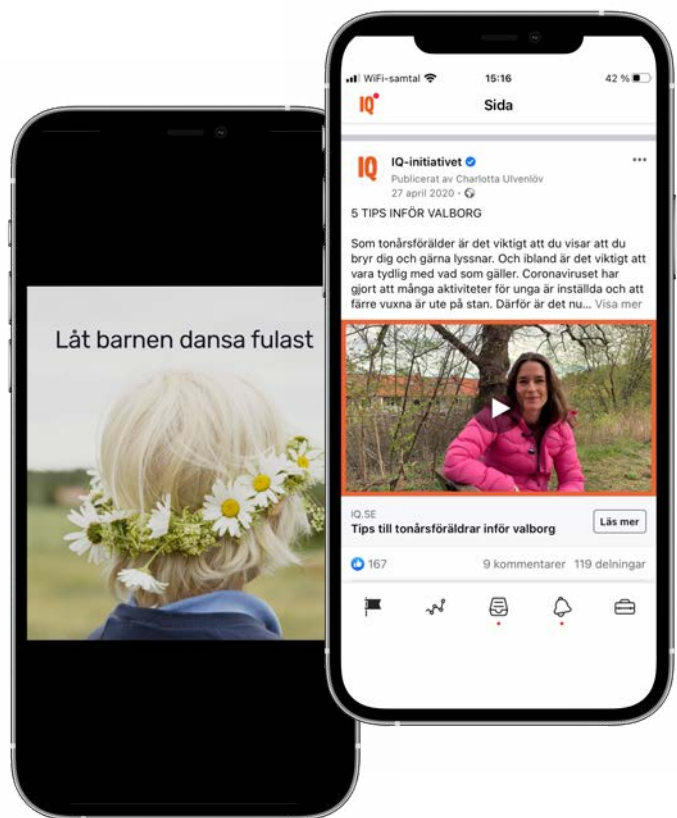
Alla barn har rätt till en trygg uppväxt. Ändå får 320 000\* i Sverige illa av vuxnas drickande. För att öka kunskapen om barns utsatthet och bidra till att barn som växer upp med alkoholproblem i familjen får bättre stöd, finns initiativet Barndom utan baksmälla.

Initiativet leds av Systembolaget i samarbete med barnrättsorganisationerna BRIS, Childhood, Marskrosbarn, Trygga barnen och IQ.

Som en del av IQs engagemang gästföreläste vi under en "digital fika" hos stiftelsen Mama united, som arbetar för att stärka mammor i socialt och ekonomiskt utsatta områden. Under en timme berättade vi om alkoholens roll i Sverige, hur man kan prata med sitt barn om alkohol och agera vid oro för någon annans barn.

Läs mer på [barndomutanbaksmälla.se](http://barndomutanbaksmälla.se)

\* Rapport 185 från Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (2019).



## Årets utropstecken i sociala medier

Den mest lyckade satsningen i sociala medier under året var ett samarbete med Klas Eriksson och Alfred Svensson, kända från SVT:s humorserie "Leif och Billy". Syftet var att med hjälp av humor driva trafik till IQs självtest Alkoholprofilen.

Insatsen genererade totalt 77 000 genomförda tester och dessutom ett stort engagemang, med många kommentarer. En framgångsfaktor för insatsen var personliga och välkända avsändare i kombination med humor. Kommentarer hjälpte oss också förstå vad som behövde justeras i Alkoholprofilen, som nu ger än tydligare återkoppling av testresultatet.

Sett över hela året har kommunikation i syfte att utmana alkoholnormen inför högtider som midsommar och jul varit lyckosam. Likaså konkreta tips till tonårsföräldrar inför valborg och skolavslutning med vår vd Karin Hagman som personlig avsändare.

## IQ – en fortsatt stark röst i alkoholdebatten

Under 2020 har mediernas fokus på pandemin trängt undan många andra sakfrågor. IQ har liksom de flesta andra organisationer haft det svårare att nå ut med våra budskap. Men, vi fortsätter att vara en aktör med hög trovärdighet och stort genomslag för Karin Hagman, vår vd och primära talesperson.

**Temor som har dominerat publiciteten under året:**

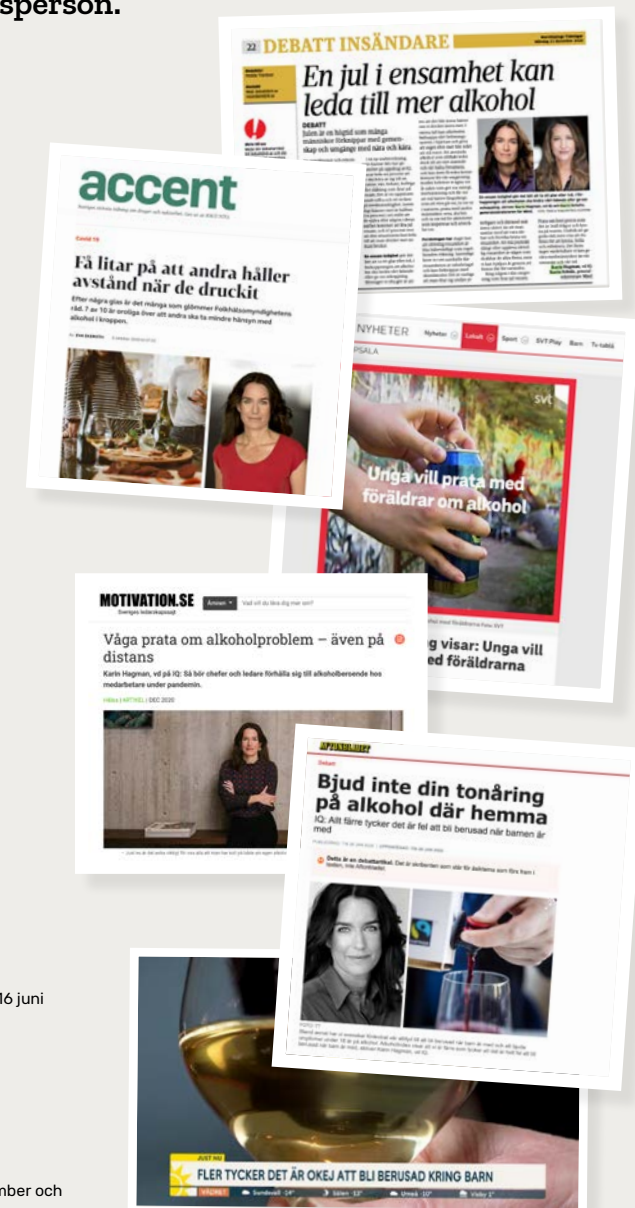
- Ungdomar och alkohol/ Tonårsparlören
- Spritkonton/langning på Instagram
- Attityder till alkohol
- Alkoholindex
- Alkohol under coronapandemin
- Initiativet Barndom utan baksmälla
- Alkohol och fotboll
- Alkoholprofilen

**Störst genomslag fick frågor om unga**

Ungdomar och alkohol samt IQs handbok Tonårsparlören var de ämnen som fick mest publicitet under året. Bland annat genom stor spridning i landet av tidningsartiklar, intervjuer i tv och radio samt debattartiklar som IQ skrivit tillsammans med länsstyrelsernas samordnare för alkoholfrågor. Den pressaktivitet som fick störst genomslag var när vi påminde om hur pandemin kan påverka julfrändet i en text med rubriken *Många oroar sig för ensamhet och alkohol i jul*.

Här är ett utplock från den mediala uppmärksamheten som IQ fått under 2020.

Bjud inte din tonåring på alkohol där hemma **Aftonbladet**, 28 januari  
 Mer tillåtande att bli berusad kring barn **TV4 Nyhetsmorgon**, 28 januari  
 Föräldrafritt på sportlovet? **Nerikes Allehanda**, 15 februari  
 Dricker svenskarna mer i coronatid? **Nyheter24.se**, 8 april  
 Att tröstdricka är inte svaret på coronatid **Aftonbladet**, 18 april  
 Ungdomar vill att du pratar om alkohol **Nyhetsmorgon TV4**, 28 april  
 Din tonåring vill att du pratar om alkohol **Vestmanlands Läns Tidning**, 3 juni  
 Ungdomar vill prata om alkohol **SVT Nyheter Uppsala**, 4 juni  
 7 av 10 tycker inte att alkohol är viktigt **TV4 Nyhetsmorgon**, 16 juni  
 Håll koll på alkoholen i sommar **Hallandsposten**, 9 juli  
 Vi finns för alla dem som dricker alkohol **Aftonbladet**, 1 september  
 Fler trygga vuxna behövs på stan **Norran**, 1 oktober  
 Få litat på att andra håller avstånd när de druckit **Accent**, 6 oktober  
 Diplom för "Sista kvällen med klassen" **Sydnärkesnytt**, 2 november  
 Våga prata om alkoholproblem även på distans **Motivation.se** i december  
 Ensamhet och alkohol väntas i jul **TV4 Nyhetsmorgon**, 17 december  
 Fler än hälften oroliga för ensam jul **Sveriges Radio P4 Stockholm**, 17 december och **Sveriges Radio Vaken med P3 och P4**, 21 december  
 En jul i ensamhet kan leda till mer alkohol **Norrköpings Tidningar**, 21 december





# Styrelse 2020



**MALIN SANDQUIST**  
Styrelseordförande

Direktör för avdelningen Bolag och Samhälle på Systembolaget. Malin har en jur. kand och har tidigare arbetat som advokat, närmast som delägare på Advokatfirman Hammarskiöld & Co.



**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.



**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 Stockholms läns landsting, där han bidrar till folkhälsoarbetet i landstinget. Sedan 2014 arbetar Peter som huvudsekreterare på Forte, Forskningsrådet för arbete, hälsa och välfärd.



**GUSTAV LOVÉN**

Direktör för Strategi och Erbjudande på Systembolaget. Gustav kommer närmast från en tjänst som strategichef. Dessförinnan har han haft olika ledarroller inom H&M, globalt och i Asien, samt arbetat som strategikonsult på Ericsson och Bain & Company.



**JESSICA W SANDBERG**

Driver bolaget Besvärilig sedan 1977. Jessica har som drivkraft att inspirera människor och utmana normer och strukturer. Hon har mångårig erfarenhet av att arbeta med, och leda andra inom kommunikation och marknadsföring för såväl kommersiella som ideella varumärken.

# 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, samt genom kunskapsspridning om aktuella alkoholfrågor.

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

