

## Prosjektredovising

### Prosjektets diarienummer, navn og omfang i tid

DNR 2011-047, "Edruss", 15. desember 2011-15. juni 2012.

### Organisation og organisationsnummer

Juvente, 866 968 462.

### Prosjektets syfte og mål samt eventuelle forandringer i forhold til prosjektsøknaden

#### Prosjektets syfte:

I Norge feirer ungdommer hvert år avslutning av tre-fire års videregående skolegang ved å være "russ". Russetiden varer i hovedsak fra 1. mai og frem til nasjonaldagen 17. mai. I perioden bruker ungdommene som oftest rød eller blå kjeledress og lue, avhengig av studieretning. Alkoholbruken i denne perioden er preget av høyt forbruk og mange drikkesituasjoner, og mange sosialiseres inn i et høyt forbruk som fortsetter inn i voksenlivet. Konsekvensene er store både for russetiden og for samfunnet, og Juvente ønsker å bidra til at kunnskapsnivået blant ungdom øker, at refleksjon rundt egen og andres bruk av rusmidler fremmes og at høyrisikoatferden reduseres.

#### Prosjektets mål:

Formålet med prosjektet er å vise en tydelig motpol og tilby alternativer til den tradisjonelle, fyllepregede russetiden. Edruss skal øke kunnskapsnivået blant russ på videregående skoler i Norge, forebygge alkoholbruk, utsette alkoholdebut i russetiden, og også bidra til rekruttering til Juvente.

#### Forandringer i forhold til prosjektsøknaden:

Målsetningene for prosjektet har stått fast, men arbeidsform og omfang har blitt tilpasset de økonomiske rammevilkårene. Noe omprioritering av midler mellom ulike aktiviteter. Se redegjørelse for aktiviteter under.

### Tänka aktiviteter (kopiera teksten från projektansökan)

Prosjektet vil som helhet gjennomføres fra desember 2011 til mai 2012, med evaluering og sluttrapportering innen juni 2012. Hovedfokus for innsats vil være april og mai. Prosjektet har følgende en relativt begrenset tidshorisont.

Kontrakt: Vi vil få flest mulig russ til å signere en kontrakt om å avstå fra alkohol i russetiden, tilsvarende den som signeres i Hvit Jul-prosjektet. Kontrakten kan signeres på vår stand, og på internett. Nettside publiseres innen februar 2012, stand gjennomføres på de ulike russetreffene fra april.

Aktiviteter: Vi vil gi tilbud om å delta på minst et stort rusfritt treff – Et alkoholfritt "landstreff" med DJs og artister. Vi vil også ha konkurranser. Arrangeres i begynnelsen av mai 2012.

Magasin: Vi ønsker å utgi et magasin med russetid og rusmidler som tema. Dette skal distribueres på videregående skoler i forkant av russetida. Magasinet vil produseres februar - mars 2012, og distribueres i begynnelsen av april (etter påskeferien), slik at lærere kan ta i bruk magasinet som del av sin undervisning om rusmidler og russetiden.

Annet materiell: Vi vil også produsere genser og t-skjorte med logo, plakater og brosjyrer samt strykemerker til å ha på russebuksa (en bukse alle russ har, og som ofte dekorerer med strykemerker med fyllerelaterte temaer). Materiellet skal være klart til midten av april, men tilbud om bestilling gjøres tilgjengelig fra februar. Avtale om produksjon skal foreligge innen utløpet av januar.

Knuteregler: Vi ønsker også å påvirke både lokale og nasjonale knuteregler, slik at knuter som medfører et helseskadelig alkoholinntak fjernes. Russestyret kontaktes i januar, møter fra februar 2012.

Sosiale medier: i tillegg til å distribuere et magasin, vil vi aktivt ta i bruk sosiale medier (i hovedsak Facebook) for å nå ut til russ. Vi vil også lage en egen nettside til prosjektet. Facebook-side opprettes i desember 2011.

### Vilka aktiviteter har gjennomførts?

Kontrakt: Det ble opprettet en Facebook-side hvor man kunne signere kontrakt elektronisk, for å redusere kostnader med trykking og distribusjon av papirbaserte kontrakter.

Aktiviteter:

- Planleggingshelg for Edruss-styret
- Anskaffelse og profilering av russebil, som ble brukt under deltakelse på andre russetreff. Inkludert prøvetur-arrangementet "Rulling" 3. mai.
- Utsending av informasjon til skoler, ringerunder og e-postutsending i januar og april
- Grillfest "Edrussen griller!" 6. mai
- "Edruss-treffet" 11.-13. mai; russetreff arrangert av Edruss på feriestedet Kirkevik utenfor Oslo
- Konkurranser ble gjennomført i forhold til design av profileringsmateriell, samt utarbeidelse av russeknuter.

Magasin: Det ble ikke laget eget magasin grunnet høye kostnader, men informasjon om aktiviteter og framdrift ble formidlet via nettside, Facebook og egen YouTube-kanal.

Annet materiell: Det ble produsert kopper, T-skjorter, strykemerker, logo og brosjyrer til utdeling. Edruss-effektene ble også gjort tilgjengelige via profesjonell distributør.

Knuteregler: Det ble tatt initiativ til kontakt med lokale russestyret, enkeltskoler og lokale og nasjonale medier. Edruss utarbeidet 30-40 egne knuteregler, som ble formidlet via nettside og Facebook. Edrussen gjennomførte selv en stor del av disse.

Sosiale medier: Offentlig Facebook-side ble opprettet og driftet, i tillegg til lukket gruppe for styret. Nettside ble brukt for å formidle informasjon, og ble tatt ned etter endt prosjektperiode. Det ble også opprettet en egen YouTube-kanal hvor videoer fra blant annet arbeid med russebilen ble lagt ut (videoblog).

#### Förväntat resultat (kopiera texten från projektansökan)

Målet med prosjektet er å endre ruskulturen i russetiden. Vi vil ikke kunne oppnå dette det første året. Det første året gjennomfører vi et prøveprosjekt som tar sikte på å etablere Edruss som konsept og prøve ut metoden.

Målet med aktivitetene og materialet er blant annet å bidra til positiv forsterking - å oppmuntre russ som har signert kontrakten til å overholde den. Vi vil også bruke aktivitetene og materialet som en "gulrot" for å inngå kontrakten. Aktivitetene og materialet vil også styrke forholdet til kontrakten og skape et felleskap hos de som deltar.

Kontrakter: Vi tar sikte på at 1000 russ signerer kontrakten. Vi anser dette som et realistisk mål for dette prøveprosjektet. 1000 kontrakter vil også kunne resultere i mye medieoppmærksomhet, på den måten tjene prosjektets formål om å vise et tydelig alternativ til fyll i russetiden.

Medieoppslag: Med 1000 signerte kontrakter, tar vi sikte på å få 50 medieoppslag om prosjektet og tematikken, i både lokale og nasjonale medier.

Aktiviteter: Vi vil forsøke å ha minst 200 deltakere på Treffet. Dette vil promoteres gjennom sosiale medier og magasinet.

Magasinet: Magasinet vil brukes som promoteringsmaterieil som vil sendes ut til mange, derfor vil vi ha et opplag på 7000.

Dersom vi når disse konkrete målene, vil vi (etter vårt syn) kunne slå fast at vi har oppnådd målet med dette prøveprosjektet - å promotere en rusfri russetid og å synliggjøre et alternativ og en motpol til den fyllepregede russefeiringen.

#### Vilka resultat har oppnått?

Kontrakter: I russeperiodens kjernetid fra 24 april til 20 mai, hadde siden Facebook-siden 2822 unike brukere innom. Kontrakt-funksjonaliteten fungerte imidlertid ikke etter hensikten, og kun 58 registrerte seg. Det er tydelig at dette må suppleres med skriftlige kontrakter og mer aktiv markedsføring.

Medieoppslag: Edruss ble nevnt på NRK P3, Norges største radiokanal med ungdomsprofil. Det har vært noe omtale på Twitter, ingenting er registrert i print-media.

Aktiviteter: Hovedmålet med å etablere et alternativ til fyllepreget russetid er nådd. Særlig viktig er det å registrere at Edruss er etablert som tiltak hos dem som er russ til neste år i Juvente. En stor gruppe elever tilknyttet Juvente er allerede i gang med planleggingen av sin edru russetid, og med en større gruppe ressurspersoner vil gjennomføringsevnen også bli langt høyere.

- Planleggingshelg for Edruss-styret; prosjektperioden planlagt
- Russebil; synlighet og mobilitet til prosjektet. Genererte mye oppmerksomhet på russetreffene, særlig Tryvann.
- Info til skolene: Lite konkret utbytte, lite respons fra skolene.
- Grillfest "Edrussen griller!" 6. mai. Noen titalls deltakere, hvorav halvparten var Edruss. En god andel yngre deltakere regnes som særlig viktig.
- "Edruss-treffet" 11.-13. mai; 40-50 deltakere var lavere enn ønsket, men tilbudet ble profilert på russetreffet på Tryvann der det fikk en del oppmerksomhet. Flere berusede russ oppsøkte Edruss-gjengen, og tilstedeværelsen ble tilsynelatende opplevd som en trygghetsfaktor av mange.
- Konkurranser: stort engasjement, særlig i forhold til utarbeidelse av knuteregler.

Magasinet: Ikke gjennomført, men brosjyrer har blitt spredt på russetreff.

Juvente har parallelt med Edruss arbeidet med et e-læringsopplegg for elever på videregående under prosjektnavnet Kolon. Her har erfaringene i Edruss vært en viktig faktor i utformingen, og flere av ressurspersonene i styret vil også involveres aktivt i ferdigstillingen av testversjon høsten 2012.

#### Vad kunde inte genomföras?

- Trykking av magasin
- Produksjon av alt materiell
- Samtlige aktiviteter har blitt tilpasset de økonomiske rammefaktorene

#### Vilka är de positiva erfarenheterna?

- Prosjektet har generert stor entusiasme hos en gruppe som i liten grad har hatt noen reelt tilbud, og Edruss som konsept er nå godt etablert i Juvente
- Stor interesse for deltakelse og generell nysgjerrighet på konseptet fra eksterne, lite "motstand" mot tanken om en edru russetid, selv blant dem som velger annerledes
- Stor selvstendighet hos en styringsgruppe med svært unge medlemmer
- Høyt kreativt nivå

#### Vilka är de negativa erfarenheterna?

- Det var begrenset med forståelse for de regnskapsmessige sidene av prosjektgjennomføringen hos en såpass ung styringsgruppe. Dette har gitt en god del merarbeid, og også muligens påført styringsgruppen noen private kostnader (dersom hele underskuddet ikke kan dekkes av andre søknadsinstanser)
- Noe vanskelig kommunikasjon i en styringsgruppe som var spredt over store deler av landet førte til misforståelser når det gjaldt prioritering og ansvarsfordeling. Dette førte til at enkelte av aktivitetene ble gjennomført for sent eller med for liten innsats. Særlig gjelder dette arbeidet mot de lokale russestyrene og skolene.

#### Øvrig informasjon

Det presiseres at selv om prosjektet pr. nå har et betydelig underskudd, så avventes søknad om dekning av en del av kostnadene til Edruss-treffet fra Aktivitetsfondet i Oslo og Akershus. Det forventes at prosjektet vil gå i balanse innen årsavslutning.

Det ble omprioritert en del midler fra russebus og materiell til Edruss-treffet sammenlignet med opprinnelig søknad for å sikre et attraktivt tilbud og et godt omdømme for arrangementet for eventuell videreføring av prosjektet.

Alle summer i den økonomiske rapporteringen er oppgitt i SEK med en kurs fra NOK til SEK på 1,1111 (tilsvarende utbetalingstidspunktet for første del av tilskuddet).

## **Ekonomisk redovisning** (Vänligen specificera)

Kan även skrivas ut och fyllas i för hand

### Tidsperiod för vilken redovisningen sker

15. desember 2011 - 15. juni 2012 (hele prosjektperioden)

### Inkomster

	<b>Utfall</b>	<b>Budget</b> enl. projektansökan
Ansökt bidrag Stiftelsen Ansvar för Framtiden	115000	223088
Bidrag från andra (förvaltningar/nämnder, myndigheter e t c)	13889	116800
Egen økonomisk insats	0	0
Annan finansiering	0* (se over)	46720
<b>Inkomster totalt</b>	<b>128889</b>	<b>386608</b>

### Utgifter

<b>Direkta projektkostnader</b>		
Aktiviteter	113478	170200
Material	30524	190568
Personal	0	0
Övrigt	4491	5840
Administration	9797	20000
<b>Utgifter totalt</b>	<b>158291</b>	<b>386608</b>
<b>Resultat + / -</b>	<b>- 29.402</b>	<b>0</b>

**Redovisningen opprattad**

Ort och datum Oslo, 14.08.12
---------------------------------

**Prosjektansvarig**

Namn <i>Sondre W. Nyheim</i>
Namnforlydigande Sondre Wedding Nyheim
Organisation Juvente
Adress Nordre foss 6, 3731SKIEN
Postadress och land Nordre foss 6, 3731SKIEN, Norge
Telefon och fax inklusive landskod 92691194
E-mail tidusen93@hotmail.com

**Firmatecknare**

Namn <i>Kjetil Vesterås</i>
Namnforlydigande Kjetil Vesterås
Organisation Juvente
Adress Torggata 1, 0181Oslo
Postadress och land Postboks 8908 Youngstorget, 0028 Oslo, Norge
Telefon och fax inklusive landskod 23214550
E-mail juvente@juvente.no/ kjetil.vesteras@juvente.no

**Stiftelsen Ansvar for Framtidens anteckningar**

--

**For Stiftelsen Ansvar for Framtiden**

Datum
Namn
Namnforlydigande