



1-2005 • årgång 11

# insamling | nu

NY TIDNING FRÅN FRII!

Nytt givarbeteende  
i katastrofens spår:

# Fler ger mer

FLODVÅGORNAS OFFER

samt emot ditt bidrag.

on 020-213 213

0-4 (märk talongen "Flodvågornas offer")

[ross.se](http://ross.se)



RödaKo

Region Stockholm

**TSUNAMI-INSAMLINGEN:  
ANALYS, RESULTAT, TRENDER**  
• SIDORNA 2,4,5,6,14



Ny hemsida!  
[www.frii.se](http://www.frii.se)

**Nya företagsgivare ställer krav på organisationerna • 5**

**Hela Europa gav rekordsummor till katastrofoffren • 14**

**TEMA: Administration – kostnaden givarna inte vill se • 8-9**

**ETIK: Etiken kommer i andra hand när kläderna ska slängas • 11**

## Kalendarium

### MARS

**15.3 – 15.4.** Radiohjälpsperiod till förmån för Svenska Psoriasisförbundet.

### APRIL

**3-6.4.** Nordamerikanska AFP håller sin årliga konferens om fundraising i Baltimore. Läs mer på [afpnet.org](http://afpnet.org)

**10.4.** Diakonias vårkampanj startar.

### 28.4 KL 16.30 – 19.00

Swedish fundraisers årsmöte samt föredrag. För mer info: mejla [swedishfundraisers@hotmail.com](mailto:swedishfundraisers@hotmail.com)

### MAJ

**4.5.** Unicef Sverige och TV4 presenterar "Världens Humorkväll" med massor av insamling.

**8.5.** Höjdpunkt för Röda Korsets kampanj för krig- och katastroffer.

**10.5.** Friends anordnar årets kompisstödardag på Skansen.

**11.5.** Plan Sveriges och Elevorganisationens officiella kampanjdag för Operation Dagsverke.

**FRII 9-10.5.** FRII:s Insamlings-Forum på Wijk Conference Center, Lidingö.

**FRII 18.5.** FRII:s årsmöte

### JULI

**11-13.7.** Institute of Fundraising håller sin årliga konferens i London.

### OKTOBER

**18-21.10** International Fundraising Congress, Holland.

Mejla dina tips till kalendariet!  
E-post: [claes@frii.se](mailto:claes@frii.se)

### Annonsera

För information och bokning: kontakta Eva Vaihinens, Press Art. Tel 08-650 53 83, [eva@pressart.nu](mailto:eva@pressart.nu)  
Annonsspriser (s/v)  
Helsida A4: 11 000 kr  
Halvsida, liggande: 5 500 kr  
1-spalt, stående: 3 600 kr  
2-spalt, stående: 7 200 kr  
Tillägg för dekorfärg, fyrfärg och placeringskrav.  
Bilagor offereras separat. Moms utgår ej. För bokningsstopp och utgivningsdatum se [www.frii.se](http://www.frii.se).

## ledaren | tsunami-insamling

# En ny miljard?

**FÅ INOM SVENSK INSAMLING** kan väl påminna sig något som liknar den otroliga insamling som ägde rum i slutet av 2004 och i början av detta år. Några dagar in i februari kunde FRII gå ut med uppgiften att en miljard kronor kommit in till tsunami-insamlingarna. De mottagande organisationerna vill nu tacka alla givare – både de som vi har namnet på och de som gav anonymt. Vi är också skyldiga givarna en rapport om vad som gjorts för pengarna och vad våra insamlingar har kostat. Jag diskuterar just nu med FRII:s medlemmar hur gemensam information om allt detta riktad till allmänheten ska kunna se ut.

Jag vill gärna tacka de många aktörer som hjälpt oss att åstadkomma detta fantastiska resultat i insamlingen. Jag tänker på medierna som upplåtit gratis utrymme åt våra budskap, bankerna som räknat upp våra insamlingsbössor och telebolagen som lyft bort sina avgifter. Massor med andra insatser har gjorts av reklambyråer, artister, församlingar, skolor – ja överallt i vårt samhälle har människor gjort extra insatser. Katastrofen kom oss på så sätt väldigt nära.

**EN SPÄNNANDE FRÅGA** är om denna miljard är "extra" pengar eller om vi får se ett minskat

resultat i övriga aktiviteter. Cancerfonden, Sjö- räddningssällskapet och Hörselskadade har rapporterat minskad insamling under januari. Vi vet från andra att planerade marknadsaktiviteter skjuts upp eller ställts in.

En annan minst lika spännande fråga är hur många bland dessa bidragsgivare som är NYA givare. Själv tror jag att vi lyckats nå tusentals nya givare som kanske nu givit sin allra första gåva till en FRII-medlem. Visst är det en utmaning!

**FRII'S HJÄRTEFRÅGA** – avdragsrätt för gåvor – har fått nytt liv, delvis pga tsunamin. Senast var det centerpartiet som i en rapport om att stärka det frivilliga arbetet föreslog införande av avdragsrätt för gåvor. Svenskt Näringsliv har uttalat att företagen borde ges avdragsrätt för sina gåvor. Vi tycks bli fler på det här taget...

Välkommen till FRII:s nya tidning – vi är mycket glada över samarbetet med företaget Press Art som givit tidningen en ny profil. Hoppas du gillar den! Tyck till och ge oss dina synpunkter.

ERIK ZACHRISON  
Generalsekreterare FRII



## Välkommen till ny tidning!

**VÄLKOMMEN TILL** det första numret av tidningen **insamling | nu!** Sedan årsskiftet har vi på Press Art fått förtroendet att göra tidningen och det är jag som kommer att vara tidningens redaktör.



Det är med stort intresse och engagemang som vi på Press Art ger oss in i uppdraget. Vi har under många år arbetat med svenska frivilligorganisationer och frågorna känns både bekanta och angelägna för oss.

Vår ambition är att följa branschen och bevaka det som händer på ett sådant sätt att **insamling | nu** är just det som namnet beskriver – en tidning som berättar om det som är på gång inom fundraising.

HELENE THORNBLAD

## Tack redaktör Eva Bergström!

**EVA BERGSTRÖM**, som under många år varit redaktör för FRII-Brevet, har i och med detta nummer av **insamling | nu** lämnat sitt uppdrag.



FRII:s styrelse och kansli vill tacka Eva för hennes långvariga och engagerade arbete med FRII:s tidning. Eva har betytt mycket för tillkomsten och utvecklingen av tidningen, och hon har genom sitt stora intresse för vår bransch bidragit till att stärka svensk insamling.

Tack Eva och lycka till i framtiden!

FRII'S STYRELSE OCH KANSLI

## insamling | nu

Information och nyheter från FRII, Frivilligorganisationernas insamlingsråd, Swedish Fundraising Council.  
Nr 1-2005, årgång 11.  
**Manusstopp** till nr 2 är 10 maj.



Redaktör: Helene Thornblad/Press Art.  
tel: 08-650 53 83, [helene@pressart.nu](mailto:helene@pressart.nu)  
Redaktion: Claes Anckarman, Erica Mattsson, Eva Nordenstam, Pernilla Norström, Johan Norrby, Erik Zachrisson och Marie von Zeipel.  
Ansvarig utgivare: Thérèse Engström.  
Adress: FRII, Box 2054, 103 12 Stockholm.  
Besöksadress: Skeppsbron 28

Tel: 08-677 30 90, fax 08-677 30 91  
E-post: [info@frii.se](mailto:info@frii.se) Nätet: [www.frii.se](http://www.frii.se)  
Grafisk form: Eva Vaihinens/Press Art.  
Om du medverkar i **insamling | nu** ger du samtidigt ditt tillstånd till att FRII får använda materialet i elektronisk version av tidningen.  
Tryck: Elanders Tofters, Östervåla 2005  
Upplaga: 1400 ex, utgivning 4 ggr/år

## kommenterat: botten | toppen

### Momsen dyr för ideella organisationer

**M** Regeringens utlovade förslag om nya momsregler för ideella organisationer, second-hand m fl dröjer. FRII vill se slopad moms för den ideella sektorn – moms på varor och tjänster som vi köper in drabbar oss som en kostnad.

### Arvsskatten slopad

**A** Flera miljoner kronor extra per år till FRIIs medlemmar – ja, det är följden av att riksdagen helt slopat arvsskatten i Sverige. Beslutet gäller för arv efter personer som dött 17 december 2004 eller senare. Jag vill uppmana alla medlemmar i FRII att tydligt kommunicera att denna skatt nu inte längre finns.

### Svensk Kassaservice

**M** Direkt efter tsunamin slopade företaget Svensk Kassaservice sin avgift vid insättningar av gåvor över disk till 90-konton. Detta applåderades av FRII. Bara den 30 december skänkte 25 000 människor en gåva på detta sätt på deras kontor. Men företa-

get visade dålig uthållighet. Från 1 februari finns avgiften (45 kr) där igen.

### Postnummerlotteri istället för BingoLotto

**A** Alla goda idéer till uppföljning av BingoLotto – som nu sviktar – är välkomna. Enligt medierna planeras ett rikstäckande TV-sänt postnummerlotteri. FRII håller tummarna.

### Okontaktbar klädinsamlare finns överallt

**M** Nu finns de överallt igen – Svensk Kläd- o Textilinsamling. Genom sitt otydliga budskap i våra brevlådor och det faktum att de inte kan kontaktas undergräver de sin position.

FRII säger: stöd de öppna klädinsamlingarna i Röda Korset, Myrorna, Stadsmissionen m fl som är kopplade till FRIIs medlemmar.

### Det ryktas på stan ...

**A** Ett par välkända internationella insamlingsorganisationer förbereder sitt intåg på den svenska arenan. Vi brukar ju säga att vi välkomnar konkurrens ...

EZ

## Dags att nominera Årets Insamlare

I samband med InsamlingsForum den 9–10 maj offentliggörs Årets Insamlare och det vackra vandringspriset delas ut till en stolt vinnare. Vem tycker du har gjort sig förtjänt av att nomineras till Årets Insamlare 2004? Skicka in din motivering och ditt förslag till [claes@frii.se](mailto:claes@frii.se) senast den 15 april!

Följande kriterier gäller för nominering till Årets Insamlare:

- Originell idé och nytänkande i insamlingsarbetet.
- Ger fler effekter än endast pengar.
- Kan stimulera andra insamlare.

- Genomförs gärna under medverkan av ideella krafter.
- Ger bra resultat i förhållande till satsat kapital.
- Framgångsrikt arbete i syfte att stärka organisationens varumärke och därmed öka intäkterna.
- Både enskilda personer och organisationer kan komma i fråga för priset.
- Insamlingen måste ha använt 90-konto eller skett inom ramen för en organisation med 90-konto.
- Insamlingen ska ha skett under 2004.

Nomineringen ska vara inne senast den 15 april.

CLAES ANCKARMAN,

Informations- och utbildningssekreterare, FRII.

## insamling | nu – FRIIs nya tidning!

**DETTA ÄR DET** första numret av FRIIs nya tidning **insamling | nu**. FRII-Brevet har alltså bytt både namn och utseende från och med nummer 1-2005. Namnet och formen är ny men innehållet är det samma – insamlingsnyheter och information om vad som händer i branschen. Vi hoppas att läsarna ska uppskatta förändringen! Har du synpunkter eller tips kontakta FRII.

Förändringen och utvecklingen av FRIIs tidning är bland annat ett resultat av den läsundersökning som genomfördes i fjol. Välkommen till ett nytt år med **insamling | nu!**

CLAES ANCKARMAN

## FRII i europeiskt pilotprojekt

**FRII ÄR MEDLEM** i det europeiska nätverket EFA – European Fundraising Association. EFA har nu lämnat in en ansökan om bidrag ur det s k Leonardo-programmet inom EU. Ansökan avser ett utbildningsprojekt för insamlare benämnt "Eurofrat". FRII har tackat ja till att ingå som ett av flera pilotländer tillsammans med insamlare i Ungern och Spanien. Projektledare är erfarna utbildare av insamlare/fundraisers i Storbritannien och Tyskland.

## ● FRII tipsar ●

### Tsunami-pengar redovisas separat

FRIIs redovisningsexpert Eva Törning anser att de – i många fall – mycket stora insamlade belopp som influtit i januari 2005 är att betrakta som "Väsentlig händelse efter räkenskapsårets utgång" (ÅRL 6:1) och därför bör redovisas separat i den årsredovisning som nu är aktuell.

### Holland i oktober

Vill du se till så att du får en personlig inbjudan till den stora insamlingskongressen 18-21 oktober – gå in på [www.resource-alliance.org](http://www.resource-alliance.org) och ge dig till känna.

INSAMLINGSFORUM 2005

Välkommen till den 15:e upplagan av InsamlingsForum!  
9-10 maj 2005  
Wijk Conference Center, Lidingö



InsamlingsForum är till för dig som på olika sätt arbetar med kommunikation och insamling. Här får du ta del av ett brett utbud av seminarier och spännande pass som på olika sätt har koppling till insamling. Genom en blandning av teori och praktik får du ny eller fördjupad kunskap i bland annat människors värderingar, givarrelationer, testamentsinsamling, företagssamarbeten och face 2 face.

- Ta del av ett brett utbud av seminarier och spännande pass.
- Möt branschens leverantörer för nya samarbeten.
- Träffa gamla och nya insamlingskollegor.

Boka in InsamlingsForum 2005 i din kalender! Program och inbjudan går ut i mitten av mars.

För mer information kontakta Claes Anckarman på FRII: [claes@frii.se](mailto:claes@frii.se)

## Påverkar Asienkatastrofen er insamling?

**Lotta Lindén, företagsansvarig, Unicef:**

– Vi har samlat in otroliga 41 miljoner kronor, varav cirka hälften kommer från Radiohjälpen. Det är alla tiders rekord för en katastrofinsamling och fantastiskt för oss som jobbar med insamling. – Planerna ligger i stort sett fast. Men vi kommer att satsa mer på återrapportering till våra "Världsföräldrar" om vad vi gjort efter tsunamikatastrofen. När det gäller företagsarbeten arbetar vi på som vanligt. Den 4 maj ordnar vi en insamlingskväll tillsammans med TV 4 och EFTI för att rekrytera "Världsföräldrar". TV-evenemanget brukar ge omkring 30-35 miljoner kronor.



**Patrik Haggren, insamlare Röda Korset:**

– Det som hänt är unikt och förhoppningsvis starten för ett långsiktigt givande. Vår insamling nådde rekordhöga 400 miljoner kronor från svenska folket. Dessutom bidrog Radiohjälpen med 50 miljoner kronor. 30 miljoner kronor skänktes via hemsidan vilket var ett genombrott för nätinsamlingen. – Vårens insamling för krigens offer kommer att rulla på som vanligt i april-maj. Men vi kommer att återkoppla till flodvågskatastrofen och försöka vidga givandet. Dessutom vill vi gärna öka samarbetet och kontakterna med företag som skänkt pengar



**Ellinor Bollman, kommunikationschef Cancerfonden:**

– Ja, självklart har tsunamin påverkat oss. Vi såg ett märkbart tapp under januari när det gäller minnesgåvor. Däremot hade vi ingen utåtriktad kampanj som påverkades. – Tsunamin har naturligtvis lett till eftertänksamhet och analys. Men vi förändrar ingenting. I mars har vi en profilkampanj och senare sätter vi en prostatakampanj som ska pågå över två år.



## Katastrofen i Asien – 23 FRII-medlemmars insamlingsresultat

	Egen insamling	Utbetalt från RH (2005-02-11)
<b>Ett stort antal FRII-medlemmar har sedan katastrofen inträffade, arbetat dag och natt med information och insamling. Resultatet har inte låtit vänta på sig och nära 600 miljoner kronor har samlats in av FRIIs medlemmar. Till detta kommer 360 miljoner kronor som samlats in via Radiohjälpen (RH).</b>		
BRIS	150 000 kronor	
Barnfonden	500 000 kronor	
Caritas Sverige	4,1 miljoner kronor	+ 7,5 miljoner kronor
Diakonia	7 miljoner kronor	+ 20 miljoner kronor
ECPAT	1 miljon kronor	
Erikshjälpen	4 miljoner kronor	+ 10,5 miljoner kronor
Frälsningsarmén	6 miljoner kronor	
Hoppets Stjärna	2 miljoner kronor	
Individuell Människohjälp	2,7 miljoner kronor	+ 3,8 miljoner
IOGT-NTO	7 miljoner kronor	+ 8 miljoner kronor
KFUK-KFUM	220 000 kronor	+ 830 000 kronor
Kooperation Utan Gränser	5,6 miljoner kronor	
Lions Sverige	6,7 miljoner kronor	
Lutherhjälpen	25 miljoner kronor	+ 20 miljoner
Läkare Utan Gränser	31 miljoner kronor	
Läkarmissionen	8 miljoner kronor	
PLAN	2,5 miljoner kronor	
Rädda Barnen	59,3 miljoner kronor	+ 50 miljoner kronor
Röda Korset	393 miljoner	+ 50 miljoner kronor
SOS-Barnbyar	7,5 miljoner kronor	+ 6 miljoner kronor
Unicef Sverige	17 miljoner kronor	+ 20 miljoner kronor
PMU InterLife	7,2 miljoner kronor	
World Childhood Foundation	500 000 kronor	
<b>SUMMA (11/2)</b>	<b>597,97 miljoner kronor</b>	<b>+196,63 miljoner RH</b>
<b>Radiohjälpen</b>		
Radiohjälpen hade fram till 2005-02-11 samlat in 360 miljoner kronor.		

Samtliga siffror är från 2005-02-11  
Källa: Respektive organisation.  
Sammanställning: Claes Anckarman

## Många fantastiska insatser

**Ett fantastiskt insamlingsresultat där organisationer, enskilda givare, företag och medier gjort gemensam sak och använt både gamla beprövade insamlingsmetoder – och nya.**

**TSUNAMI-INSAMLINGEN VISAR** att många faktorer bidragit till att cirka en miljard kronor samlats in. Det akuta katastrofskedet är över, men insamlingen fortsätter eftersom återuppbyggnadsarbetet är långsiktigt.

### ● analys | Tsunami-insamling

Det finns flera delar som gjort det möjligt att samla in så stora summor till Sydostasien.

- **Insamlingarna kom igång väldigt snabbt.** Trots helger och ledigheter fanns omedelbart insamlingsappeller ute. Detta visade att arbetet var effektivt och obyråkratiskt. Det stora "pådraget" varade exakt en månad. Den 26 januari upphörde Röda Korset och Unicef Sverige med sina kampanjer.

- **Generositeten har varit stor från medier, banker och telekomföretag.** Tusentals insamlingsbudskap spreds snabbt i tidningar, radio och TV. SVT och TV4 spelade en oerhört central roll i att förmedla kunskap om katastrofen och insamlingsbudskapet. Nästan undantagslöst publicerades de gratis. Bankerna ställde upp med att förmedla gåvor och räkna upp

insamlade pengar och teleoperatörer underlättade givandet i sina system.

- **Företagen blev fram som en betydande givargrupp.** Vissa organisationer redovisar att företagets andel av de totala gåvorna ligger kring 40-50 procent.

- **Mängder av gåvor kom via "nya" kanaler** som betaltelefon, Internet och SMS.

- **Relativt få oseriösa aktörer** i tsunamiinsamlingens kölvatten upptäcktes. De som upptäcktes (fakturaskojare, stulna insamlingsbössor, falska insamlare) fick stort genomslag i media och väckte allmän avsky.

- **Alla goda krafter samverkade** kring insamlingarna och ingen smutskastning av andra aktörer förekom. Bistandsministern uppmanade redan 28 december svenska folket att skänka pengar till "någon av de mycket duktiga enskilda organisationer som vi har i Sverige". Kungen har i annonser tackat svenska folket för de gåvor de skänkt.

- **Ett positivt tecken** är också att många vill engagera sig långsiktigt. Till exempel rapporterar SOS-Barnbyar om dubbelt så många nya faddrar i januari jämfört med föregående år.

Tsunami-insamlingen har visat allmänheten hur insamlingsarbetet fungerar och synliggjort en rad ideella insamlingsorganisationer.

ERIK ZACHRISON  
generalsekreterare, FRII

# Företagsgåvor slog rekord

Företagsgåvorna till Asienkatastrofens offer slog alla rekord. Företag utan tidigare relation till biståndsorganisationer skänkte stora summor samtidigt som medarbetarna gjorde egna bössinsamlingar till offren för katastrofen i Sydostasien. Organisationerna står nu inför utmaningen att förvalta det förtroende man fått.

**FÖRETAGSLEDNINGAR OCH VD:AR** hörde av sig till organisationerna. Större företag utnyttjade sina distributionsnät för insamlingar och även mindre företag gjorde enastående insatser.

För organisationerna har företagens bidrag varit betydande för möjligheten att hjälpa.

Johan af Donner, kommunikationschef på Röda Korset, ser viljan att ta samhällsansvar som resultatet av ett arbete som pågått under en längre tid.

– Det här är inte bara en spontan handling utan till stor del frukten av våra tidigare ansträngningar för att få företagen att agera. Näringslivets intresse för att engagera sig i humanitära frågor är redan stort, säger han.

Röda Korset tar tillvara engagemanget hos de nya företag som skänkt pengar på samma sätt som man arbetar mot privatpersoner. Feedback och givarvård är viktigt.

– Det gäller att se privatgivare och företag på ungefär samma sätt. Vi måste berätta vad vi gör och hur vår långsiktighet i arbetet ser ut.

## ”Kan vi hjälpa så kommer vi att hjälpa”

**Generösa bidrag, spontana insamlingar och efterskänkta bankavgifter. Uppfinningsrikedomer har varit stor när företagen skänkt pengar till insatser efter tsunamikatastrofen. Mediernas rapportering har spelat en stor roll för den nya trenden.**

**FÖRSTASIDAN PÅ** Dagens Industri den 30 december upptogs av orden: ”Din hjälp behövs NU! Skänk pengar idag”. Fler medier har varit aktiva, till exempel Dagens Nyheter som skänkt annonsutrymme för sex miljoner kronor och Göteborgs-Posten för cirka fem miljoner kronor.

Ett av de företag som hörsammat uppmaningen är Axfood. Företaget valde att stödja Röda Korset och Rädda Barnen.

– Kanske mer än någonsin var det här en katastrof som många människor kunde relatera till och därför var det mer naturligt att förstå behovet av långsiktig hjälp, säger Bodil Eriksson, vice VD på Axfood.

Bodil Eriksson vill nu ha en dialog med organisationerna för att få inblick i hur hjälpbehoven ser ut allt eftersom återuppbyggnaden i de drabbade länderna sker.

– Kan vi hjälpa så kommer vi att hjälpa. Engagemanget finns och minnesbilderna har inte bleknat, säger hon.

Med företagen blir också den personliga relationen extra viktig. Det kan innebära att vi lägger upp långsiktiga program i form av seminarier, rapporter och events för att bevara intresset.

**EMMA FAHLSTRÖM**, ansvarig för företagssamarbeten på Rädda Barnen, ser en stor uppgift för alla organisationer som tagit emot pengar i samband med katastrofen.

– Vi måste visa givarna att vi gör det vi säger och tar hand om medlen på det sätt som är allra bäst för barn i utsatta situationer. Förhoppningsvis har en nyfikenhet väckts för vårt arbete. Men man får komma ihåg att mediernas rapportering bidrog till en stark ”agera nu”-känsla. Många av företagen kommer inte att skänka på samma sätt igen utan ser det här som en isolerad händelse, säger Emma Fahlström.

På SOS-Barnbyar kommer man att följa upp de nya företagskontakterna och berätta hur pengarna används.

– Vi hoppas givetvis att vi kan förvalta alla våra givares förtroende, på såväl företags- som privatsidan, i samband med katastrofen. Men jag tror att man kan utvärdera ordentligt hur det gick och om vi fick behålla dem först om något är, säger Gunilla Schyberg som ansvarar för företagssamarbeten på SOS-Barnbyar.

PERNILLA NORSTRÖM

Fler företag har bidragit: Vattenfall skänkte tio miljoner kronor, Stenbeckgruppen fem miljoner. Revisionsföretaget Öhrlings Pricewaterhouse Coopers dubblar det belopp som de anställda själva samlat in.

**DE FYRA STORBANKERNA** har gratis tagit emot, räknat upp och satt in kontanter som samlats in i insamlingsbössor. Dessa tjänster som normalt utförs mot avgift var gratis till och med den 28 februari i år. Hos Svensk Kassaservice var det gratis till den 31 januari.

American Express ordnade så att kortkunden kunde skänka sina poäng till Rädda Barnen eller använda sina kort för direkta bidrag. Skanska skänkte byggandet av en helt ny barnby till SOS-Barnbyar. Sparbankstiftelserna startade en fond för drabbade barn i Sverige och lade grundplåten på 25 miljoner kronor. SAS ställde upp med 24 extraflygningar från Thailand. I Hennes & Mauritz butiker har Unicef Sverige fått ställa upp insamlingsbössor. Telefonbolag som Telia-Sonera, Comviq/Tele2, Vodafone och Dj Juice erbjöd också gratis eller rabatterade teletjänster för samtal till och från katastrofområdet samt för samtal till gåvонummer.

ERIK ZACHRISON  
PERNILLA NORSTRÖM

## Påverkar Asienkatastrofen er insamling?

**Christer Selö, insamlingschef Hørselskadades riksförbund:**

– Ja, vi har påverkats. I januari fick vi in 20 procent mindre i intäkter jämfört med samma tid 2004.



Däremot har våra telefonförmedlare fått beställningar på lika många gåvor under januari som tidigare. Vi hoppas att de utlovade beloppen också betalas in.

– Just nu satsar vi extra mycket på att få fler autogirogivare.

**Nora Christiansen, insamlingsansvarig Greenpeace Norden:**

– Nej, vi har inte sett någon större skillnad eller förlorat givare. Några ringde in och sa att de skulle hoppa



över oss och i stället ge till tsunamioffren i Asien. Men vi lyckades övertala dem att också fortsätta stötta oss. Vårt fartyg Rainbow Warrior fanns på plats i Asien och användes av Läkare Utan Gränser, vilket kanske gjorde oss mer synliga.

– 90 procent är autogirogivare. Vi är därför inte så känsliga för upp- och nedgångar och mindre beroende av spontana gåvor. Men vi hoppas självklart att givarengagemanget ska hålla i sig. Vi fortsätter att jobba med opinionsbildning genom våra kampanjer.

**Dan Grundin, kanslichef Amnesty:**

– Nej, vi har inte märkt någon större skillnad. Vi har fått in lite mindre pengar på temain-samlingar men har



fått mer pengar från våra månadsgivare. Frågan om mänskliga rättigheter på exempelvis Sri Lanka och Aceh i Indonesien har också hamnat mer i fokus, vilket gynnar oss.

– Vi fortsätter driva människorättsfrågor extra mycket. Vi satsar också på face-to-face-rekrytering i egen regi, vilket våra nordiska sektioner redan gör med framgång.

ENKÄTER:  
MARIE VON ZEIPPEL

## 10 procent räcker för Sidabidrag

FRÅN ARSSKIFTET räcker det med att enskilda organisationer som söker Sida-bidrag till biståndsprojekt står för 10 procent av kostnaderna, istället för 20 procent.

Det har pågått en diskussion i några år om att 20-procentsregeln varit en flaskhals för många organisationer. Regeringen har lyssnat på detta och föreslagit en ändring till riksdagen som nu antagits, säger Svante Sandberg, enhetschef på Sidas avdelning SEKA-EO som beslutar om folkrörelseanslaget.

Förändringar innebär att det blir lättare också för små organisationer, som inte förmår samla in så stora belopp, att vara med och söka Sida-bidrag till sina insatser. EM

## Bancos sparare skänker 40 miljoner

PÅ ALLA HJÄRTANS dag den 14 februari delade Banco ut 44,5 miljoner kronor till 100 ideella organisationer. Cirka 70 000 sparare i Bancos ideella fonder (Humanfonden, Samaritfonden, Kulturfonden, Hjälpfonden, Idrottsfonden och Ideella Miljöfonden) avstår årligen 1-2 procent av fondförmögenheten till någon av de ideella organisationer som finns anslutna till fonderna.

– Våra sparare har valt att samtidigt som de sparar till sig själva bidra till att göra världen lite bättre, säger Tonika Hirdman, VD på Banco.

Årets utdelning är en ökning med nära 6 miljoner jämfört med förra året. MZ

## Annonssajt stöttar välgörenhet

Sajten raderna.se som funnits sedan 2004, och är en efterföljare till blocket.se, skänker 50 öre för varje annons till välgörenhet. 50 öre går till en pott som alla annonsörer är med och tävlar om. Hittills har cirka 3 000 kronor betalats ut till bl a Barncancerfonden, BRIS och Unicef. MZ

## ● Biståndsvilja efter flodvågskatastrofen

# Ökar givandet i framtiden?

84 procent av svenska folket skänkte pengar till ideella organisationer för att hjälpa offren för julehelgens tsunamikatastrof, visar en Gallupundersökning. Räcker givmildheten till för framtida insamlingar? Ja, säger Henry Montgomery, professor i kognitiv psykologi på Stockholms universitet.

EN SLÄENDE FÖRÄNDRING i insamlingarna till Sydostasien är att så många människor bidragit. I december visade Sidas årliga mätning av biståndsviljan att engagemanget fortsatte neråt. I en undersökning genomförd på uppdrag av FRII uppgav 62 procent av de svarande att de gett pengar till ideella organisationer. Samma siffra efter den 26 december är 84 procent.

Att så många bidragit innebär att många också gjort något som förändrat deras självbild, konstaterar Henry Montgomery.

– Du ser dig själv som en givmild person som fortsätter att ge. Så givmildhet genererar givmildhet, säger han.

Att en så hög procent av svenskarna bidragit till insamlingen påverkar också. Det blir ett socialt tryck att skänka pengar.

40 procent av dem som deltagit i Gallupundersökningen tror att svenskarna på lång sikt ändrat sitt givande efter tsunamikatastrofen och kommer att ge mer till ideella organisationer i framtiden. 23 procent av dem som svarat uppgav att de själva kommer skänka mer pengar i framtiden.

Det som fått svenska folket att så mangrant ställa upp för att hjälpa drabbade i Sydostasien är att många svenskar påverkades av katastrofen.

– Medvetenheten om hur katastrofen utlöser sorg och lidande har gett oss insikt om att mänskligheten hör ihop, säger Henry Montgomery.

Hans Hernborn, chef Sveriges televisions programsekretariat och ansvarig för SVT:s insamlingsprogram, drar samma slutsatser som Henry Montgomery.

– Redan vid vårt första TV-insamlingsevenemang stod det klart att givarviljan var långt högre än någonsin tidigare i modern tid. Jag tror att givmildheten kommit för att stanna och att den ligger på en ny högre nivå, säger han.

I direkt anslutning till katastrofen och insamlingsgalorna som tv-sändes strömmade gåvorna in. Men även utan tv-galor och annonser har telefonerna hos Radiohjälpen fortsatt att gå varma.

– Den som väl öppnat plånboken blir intresserad av vad som händer med pengarna och det gör att engagemanget hålls vid liv, menar Henry Montgomery. Men det innebär också ett stort ansvar för organisationer som ska genomföra insatser för de skänkta pengarna.

– Om organisationerna gör bort sig kan nog pendeln svänga rejält, säger han.

ERICA MATSSON

## Ideella organisationer annonserar mer

### fakta | annonsering

Tio i topp varumärkesannonsering inom gruppen ideella organisationer:

1. Cancerfonden
2. Rädda Barnen
3. Webaid.nu
4. BRIS
5. Barncancerfonden
6. Röda Korset
7. Läkare Utan Gränser
8. Individuell Människohjälp
9. World Childhood Foundation
10. Kyrkor, övriga

### Årlig mätning av annonsering

● Sifos årliga reklammätning omfattar all varumärkesannonsering i ca 300 medier (press, TV, radio, bio, utomhus etc.)

● Drygt 20 av Sveriges största branscher jämförs i mätningen. Reklaminvesteringarna räknas i bruttopriser, annonsvolymen mäts och därefter beräknas investeringen efter de ordinarie prislistorna.

KÄLLA: Sifos reklammätning 2004

Ideella organisationer har ökat sin närvaro och synlighet i "köpt" utrymme i media och placerar sig i topp med reklamutrymme till ett prislistervärde av drygt 300 miljoner kronor.

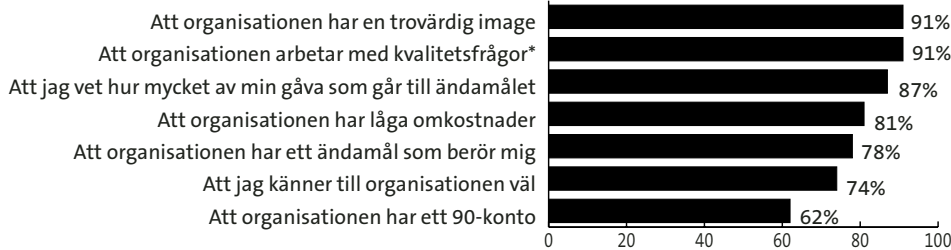
SIFOS REKLAMMÄTNING för 2004 visar att ideella organisationer står för mest annonsutrymme i branschgruppen reklam/information/organisationer. Därefter kommer bransch- och intresseorganisationer samt fack- och arbetsgivarorganisationer med sammanlagt annonsutrymme värt betydligt mindre summor.

Bred kommunikation via köpt utrymme kan vara direkt avgörande för intäkten och förmågan att slå igenom i allmänhetens medvetande. De ideella organisationerna betalar ofta bara en bråkdel av utrymmets värde, då de ofta erbjuder stora rabatter och gratisutrymmen vid annonsering.

När samtliga branscher jämförs är detaljisternas varumärkesannonsering störst, livsmedel/drycker/tobak placerar sig som tvåa och reklam/information/organisation (där ideella organisationer ingår) ligger på tredje plats.

PERNILLA NORSTRÖM

## fakta | avgörande faktorer för givare



Grafiken visar hur många av givarna som gav dessa faktorer betyget fyra eller fem på en femgradig skala.

\* Kvalitetsfrågor definierades på följande sätt i undersökningen: att total öppenhet råder i organisationen, att organisationen respekterar givaren och att organisationen har hög kvalitet i sitt arbete.

KÄLLA: Nordisk Media Analys

## 90-kontot dåligt känt bland allmänheten

90-kontot är dåligt känt bland allmänheten, särskilt bland unga. Det visar FRII:s 90-kontoundersökning, som genomfördes strax före tsunamikatas-trofen.

UNDERSÖKNINGEN, som genomförts av Nordisk Media Analys, på uppdrag av FRII, bygger på telefonintervjuer med 500 personer i ett riksrepresentativt urval.

Resultatet visar att ungefär

40 procent av de tillfrågade inte vet vad 90-kontot står för. Störst är osäkerheten bland unga i åldern 15-30 år.

Även om 90-kontot inte är känt, värderar de tillfrågade etik och kvalitetsfrågor mycket högt. Trovärdighet, kvalitet och att få veta hur mycket av pengarna som går till ändamålet var de tre viktigaste kriterierna.

94 procent av de tillfrågade kan tänka sig att skänka pengar

till en insamlingsorganisation, och 62 procent hade också gjort det de senaste sex månaderna. Samma organisationer ligger i topp både vad gäller tänkbart och faktiskt givande – Cancerfonden, Rädda Barnen och Röda Korset.

Den typiska givaren är en kvinna över 50 år som bor på landsorten i ett hushåll där den sammanlagda årsinkomsten överstiger 300 000 kronor.

HELENE THORNBLAD

## Ideell sektor får undantag från momsdirektiv

DET BLIR ingen skatt på korvförsäljning vid knattematcher. Inte heller hjälparbete ska momsbeläggas. Det beslutet lämnar Finansdepartementet till Föreningssverige. Mot bakgrund av EU:s sjätte momsdirektiv, som bland annat konstaterade att alla varor och tjänster ska beläggas med moms, har Finansdepartementet lagt fram en promemoria där omfattande undantag föreslås gälla.

Den ideella sektorn får långt gående undantag. Alla föreningar blir "beskattningsbara personer", men det blir ett socialt undantag där allt hjälparbete, arbete med barn- och ungdomar, second-handbutiker och folkbildning ingår. Kulturen får också del i undantagen som täcker bland annat hembygdsföreningar och amatörmusikafnär. Idrottsundantaget täcker icke vinstdrivande idrott, motion och friluftsliv.

## Bluffakturor till FRII-medlemmar

ETT 25-TAL insamlingsorganisationer, varav många är medlemmar i FRII, har fått bluffakturor från ett företag som heter Konventa marknad & kommunikation i Huddinge. Fakturorna som skickats till bland andra Caritas, Läkare Utan Gränser, SOS-Barnbyar och Lutherhjälpen gäller annonsering i samband med katastrofen i Asien, en annonsering som aldrig beställts av organisationerna. Det handlar alltså om rent bedrägeri och Konventa har polisanmälts.

Tack vare snabb reaktion från de utsatta FRII-medlemmarna kunde bluffen avslöjas och varning gick ut i tidigt skede. Vad FRII känner till har ingen organisation betalat sin faktura och därmed har Konventa marknad & kommunikation med all sannolikhet, denna gång, misslyckats med sitt kriminella försök. Polisen har startat en förundersökning av tureterna kring Konventa.

Företaget har organisationsnummer 96 97 03-9585.

CLAES ANCKARMAN

## tips | så hanterar du bluffakturor

**OM DU FÅTT EN** faktura, korrektur, beställningsunderlag eller annan handling gällande en tjänst eller vara som du inte har beställt eller accepterar från ett företag du tidigare inte varit i kontakt med ska du motsätta dig handlingen genom att göra följande:

**1. stryk ett streck** över papperet och skriv "ej beställd" eller "motsätter mig betalningsansvar",

**2. gör en polisanmälan** som du själv lämnar till närmaste polismyndighet,

**3. faxes tillbaka** handlingen till företaget, samt

**4. faxes en kopia** på handlingen till Svensk Handels säkerhetsavdelning, 08-762 78 50.

För inga diskussioner med företaget per telefon. Betala aldrig för något som inte beställts.

## Vi organiserar och producerar DR/DM info- och insamlingskampanjer.

Med vår långa erfarenhet av projektledning skräddarsyr vi era kampanjer, praktiskt tekniskt, tillsammans med dig.

Vi ger dig ett kostnads-effektivt upplägg med rätt kvalitet.

Några av våra tjänster:

- Original
- Kuvert
- Trycksaker
- Adresser
- Printning
- Kuvertering
- Lagerhantering

Lennart Åkerlind

Tel 08-33 01 36

Mobil 070-591 06 05

[lennart@kampanjproduktion.se](mailto:lennart@kampanjproduktion.se)

**KampanjProduktion**

Rödabergsgatan 12

113 33 Stockholm

[www.kampanjproduktion.se](http://www.kampanjproduktion.se)



Kontakta oss gärna för kostnadsberäkningar och uppdrag.

Torbjörn Eldh

Tel 08-545 433 40

Mobil 070-588 65 95

[torbjorn@kampanjproduktion.se](mailto:torbjorn@kampanjproduktion.se)

**Kampanj**  
PRODUKTION

# Pengar till papperssvändare?

En utmaning att försvara administrations- och insamlingskostnader inför givarna

**Kostnaden alla älskar att hata – eller en nödvändig utgift som gör det möjligt för insamlingsorganisationer att kvalitetssäkra sina insatser? I spåren av den rekordstora insamlingen till offren i Sydoasien har debatten om administrationskostnader blossat upp.**

**ATT SAMLA IN PENGAR** och göra insatser kostar pengar. Men att det också kostar pengar att ha kontor, en fungerande organisation, rapportering och revision är inte lika lätt att få gehör för. Låga administrationskostnader är en konkurrensfördel i jakten på givare. Men vilka konsekvenser får en sådan marknadsföring för givarnas kunskaper om vad som behövs för att insatserna ska genomföras väl?

Radiohjälpens beslut att alla pengar som samlades in oavkortat skulle gå till katastrofens offer i Sydoasien har orsakat huvudbry för en del organisationer som ansökt om pengar. De insamlade medlen får inte på något sätt bekosta organisationernas arbetsinsats i Sverige, utan ska användas för fältkostnader och revision i det land där insatsen utförs. Men organisationerna har kostnader i Sverige som de nu måste finansiera på annat sätt.

– Planering, uppföljning, bankavgifter, koordinering, utvärdering och kvalitetskontroll måste göras med andra pengar. Konsekvensen blir att de som stödjer utan

att öronmärka får betala administrationskostnaderna för alltihop, säger **Lutherhjälpens** direktor Christer Åkesson.

**ÄVEN Diakonias** economichef Krister Adolfsson drar samma slutsats:

– Nu riskerar organisationerna att andra insamlingar måste sponsra administrationen av insatserna i Sydoasien.

Diakonia har samlat in 7 miljoner själva och fått 20 miljoner från Radiohjälpen till sina insatser.

– Att skriva ansökningar, göra rapportering och revision är viktigt för att följa upp och utvärdera insatserna. Det går inte att bedriva ett kvalitetssäkrat bistånd utan administrationskostnader, konstaterar Krister Adolfsson.

Han får medhåll av Per Westberg, **Unicefs** insamlingschef, som också mottagit 20 miljoner kronor från Radiohjälpen.

– Det är inget problem för svenska Unicef att lösa detta eftersom vårt arbete består i att skicka pengarna vidare till det internationella arbetet, och den kostnaden

är försumbar. Men det ger en felaktig bild till allmänheten om de tror att det går att bedriva insamling utan kostnader, eller att kostnader är något dåligt, säger han.

Unicefs administrationskostnader granskades i medierna i början av året. Frågan var hur organisationerna skulle klara av att förmedla de insamlade pengarna till offren för katastrofen i Sydoasien. Nästan 40 procent av Unicefs intäkter användes till administration under 2002-2003, slog SVT fast. Men bilden är inte rättvisande, menar Per Westberg. Under den tiden expanderade organisationen för att klara av en ökad verksamhet. 2004 var administrationskostnaderna nere i 26 procent och Unicef hade gått från att göra insatser för 36 miljoner kronor till insatser för 72 miljoner kronor. En utvidgning som var möjlig på grund av investeringarna under 2002-2003.

– Medier är inte så kunniga när de bevakar dessa frågor så vi i branschen har ett ansvar för att vara tydliga med att vi har administrationskostnader och att de är nödvändiga för att verksamheten ska bedrivas på ett ansvarsfullt sätt, säger han.

**JENNY ANDERBERG**, som är insamlings- och informationsansvarig på **Individuell Människohjälp**, IM, anser också hon att arbetet för att upplysa om behovet av administrationskostnader måste bli bättre.

– Man borde vända på det och inse att seriösa organisationer har administrationskostnader. Det är när administrationskostnaderna är låga som man bör bli misstänksam, säger hon.

IM har också ansökt om och fått pengar från Radiohjälpen. Nu får de anslag som skulle ha gått till andra verksamheter finansiera den administration som uppstår när pengarna ska förmedlas till samarbetspartners i Sydoasien.

## fakta | etiska riktlinjer

FRII:s etiska riktlinjer slår fast att kostnaderna för en organisations verksamhet består av tre delar; kostnader för ändamålet, kostnader för insamling och kostnader för administration.

- De administrativa kostna-

derna ska täcka aktiviteter som styrelsemöten, revision, delar av hyra och administrativa system (som ekonomitjänster, telefonväxel, IT etc).  
● Insamlingsorganisationen ska inte använda formuleringar som kan få givaren att tro

att det inte finns några administrationskostnader förknippade med insamlingen.

- De insamlade medlen ska redovisas så att allmänheten tydligt ser hur pengarna fördelats mellan ändamål och insamling/administration.



Den stora insamlingsresultatet för flodvågornas offer fick många medier att intressera sig för hur insamlade medel fördelas.

– En risk med att pengar oavkortat ska nå fram är att vi inte kan säkerställa kvaliteten och uppföljning av insatserna. Då måste vi tacka nej till pengar för att vi inte kan verifiera att vi använder dem på ett bra sätt, säger hon.

För **Läkare utan gränser** har Radiohjälpens beslut inte orsakat något huvudbry eftersom de inte ansökt om några pengar. Men det händer att man med givare hamnar i diskussioner om att insamlade medel oavkortat ska gå till ändamålet.

– Det kan vara givare som vill att deras pengar oavkortat ska gå till en insats. Då får vi förklara att för att vi ska kunna ha ett kontor, en hemsida med information och möjlighet att skicka iväg pengar och följa

upp insatsen – behöver vi ha administration. Det resonemanget brukar de förstå, berättar Therése Engström, insamlingsansvarig.

**STIFTELSEN FÖR** insamlingskontroll, **SFI**, granskar insamlingsorganisationernas 90-konton för att garantera att minst 75 procent av intäkterna går till organisationens angivna ändamål. Att 25 procent går till administrations- och insamlingskostnader, anser SFI:s chef Kim Österberg Staaf vara en rimlig del.

– Det är också viktigt att insamlingsorganisationerna talar om att det inte är gratis att samla in pengar, säger Kim Österberg Staaf.

På Frivilligorganisationernas Insam-

lingsråd, **FRIL**, planeras nu insatser för att lyfta frågan om administrationskostnader.

– Insamlingsorganisationer riskerar att bli otydliga med vad saker kostar när de ska framhäva sin egen förträfflighet genom att peka på låga administrationskostnader. Nu måste vi förklara för givarna att revision och kvalitetssäkring måste få kosta, säger Erik Zachrisson, generalsekreterare.

ERICA MATSSON

*Fotnot: Två insamlingsorganisationer – Lions och Internationella Frälsningsarmén – har gått ut med att de pengar de samlar in till Sydostasiens offer kommer att gå oavkortat till biståndsinsatser. I båda fallen är det medlemsavgifterna som finansierar administrationskostnaderna.*

## ”...och pengarna går oavkortat till...”

Insamlade medel ska uteslutande gå till respektive hjälpprojekt. Det var målsättningen bakom Radiohjälpens beslut att kräva att pengarna som samlades in till offren för tsunami-katastrofen oavkortat skulle gå till insatser i Sydostasien.

**TV-GALORNAS** programledare var väl insatta i hur de skulle formulera uppmaningen till svenska folket att skänka pengar till återuppbyggnaden efter flodvägskatastrofen.

– Vi har många tittare som frågar sig om pengar försvinner på vägen. Vårt budskap till dem var att varje krona som insamlats till Radiohjälpens också betalas ur hjälpprojekt som en välrenommerad organisation ansvarar för. Och att de organisationer i Sverige som får förtroendet att förmedla pengarna inte kommer att använda dem till att bygga upp sin egen

organisationsadministration i Sverige, säger Hans Hernborn, chef för Sveriges televisions programsekretariat och ansvarig för SVT:s insamlingsprogram och ledamot i Radiohjälpens styrelse.

Planeringskostnader och utgifter för revision är nödvändiga, anser han. Fältkostnader för planering, uppföljning och revision får också täckas av insamlade medel. Den som tagit emot de insamlade medlen ska sedan redovisa hur de använts.

**HANS HERNBORN KÄNNER** till att vissa organisationer menar att andra insamlade medel nu får finansiera administrationskostnaderna för insatser i Sydostasien. Men det kan finnas andra sätt att bekosta administrationen, hävdar han. Radiohjälpens låter räntemedel betala administrationen.

– Ingen organisation har hört av sig för att avstå från pengar för att de inte kan lösa detta enligt vår överenskommelse, så på något sätt verkar det ju ändå fungera, säger han.

Diskussionen om administrationskostnader är välbekant inom Radiohjälpens. Hans Hernborn håller med om att ansvaret är gemensamt för att ge givarna en sann bild av hur insamlade medel används på bästa sätt. Han menar att Radiohjälpens har tagit det ansvaret under insamlingen till Sydostasien.

– Vi har alla en pedagogisk uppgift att förklara hur pengarna används och vad de går till. Vi genomför inga insamlingsprogram där allmänheten inte kan få veta om pengarna når fram på ett realistiskt sätt. Utan ett sådant besked hade Asieninsamlingen inte blivit så stor, säger han.

ERICA MATSSON

# MySoft – Det självklara valet för insamlingsorganisationer

MySoft är marknadsledande i Skandinavien med ca 130 kunder i den ideella sektorn. Vi erbjuder programlösningar för bl a gåvo- och medlems-hantering, betalningshantering, kampanjer och RFM-analyser. Sedan flera år har vi också levererat integrerade verksamhetsportaler till organisationer för att effektivisera och öka dialogen med givare/medlemmar.

- **Effektivisering och konkurrensfördelar**  
MySofts målsättning är att leverera IT-lösningar som bidrar till effektivisering och bättre konkurrensmöjligheter för våra kunder.
- **Kontinuitet och kompetens**  
15 års verksamhet har gett oss en unik kompetens och erfarenhet om behoven hos organisationer.
- **Samarbete inom verksamhetsutveckling**  
Många av MySofts kunder använder vår kompetens för att ta fram verksamhetsanalyser och få aktiv rådgivning inom strategier för utveckling av organisationens verksamhet.
- **MySoft är en trygg investering**  
MySoft vidareutvecklar systemlösningarna kontinuerligt, så att kunderna kan uppgradera sina verksamhetssystem till en rimlig kostnad och i takt med nya funktionsbehov och den tekniska utvecklingen.
- **Låg risk för kostnadsöverskridelser**  
Beprövade och effektiva implementeringsrutiner gör att en leverans från MySoft kan genomföras till avtalad kostnad och enligt överenskommen tidplan.

**Vi ses på InsamlingsForum 2005!**

## MySoft AB

Liljeholmsvägen 28  
117 61 Stockholm  
[www.mysoft.se](http://www.mysoft.se)

Telefon: 08 449 89 00  
Telefax: 08 774 80 12  
e-mail: [info@mysoft.se](mailto:info@mysoft.se)

# Etiken i andra hand

Många ser klädinsamling som återvinning snarare än gåva

Nu och då kommer det hem lappar i brevlådan om klädinsamlingar. Ibland står välkända organisationer bakom insamlingen, andra gånger är mindre seriösa aktörer ute. Men för givarna verkar det viktigaste vara att ha någonstans att lämna sina gamla kläder.

– **JAG TYCKER INTE OM** att klädinsamling bedrivs oseriöst för det förstör anseendet för branschen och kan påverka synen på oss som jobbar seriöst. Men vad det gäller kläderna så spelar det ingen stor roll. Det finns kläder så att det räcker till alla.

Det säger Robert Bergman som är ansvarig för Human Bridge, en samarbetsorganisation mellan Erikshjälpen och Läkarmissionen som handlägger och genomför deras materialbiståndsinsatser.

När det gäller klädinsamlingar verkar oseriösa insamlingar inte väcka lika stor uppmärksamhet som när det handlar om insamlade pengar. Naturligtvis finns det människor som bryr sig om vart kläderna hamnar men Robert Bergman upplever att för många är huvudsaken att de blir av med sina gamla kläder.

– Vi är ju ett led i sophantering och människor vill hellre ge bort kläderna än slänga dem. Man har helt enkelt fullt i garderoben.



Klädinsamling samsas med återvinning. Här handlar det om att bli av med sina sopor, snarare än att bidra till bättre villkor för fattiga människor i världen.

FOTO: HELENE THORNBLAD

Även under processen med UFF då det stod mycket i medier om oegentligheter så märkte Human Bridge att UFF:s klädboxar blev fulla.

– Om det stod tre olika boxar från Myrorna, Erikshjälpen och UFF på ett ställe, så kanske man la kläderna i våra containrar först. Men om de var fulla gick man till UFF ändå.

**VARJE ÅR SAMLAR** Human Bridge in cirka 2 800 ton kläder. Huvudparten av vad de samlar in går till olika biståndsinsatser. Cirka 5-6 procent av kläderna säljs i butiker. För det mesta har människor inget

emot att kläderna säljs. Men det händer till exempel vid dödsbon att de anhöriga vill att kläderna ska skickas direkt.

**BERGMAN ANSER** att det är viktigt att man kontrollerar om det går att få information om organisationen bakom en klädinsamling. Om de exempelvis har någon hemsida.

– Man ska ta ställning. Vill jag ge till dem eller inte? Om man vill ge kläder och är osäker på om en viss organisation är seriös, så finns det ju i regel andra aktörer som man också kan ge till, säger han.

EVA NORDENSTAM

## bakgrund | klädinsamlingens för- och nackdelar

**VARJE ÅR SAMLAS** ungefär 25 000 ton kläder in i Sverige, vilket inbringar 80-100 Mkr i exportinkomster, enligt en utredning som Sverker Lindström gjort för Industrifacket.

När rapporten skrevs år 2003 gick merparten av de insamlade kläderna på export, i första hand till länder i Afrika och Östeuropa. I mottagarländerna säljs oftast kläderna, antingen av systerorganisationer till de svenska insamlingsorganisa-

tionerna, eller av underförsäljare.

Rapportförfattaren skriver att det finns både positiva och negativa sidor av klädhanteringen. Till de positiva sidorna hör att försäljningen ger inkomster till fattiga familjer, och att de låga priserna gör att fattiga trots allt får råd att köpa kläder.

Men klädförsäljningen har också negativa sidor. Beroendet av västvärlden förstärks, och mottagarländernas industristruktur skadas.

Enligt rapporten finns det till och med länder där hela textil- och konfektionsindustrin slagits ut av konkurrensen.

Sverker Lindström riktar också kritik mot insamlingsorganisationernas information. Det framgår inte för allmänheten om försäljning sker i Sverige eller om kläderna går på export. Det är svårt att få reda på var kläderna hamnar och vilka inkomster de ger, samt hur överskottet används, menar han.

Är det viktigt för dig att organisationen du lämnar dina kläder till är seriös?

**Annika Unnbom**

– Det är viktigt. Förut lämnade jag till UFF men när man läste massor i tidningarna så kändes inte det lika kul längre.



**Erwin Bennedich**

– Jag har rest mycket och sett hur människor har det och för mig är det är viktigt att den lilla insats jag gör kommer fram.



## Svarta listan

FRII avråder allmänheten från att ge pengar till följande insamlingar som saknar 90-konto. OBS! Uppgifterna är aktuella i mars 2005, kolla alltid med FRII innan du publicerar denna lista så att du har en aktuell version!

- Baltic 2000
- Barn & Katastrofhjälpen
- Cancer- och Barnhjälp
- Cancer- och Miljöfonden – CMF
- FRF-Stiftelsen – Fonden för Rehab o medicinsk forskning
- Hjärtehjälpen
- Humana Sverige / UFF – U-

- landshjälp från Folk till Folk
- Mojahedin Sympatisör Förening – MSF
- Naturskyddsfonden
- Pilgrimsfolket
- Samhällsfonden/Svenska Samhällsfonden
- STICO – Insamlingsstiftelsen

- för Canceromsorg
- Stiftelsen Hjälpen Barnen - SHB
- Svenska Hjälpfonden
- Svenska Läkaresällskapet – 200-årsfonden
- Telehjälpen

## Världens Barn fortsätter

Insamlingen för världens barn får fortsatt mandat av Radiohjälpens styrelse att fortsätta hösten 2005 och 2006.

**IOGT-NTO ÄR** ny deltagare i Världens Barn sedan **Läkare Utan Gränser** avböjt medverkan. I framtiden ska riksinsamlingen ledas av en projektledning med representanter från **Röda Korset**, **Rädda Barnen** och **Radiohjälp**, samt en eller två ledamöter från övriga organisationer. Som tidigare är samtliga tolv organisationer representerade i en styrgrupp för kampanjens övergripande frågor.

**RADIOHJÄLPENS ÅRLIGA** kampanj Världens Barn blev en succé förra året med 82 insamlade miljoner. Ett nytt inslag i kampanjen, utgivningen av boken "Noveller för Världens Barn" med 20 svenska författare, var ett av det roligaste inslaget under fjolåret, anser projektledaren Peter Hjukström.

– Det känns bra att kunna ge något tillbaka till givarna. Och resultatet talar för sig själv, fler än någonsin ringde in och skänkte 500 kronor under Världens Barns insamlingsevenemang på SVT och fick då boken som tack.

Peter Hjukström tror på Världens Barn som koncept. Han menar att den breda allmänhet som inte lägger sitt engagemang hos någon speciell organisation tycker det är positivt att flera organisationer går samman för ett gemensamt ändamål.

– Men det går inte att bara upprepa konceptet rakt av, det måste förstärkas med något nytt varje år, säger Peter Hjukström.

PERNILLA NORSTRÖM

FOTNOT: De organisationer som medverkar i Radiohjälpens insamling Världens Barn är Röda Korset, Rädda Barnen, Diakonia, Eriks-hjälp, IM/Individuell Människohjälp, IOGT-NTO, KFUK-KFUM, Lutherhjälp/Svenska Kyrkan, PMU-Interlife, Svenska Afghanistankommittén, SOS-Barnbyar och Unicef Sverige.

## ● Lutherhjälpens Fasteaktion

# Synliggör svälten i världen

Tydligare fokusering och skarpare budskap ger Lutherhjälpens fasteaktion mer uppmärksamhet i medierna. För ett par år sedan var det kampanjen om Lag Nord och Lag Syd som fick uppmärksamhet.

**LUTHERHJÄLPENS INSAMLING** Fasteaktionen är en utveckling av den 40 år gamla fastebössan, som uppmärksammade att man under fastan ska avstå något för att dela med sig till andra. Lutherhjälp har utvecklats från en katastroforganisation till att lyfta det långsiktiga arbetet.

– Idag pekar vi mer på påverkansfrågor och opinionsbildning. Det är en utmaning eftersom det är svårare att samla in pengar till sådant. Vi fokuserar därför på våra långsiktiga insatser i kampanjen men lyfter in påverkansarbetet i budskapet, säger Ewa Johansson, projektledare för Fasteaktionen på Lutherhjälp.

De senaste två åren har anslaget i kampanjen varit "Utrotta hungern" och tanken är att det ska löpa i tre år.

– Vi vill ha ett distinkt insamlingsbudskap som sätter fokus på livsmedelsfrågor. Mat är en stor och betydelsefull fråga som lätt glöms bort, säger Ewa Johansson.

**Hur påverkade katastrofen i Sydasiens kampanjen?**

– Vi hade planerat en bredare masskommunikation, bland annat via TV, men beslöt oss för att inte genomföra den på grund av katastrofen. Annars vet vi av tidigare erfarenhet att när en katastrof inträffat samtidigt med kampanjen kommer hungerfrågorna fram tydligare och får större relevans, säger hon.



Kampanjlagets "Utrotta hungern" ska löpa i tre år.

I Fasteaktionen satsar Lutherhjälp på DM-material mot externa register för att hitta nya givare. Annars är församlingarna den stora kanalen för att nå ut till givarna. SMS anses vara för dyrt, men sedan förra året går det att skänka per telefon.

– Men vi får in förhållandevis lite den vägen eftersom vi inte har någon gala. Framöver blir det viktigare för oss att nå ut bredare genom fler kanaler, säger Ewa Johansson.

I samband med Fasteaktionen upprepas förra årets nyhet Livsloppet och äger i år rum på 200 platser i Sverige. Det lockade 10 000 deltagare 2004, en siffra man hoppas slå i år.

Församlingarna gör det stora jobbet och har friheten att själva styra upplägget runt loppet.

PERNILLA NORSTRÖM

## fakta | fasteaktionen

Lutherhjälpens årliga kampanj Fasteaktionen pågår mellan Fastlags söndagen 6 februari och avslutas på Palm söndagen den 20 mars. Målet är att samla in 50 miljoner kronor. Livsloppet är en tipspromenad för bättre hälsa och en rättvisare värld och arrangeras i år på mer än 200 platser i Sverige. De flesta lopp äger rum den 12 mars, Lutherhjälpens dag mot hungern i världen.

## "Följ ditt hjärta"-tröja gav 160 000 kr till Cancerfonden

**MÅNGA KÄNDA ARTISTER** engagerar sig i bröstcancerfrågan. Bland annat har B-Young och Sex and the City-stjärnan Kristin Davis överlämnat 840 000 kronor till olika europeiska organisationer som forskar om cancer. Pengarna kommer från försäljningen av den specialdesignade t-tröjan "Follow Your Heart". I Sverige såldes 4000 T-shirts, vilket gav Cancerfonden 160 000 kronor.

"Vi är mycket glada över att B-Young och en stjärna som Kristin Davis från TV-serien Sex and the City har valt att aktivt delta i kampen mot bröstcancer. Det är någonting som vi hoppas se mer av i framtiden, säger Cancerfondens generalsekreterare Ursula Tengelin i ett pressmeddelande.

## Sång för mobbade barn vann reklamtävling

**POSTENS DIREKTREKLAMTÄVLING** Guldlådan utsåg i november sina vinnare – Beckmans designskola.

Årets uppdrag till reklamskolorna byggde på ett samarbete med antimobbingsorganisationen Friends. De tävlande skulle sätta ihop en kampanj riktad till besökare i Svenska kyrkan i syfte att samla in pengar till Friends verksamhet.

Beckmans designskola valde att genom musik förmedla en bild av hur mobbade barn lever. Som melodi valdes en av kyrkans mest välkända och omtyckta psalmer "Guds kärlek är" som fick ny text med ett budskap från Friends. Tanken är att sången ska kunna kopieras, delas ut till församlingen och sjungas under kollekten.

# PG PlusGiro



**Postgirot byter namn. Annars är allt som vanligt.** Enkelt, effektivt och flexibelt. Det är den filosofi som gjort Postgirot ledande på betalningar i 80 år. Men inget är så bra att det inte kan bli bättre. Därför utvecklar vi ständigt våra tjänster för att på bästa sätt kunna möta våra kunders behov även i morgon.

En förändring som kommer att synas men knappt märkas, är att vi i mars byter namn till PlusGiro. Är du företagare behöver du dock göra några mindre justeringar.

Välkommen till PlusGiro.

Postgirot

Nordea 

*Konsten att  
klia sig, innan  
det börjar klia*



Det var Peter Sellers som sa: Framtidsforskning är konsten att klia sig innan det börjar klia. Vi lever i en tid av obegränsade möjligheter, en tid då förändring är den enda konstanten i tillvaron. Visst är det inspirerande men vi behöver redskap för att navigera i det landskap som omger organisationen och för att utvecklas i samklang med omvärlden.

Good Company har utvecklat metoder och verktyg för strategisk utveckling: omvärldsbevakning, omvärldsanalys, visions- och värderingsprocesser, framtidsprocesser, organisationsutveckling, bemanning och annan resursförstärkning. Vi arbetar också som en resursförstärkning i operativt

insamlingsarbete och erbjuder projektledning och produktionsledning. Vårt syfte är att stärka, utveckla och stimulera ideella organisationers att förverkliga sina visioner och nå sina mål.

Vi träffar dig gärna och pratar mer om din situation och insamlingsbranschen.

[www.goodcompany.se](http://www.goodcompany.se)  
Artillerigatan 42, 5 tr  
114 45 Stockholm.  
Tel: 08-545 805 54

  
**GOOD  
COMPANY**

## Tsunamin tände en ny generation givare

Tsunamiinsamlingarna i världen slog alla rekord. Bara i Europa samlades 13 miljarder kronor in till katastrofhjälp och återuppbyggnad i de drabbade områdena. Antalet förstagångsgivare och gåvor via nätet blev större än någonsin.

**TYSKLAND OCH** Storbritannien toppar den europeiska "tsunamiligan" med vardera 4,5 miljarder kronor i insamling.

– Aldrig tidigare har katastroffer fått så stort stöd från allmänheten. Den öppnade också vägen för människor som aldrig tidigare givit till välgörenhetsorganisationer. Nu väntar en stor utmaning att använda pengarna på ett klokt och framsynt sätt, säger Marita Haibach vid insamlingskonsultföretaget Brakeley i Tyskland.

I Storbritannien samlade sig de nio största insamlingsorganisationerna – bland annat Röda Korset, Rädda Barnen, ActionAid, Oxfam och Christian Aid – till den mäktigaste insamlingsappellen någonsin. Tillsammans med andra min-

### fakta | Asieninsamlingen i världen (SEK)

Storbritannien	4,6 miljarder
Tyskland	4,5 miljarder
Holland	1,4 miljarder
Frankrike	1,1 miljarder
Sverige	1 miljard
USA	5 miljarder
Kanada	1,4 miljarder
Australien	1,4 miljarder

Källor: Siffrorna för frivilligorganisationernas insamlade medel kommer från respektive lands branschorganisation för insamling och är ungefärliga.

dre insamlingar blev resultatet 4,6 miljarder kronor. När insamlingen stängdes den 26 februari hade cirka hälften av pengarna skickats i akuthjälp till Asien.

– **GENSVARET PÅ** katastrofen från det brittiska folket har varit helt fantastiskt. Vi kommer att använda pengarna på ett bra och klokt sätt. Storleken på katastrofen gör att återuppbyggnaden blir en komplex uppgift. Men vi arbetar för att stödet ska innebära en verklig

och långvarig förbättring för alla som drabbats, säger Brendan Gormley, chef för den brittiska insamlingsappellen Disasters Emergency Committee.

I Holland samlade nio organisationer, bland annat Röda Korset, Unicef och Cordaid, in 1,4 miljarder kronor.

– Utmaningen nu består i att använda pengarna rätt och återrapportera på ett bra sätt till givarna. Hur det långsiktiga givandet påverkas är för tidigt att säga något om. En del organisationer kommer att gynnas medan

andra försvagas, säger Gosse Bosma vid den holländska insamlingsorganisationen VFI.

I Frankrike slogs insamlingsrekord med 1,1 miljarder kronor. En undersökning visar att 12 procent var förstagångsgivare och många skänkte on-linegåvor, säger Jon Duschinsky vid branschorganisationen L'Union pour la Générosité.

**DET AMERIKANSKA** folket skänkte 5,2 miljarder kronor och kanadensarna 1,4 miljarder kronor.

– Det kan tyckas mycket, men i ett land som USA som samlar in 1 400 miljarder kronor varje år blev tsunamiinsamlingen inte "all-time-high". Speciellt inte jämfört med 11 septemberinsamlingen som gav dubbelt så mycket, 10,5 miljarder kronor, säger Paulette Maehara, chef för Association of Fundraising Professionals, AFP, i USA.

I Australien slutade insamlingsresultatet på drygt 1,4 miljarder kronor, enligt insamlingskonsulten Sue-Anne Wallace.

MARIE VON ZEIPPEL

### ● internationellt | notiser

#### Action Aid på väg till Sverige?

**DET RYKTAS OM** att ActionAid, en av Storbritanniens största biståndsorganisationer är på väg att etablera sig i Sverige.

Nyligen kontaktade Charlie Gordon, International Fundraising Coordinator på ActionAid International, några svenska organisationer med frågor om företagsgivande. Som skäl till sina frågor angav Charlie Gordon att ActionAid håller på att se över sitt internationella företagsgivande. Men han dolde heller inte att Action Aid letar nya marknader för sitt insamlingsarbete. JOHAN NORRBY

#### Unicef + Bill Clinton = sant

**FÖRRE USA-PRESIDENTEN** Bill Clinton och FN:s barnfond Unicef har lanserat ett gemensamt initiativ till stöd för barn och

familjer som drabbats av tsunamikatastrofen. Målet är att förhindra vattenburna sjukdomar och ge dricksvatten och sanitet till drabbade barn och familjer i Asien. Ekonomiskt stöd kommer från Clintons egen stiftelse – Clinton Foundation. MZ

#### David Beckham ny Unicefambassadör

**REAL MADRIDSTJÄRNAN** David Beckham har utnämnts till goodwillambassadör för Unicef. En av hans första uppgifter var att medverka i en TV-kampanj till förmån för de barn som överlevt översvämningskatastrofen i södra Asien.

– Att bli utnämnd till goodwillambassadör för Unicef är en av mitt livs mest stolta stunder och jag hoppas spela en roll i arbetet med att hjälpa de här barnen under sin svåra tid, säger David Beckham på organisationens hemsida. MZ



#### Patriks spaning

Patrik Haggren är lotteriföreståndare på Svenska Röda Korset. I **insamling | nu tipsar han om hur organisationer i andra länder arbetar med insamling.**

#### "Skicka oss dina idéer"

**Organisation:** Animal Activist, USA

**Metod:** Ett webbformulär där vem som helst som besöker sidan kan dela med sig av en idé eller ett förslag till organisationen.

**Kommentar:** Jag tycker att detta helt enkelt är ett bra och okomplicerat sätt att fånga upp den kreativitet och de förslag som kan finnas hos våra besökare. Ingången till formuläret finns på hemsidans nedre högra del. [www.animalactivist.com](http://www.animalactivist.com)

#### Belöning av givare

**Organisation:** Assista – Kompetenz für Menschen mit Behinderung, Österrike

**Metod:** En standardlösning för att belöna givare i samband med en on-linegåva. När man skänkt sin

gåva kan man klicka i en av nio olika premier som skickas till den adress som angivits i gåvoformuläret.

**Kommentar:** Idag ser vi allt fler sätt på vilka insamlingsorganisationer belönar sina givare och här är ännu ett.

[www.assista.org](http://www.assista.org)

#### Givare syns på hemsidan

**Organisation:** World Vision, Österrike

**Metod:** En automatiskt uppdaterad tacksida kopplad till en kampanj eller ett ändamål.

**Kommentar:** Ett enkelt sätt att tacka och visa upp sina givare. När en gåva är genomförd och givaren accepterat att finnas med på organisationens hemsida läggs namn och gåvobelopp ut på sidan. [www.worldvision.at](http://www.worldvision.at)

## Fredrik och Jakob cyklar för Asien

**NÄR** Fredrik Lagerholm och Jakob Sarwe, två friluftsinträsade 30-åringar från Västerås, ville åka till Asien och hjälpa till som volontärer efter katastrofen fick de nobben. De beslöt sig då för att hjälpa till på sitt eget vis. Idén om en cykelinsamling genom Sverige tog snabbt form. De fixade bland annat Cykelfrämjandet och Axa som sponsorer, tält för övernattnin och allt annat praktiskt runt resan. Ett samarbete inleddes med Rädda Barnen och killarna började cykla från Kiruna den 8 januari och räknade med att nå Ystad i början av mars.

– Vi stannar till i varje större stad och möts av lokala representanter från Rädda Barnen. I vissa städer besöker vi skolor och berättar om projektet och hur man gör för att förverkliga något man tror på, säger Fredrik Lagerholm.

Från början åkte Fredriks hundvalp Kenzo med i en vagn



Fredrik Lagerholm och Jakob Sarwe ska cykla från Kiruna i norr till Ystad i söder för att samla pengar till katastroffer Asien. Med på färden är här hunden Kenzo.

bakpå cykeln, men när han blev för stressad av trafiken tvingades de skicka hem honom igen. Kylan har också varit ett problem och Jakob förfros ena foten på väg till Jokkmokk och har därför färdats i bil under ett par veckor. Snart tänker han dock sätta sig på cykeln igen.

Insamlingen har gått över förväntan. Hittills har killarna samlat in över 40 000 kronor.

– Allmänhetens bemötande är helt fantastiskt, nyfikna människor vinkar och stannar oss längs vägen, bjuder på fika eller erbjuder oss sovplats. Trots mycket våld och elände i världen får man på något sätt hoppet tillbaka under en sådan här resa. Den mänskliga värmen och omtanken finns verkligen där ute, säger Fredrik Lagerholm.

PERNILLA NORSTRÖM

## På nya stolar

**Nya namn på nya poster i din organisation? Tala om det för insamling | nu! Mejla till claes@frii.se och skriv "Nya namn till Insamling Nu" i ärenderaden.**

**Marianne Andersson** blir ny ordförande för insamlingsstiftelsen Kvinna till Kvinna. Marianne Andersson har lång erfarenhet av att arbeta med utrikes- och kvinnopolitiska frågor, bland annat som ledamot i Riksdagens utrikesutskott och har suttit i Kvinna till Kvinna styrelse sedan 2003. Avgående ordförande **Kerstin Grebbäck** träder på samma gång in i rollen som generalsekreterare.

SOS-Barnbyars receptionist och växelkontorist **Elinor Kramming** kommer från och med första april att förstärka organisationens fadder verksamhet. Hennes ersättare blir **Jenny Lindholm**.

**Gudrun Hubendick** kommer att tillträda en nyinrättad tjänst som biståndsansvarig på SOS-Barnbyar den 18 maj. Gudrun kommer närmast från Svenska Naturskyddsforeningen där hon har arbetat med kampanjarbete och informationsverksamhet.

**Robert Cederlund** har börjat jobba med insamlingsfrågor på

Röda Korset. Han kommer närmast från reklambranschen.

**Ingrid Soto** är ny projektledare för Amnestys face-to face insamling. Hon har tidigare bland annat jobbat på ZTV.

**Anders Milton**, ordförande i Röda Korset, lämnar sitt uppdrag i sommar och ställer inte upp till omval. Orsaken är att han vill ha mer tid till sina övriga uppdrag. Valberedningen föreslår **Bengt Westerberg** som ny ordförande i Röda Korset.

**Gabriella Olofsson** och **Anna Garvander** är ny programchef respektive programhandläggare på Plan Sverige. **Sara Philipson** har kommit tillbaka efter föräldraledighet som barnrättsrådgivare.

**Tiina Westerlund** har tillträtt tjänst som projektledare för regelbundna givare på Rädda Barnens Insamlingssektion (efterträder **Nadia Forslund**).

Rädda Barnen har även anställt **Titti Björsmo** som ny pressekreterare på Rädda Barnens presstjänst.

**Sara Persson** har tillträtt ett vikariat som analytiker på Rädda Barnens Insamlingssektion.

**Fredrik Alpin** är ny generalsekreterare i Caritas Sverige. Fredrik kommer från en tjänst som regionchef inom organisationen Företagarna.

## Rättelser

**Ellinor Bollman**, ny kommunikationschef för Cancerfonden, kommer närmast från Dramaten och inte från Cell Network, vilket nr 3/2004 av FRII-brev kunde ge intryck av.

**PG Persson**, tf informationschef på Cancerfonden har utsetts till avdelningschef för insamling/kampanj (och inte marknadschef som det stod FRII-brev 4/2004).

## Nya 90-konton

**Birgittafonden i Vadstena:** 900025-8  
**Föreningen Vänortsbarn:** 900028-2  
**Svensk flyktinghjälp SWERA:** 900027-4  
**Stiftelsen Svenska Diabetesförbundets forskningsfond:** 900029-0  
**Kristna fredsrörelsen:** 900031-6  
**Insamlingsstiftelsen till stöd för Jesper Koss och andra barn som skadats av skola eller elever:** 900033-2  
**Näringslivets insamlingsstiftelse för katastrofbistånd:** 900030-8  
**Rolf Luts Stiftelse för Diabetesforskning:** 900034-0  
**Föreningen Yari:** 900032-4  
**Insamlingsstiftelsen Thailands Övärld:** 900036-5  
**Insamlingsstiftelsen Vård och Hälsa i S:a Hälsingland:** 900035-7  
**Insamlingsstiftelsen Aid for Sri Lanka:** 900037-3

## FRIIs styrelse

(vald maj 2004)

### ORDINARIE:

**Lennart Daléus**, ordförande  
 tel 08-702 70 70,  
 lennart.daleus@nordic.greenpeace.org

**Therése Engström**, vice ordförande  
 tel 08-55 60 98 00  
 therese.engstrom@msf.org

**Inga Wall**, kassör  
 tel 08-677 10 00  
 inga.wall@cancerfonden.se

**Ann-Therése Enarsson**  
 08-10 93 00  
 atte@erg.se

**Gustaf Thunqvist**  
 tel 08-657 47 00  
 gustaf.thunqvist@swecoop.se

### SUPPLEANTER:

**Jenny Anderberg**  
 tel 046-32 99 30  
 jenny.anderberg@manniskohjalp.se

**Tomas Hagwall**  
 tel 0383-46 74 50  
 tomas.hagwall@erikshjalpen.se

**Annelie Norberg**  
 tel 08-692 58 00  
 annelie.norberg@reumatikerforbundet.org

### GENERALSEKRETERARE

**Erik Zachrisson**  
 tel 08-677 30 90  
 fax 08-677 30 91  
 erik@frii.se

### INFORMATION- OCH UTBILDNINGSEKRETERARE

**Claes Anckarman**  
 tel 08-677 30 92  
 claes@frii.se

### VALBEREDNING

**Thomas Knuthammar**, sammankallande  
 tel 08-787 86 00  
 thomas.knuthammar@stadsmissionen.se  
**Roger Höglund**, tel 08-56 62 42 00  
 roger.hoglund@hjärt-lungfonden.se  
**Mia Strandell**, tel 08-54 58 32 00  
 mia.strandell@sos-barnbyar.se



Frivilligorganisationernas insamlingsråd  
 Swedish Fundraising Council

Box 2054, 103 12 Stockholm,  
 Skeppsbron 28  
 Tel 08-677 30 90  
 Fax 08-677 30 91  
 e-post: info@frii.se  
 www.frii.se

● **Aktuell FRII-medlem: Stockholms Stadsmission**

# Har ni hämtat er från krisen?

För 15 månader sedan sändes TV-programmet Uppdrag Granskning, där Stockholms Stadsmission kritiserades för bristande etik och dåliga fastighetsaffärer. Julinsamlingen minskade kraftigt, förre direktorn avgick och en förtroendekris skakade organisationen.

**Hur är läget idag, Håkan Wiclander, tillförordnad direktor vid Stockholms Stadsmission?**

– Efter en mycket tuff period är vi äntligen på väg uppåt igen. Ekonomin är fortfarande allvarlig men inte krisartad. Vi har jobbat stenhårt med att få tillbaka förtroendet internt. Medarbetarna börjar känna sig stolta igen. Känslan och engagemanget är viktigast av allt.

**Hur har julinsamlingen gått?**

– Den har minskat två år i rad med några miljoner. Senaste julen samlade vi in 5 miljoner kronor, vilket var 17 procent mindre än julen dessförinnan.



FOTO: FREDRIK SANDIN CARLSON

Håkan Wiclander.

Så förtroendekrisen mätt i insamlingsresultat är fortfarande negativ. Budgeten har bantats från 160 till 130 miljoner kronor de senaste två åren. Ett 40-tal anställda har slutat. Det är ett resultat av att vi fått mindre inkomster och krympt verksamheten. Men vi hoppas kunna vända trenden. Målet är att vi ska bli ledande igen.

**Vad gör du för att få tillbaka förtroendet?**

– Vi jobbar med att förändra kommunikationen och få en öppen och tydlig organisation med klara spelregler. Vi har börjat med nya mötesformer och tätare kontakt mellan ledningsgruppen och folk på fältet. En stor brist tidigare var att det saknades riktlinjer för en rad verksamheter. Det har vi nu ändrat på, t ex har vi tagit fram en fastighetspolicy.

**Nyligen stod det i tidningarna att ni ska sälja av fastigheter på Kungsholmen i Stockholm? Varför?**

– Vår nya fastighetspolicy innebär att vi i första hand ska hyra och bara äga fastigheter när det verkligen behövs. Det är inte alltid så att de lokaler vi äger passar för våra behov. Därför planerar vi nu att sälja tre hus i Stockholm. Då kan vi också frigöra medel till andra saker och bli mer flexibla. Men det är inga "snabba affärer", det får ta tid.

**Hur ska ni öka insamlingen och bli mer synliga?**

– Jag vill slå ett slag för den klassiska bössan och vara utemera på gator och torg. Sen testar vi en mix av olika insamlingsmetoder som telemarketing, sms, webbgåvor och att få in fler autogirogivare.

**Tycker du att styrelsen borde ha avgått i samband med krisen?**

– Det får du fråga dom om. Men krisen kändes väldigt orättvis för de 300 anställda. Jag blev upprörd över att Stadsmissionens ledning skötte sig omdömeslöst.

**Hur är stödet från allmänheten idag?**

– Det börjar kännas mer positivt igen.

**Vad önskar du dig allra mest just nu?**

– Att engagemanget för nödlidande människor som vuxit lavinartat under Asienkatastrofen också sprider sig till dem som har det svårt i Sverige.

MARIE VON ZEIPPEL



**Vi levererar fundraisingtjänster som ökar och säkerställer organisationers långsiktiga intäkter**



**Vi utför Er fundraising-kampanj!**

- Telefonkampanjer
- Face-to-face-kampanjer
- Trygghet: Endast 90-kontoorganisationer
- Erfarenhet: Fundraisingkompetens sedan 20 år.

För mer information ring verksamhetschefen Havva Keskin på tel 08-555 210 14.  
Dalagatan 64 113 24 Stockholm Tel 08-555 210 00 Fax 08-555 210 10 [www.talkproduction.se](http://www.talkproduction.se)  
Vi finns i London, Stockholm, Göteborg och Uppsala.