

# FRILLIGORGANISATIONERNAS FRII Brev nr 4/04

FRII är en politiskt och religiöst obunden sammanslutning av 78 frivilligorganisationer inom humanitet, kultur och miljövard. Tillsammans har vi ca fyra miljoner sympatisörer. FRII verkar för etisk och professionell insamling. Nyckelord i etisk insamling är respekt, öppenhet, trovärdighet och kvalitet.



KFUM Umeå ordnade aktiviteter på Rådhusorget mitt i stan. Bl.a. en 10 meter hög klättervägg fanns på plats för den som vågade utmana höjdskräcken. Vid midnatt natten till lördagen gick KFUM runt och samlade pengar i stadens krogköer. Tre timmar senare, klockan tre på natten började studentföreningen IKSU:s multisportgång en 12 timmar lång marsch genom staden. Varje heltimme passerade de Rådhusorget. Klockan 15 på lördagen gick de i mål, där festligheter mötte. Foto Jan Lindmark.

## Rekordinsamling för Världens Barn

Sveriges Televisions insamlingsevenemang och riksinsamlingen för Världens Barn som gick av stapeln den 12-13 november inbringade drygt 64 miljoner kronor. Engagemanget från 20.000 bössinsamlare och Operation dörrknackning gav nästan 20 miljoner kronor, vilket är nytt rekord. Under hela 2004 har 85 miljoner kronor samlats in.

– Det är helt fantastiskt. Jag är djupt imponerad över resultatet och det engagemang som finns ute i landet, sa efteråt en mycket trött men lycklig Peter Hjukström, projektledare för Världens Barn som genomförs för sjätte året i rad.

forts. sid 13

## Senaste nytt

Stiftelsen för Insamlingskontroll, SFI, har nu i brev till insamlingsorganisationernas ordföranden bekräftat vad FRII-Brevet berättade i förra numret: att avgiften för att inneha 90-konto förändras redan från 2005 och ska beräknas på helt nytt sätt. Reformen betecknas av SFI som ett mer rättvist avgiftssystem. Det införs trots FRIIs skriftliga protester ...

Många FRII-medlemmar får en årlig extra avgift på 50.000 kronor!

### Extra årsmöte i FRII

sid 3

### Vad hände i Holland?

sid 4 - 5

### En Rökfri Generation

sid 7

### Sida vill inte godkänna nya ramorganisationer

sid 8

### Bröstcancer-, Världens Barn-, Dansk Mäster- skaps gala – allt i TV

sid 12 - 13

### Tre kampanjer jämförs

sid 14

### Självreglering i England

sid 17

### Svensk insamlare i London

sid 20

### Patriks spaning

sid 24

## Kalendarium

December

Svenska kyrkans missions julinsamling pågår.

7 dec kl. 10 - 12

Seminarium kring minnesgåvor med repr. för Fonus och SBF. Plats: KFUK-KFUM, Rosengatan 1, Stockholm. Föranmälan till FRII.

7 dec kl. 11.30-13.00

Swedish Fundraisers har jullunch med Peter Hjukström, Världens Barn på Kulturhuset i Sthlm. Info swedishfundraisers@hotmail.com.

9 dec

Unicef släpper sin årliga rapport om barnens situation i världen.

16 dec

SFI ger ut fjärde numret av "Ditt bidrag når fram". Går som bilaga till Dagens Nyheter.

20-21 januari 2005

Ideell Arena anordnar LedarskapsArenan – kunskap, nätverk och metoder för offensiva ledare. På Lidingö. Anm o info: info@socialforum.se.

6 feb

Lutherhjälpens fasteaktion startar.

11 feb

SFI håller sitt årliga informationsmöte (prel datum) för alla 90-kontoinnehavare.

11 feb kl. 08.30-10.00

Frukostmöte om DM – framgångsrikt för sponsring. Informationschef Göran Adenskog. Mer info swedishfundraisers@hotmail.com.

14-15 mars

FRII:s grundkurs i insamling, se mer info på sid 3.

15 mars – 15 april

Radiohjälpoperatör till förmån för Svenska Psoriasisförbundet.

16 mars kl. 08.30-09.30

Frukostmöte om varumärkets roll i fundraising. Christine Cederstrand, Essen International. Mer info swedishfundraisers@hotmail.com.

3-6 april

Nordamerikanska AFP håller sin årliga konferens om fundraising i Baltimore. Läs mer på www.afpnet.org.

28 april kl. 16.30-19

Swedish Fundraisers årsmöte samt föredrag. Forskning om privata donationer i USA och Sverige, Pontus Braunerhjelm, SNS. Mer info swedishfundraisers@hotmail.com.

9-10 maj

FRII:s InsamlingsForum på Wijk Conference Center, Lidingö.

11-13 juli

Institute of Fundraising håller sin årliga konferens, i London.

18-21 oktober

International Fundraising Congress, Holland.



Ledaren

# Stärk 90-kontot!

Det finns ett nyckelbegrepp för insamlingsorganisationernas verksamhet: den som ger oss gåvor ska känna förtroende. Man ska känna förtroende för att pengarna används till det de är avsedda för och man ska känna förtroende för att vi bedriver vår verksamhet på ett försvarbart sätt. För att bidra i förtroendeskapan finns FRII. Vi knuffar på, ger idéer och utbildar så att förtroendet ska kunna skapas – och behållas.



SFI – Stiftelsen för Insamlingskontroll har genom sin styrelse påtagit sig rollen att kontrollera de insamlade organisationerna – de som har 90-konto. Det kan man göra därför att man har ett avtal med Nordea om att disponera och fördela just de sk 90-kontona. SFI:s styrelse formulerar själv sitt mandat. Man har visserligen sin bas i den svenska arbetsmarknadens parter men rapporter som styrelse inte till någon.

Strukturen och mandatet är ju lite originell i det svenska samhällslivet. Men ändå är det viktigaste att det hela fungerar på ett bra sätt.

## Här är några förslag till positiva förändringar.

- SFI bör ha en sammansättning som bättre speglar dagens samhällsliv. Ett steg på vägen är att i styrelsen inbjuda representanter för åtminstone Nordea och FRII men också någon organisation eller myndighet som kan anses representera "givarna". Skälen för Nordea's respektive FRII's representation är uppenbara. Nordea har alla skäl i världen att ha insyn i hur innehavarna av 90-kontona bedöms. Kommer det kritik mot 90-kontona så påverkar det också Nordea.
- SFI bör effektivisera den egna verksamheten. Systematisk upphandling av granskningstjänsterna skulle skapa förutsättningar för en kostnadsänkande konkurrens. En rådgivande grupp revisorer skulle kunna fungera som ett spännande "bollplank".

- SFI kan liksom många andra förbättra sin öppenhet. Det gäller förstås dels hur den egna verksamheten bedrivs dels hur man redovisar resultatet av sin granskning. Många upplever idag bl a de sk nyckeltalen på SFI:s hemsida som svårtolkade.
- SFI:s "förbud" mot politiska insamlingar känns gammaldags. Dagens givare är tillräckligt insatta för att förstå vad det är för organisation och till vilket ändamål man ger. Det är svårt att se varför politiska insamlingar ska diskrimineras när det gäller 90-konton.
- SFI måste förstås stå på givarnas - men också på de insamlade organisationernas - sida. Det är olyckligt när SFI tar på sig att agera utåt men samtidigt inte kan förklara förhållanden som gäller de olika organisationernas insamlingar.
- SFI bör utarbeta en kommunikationsstrategi. Flera mediasatsningar hittills har varit tveksamma, t ex 90-kontoboken och tidningsbilagor i dagstidningar. FRII:s medlemmar har genom annonser fått betala projekten.
- SFI bör formulera en strategi framåt över hur insamlingskontrollen skulle kunna fördjupas och breddas, fundera bl a på det som kallas certifiering. En gemensam arbetsgrupp med FRII vore ett bra första steg.

  
Lennart Daléus  
Ordförande i FRII



Information och nyheter från FRII, Frivilligorganisationernas Insamlingsråd, Swedish Fundraising Council Nr 4/04, december. Årgång 10. Manusstopp till nr 1/05 är 20 januari. Redaktion: Claes Anckarman, Eva Bergström, Eva Nordenstam, Pernilla Norström, Erik Zachrisson och Marie von Zeipel.

Ansv. utgivare: Therése Engström  
FRII, Box 2054, 103 12 Sthlm, Skeppsbron 28  
Tel. 08-677 30 90, fax 08-677 30 91  
e-post: info@frii.se  
Produktion: Eva Bergström Information AB  
Om du medverkar med text eller bild i FRII-Brevet ger du samtidigt ditt tillstånd till att FRII får använda ditt material i elektronisk version av tidningen.

# Extra årsmöte i FRII

Den 16 november samlades 34 personer från FRIIs medlemsorganisationer till det extra årsmöte som utlysts. Mötet hade att ta ställning till serviceavgiften för 2005, välja in en ny suppleant till styrelsen samt komplettera valberedningens sammansättning.

FRIIs ordförande Lennart Daléus hälsade alla välkomna och berättade därefter om vilka frågor som just nu är aktuella i styrelsen. En angelägen fråga kan du läsa mer om i Lennarts ledare här bredvid.

Efter det att Lennart lyft fram några viktiga punkter i FRIIs verksamhetsplan för 2005 diskuterade mötet vilka prioriteringar som FRII bör göra framöver. Ett par exempel på ämnen som diskuterades var utbildning samt kontroll- och kvalitetsfrågor.

## Beslut om serviceavgifter

Årsmötet tog efter en ordentlig diskussion beslut om vilka serviceavgifter som skall gälla för 2005 och framåt. Man beslutade att avgiften skall utgöra 0,10 % av totalt insamlade medel året dessförinnan, med ett golv på 2.000 kronor samt ett tak på 70.000 kronor.

Besluten var enhälliga. Styrelsen hade ursprungligen föreslagit en lägsta avgift på 3.000 kronor men drog tillbaka det förslaget till förmån för 2.000 kronor. Den nya serviceavgiften skall gälla från år 2005 och eventuella marginaleffekter kan därefter justeras under 2006.

## Nya i styrelsen respektive valberedning

Till ny suppleant i FRIIs styrelse valdes Tomas Hagwall, på Erikshjälpen och som ny i valberedningen valdes Mia Strandell, på SOS-Barnbyar. Thomas Knuthammar på Stockholms Stadsmission blev sammankallande i valberedningen. Alla hälsades välkomna i sina nya roller!

Som avslutning tackade ordförande Lennart Daléus alla närvarande för en bra diskussion och ett stort engagemang.

*Claes Anckarman*

## Grundkurs i insamling – en utmärkt möjlighet

Den 14 och 15 mars 2005 anordnar FRII, för fjärde gången, sin mycket uppskattade grundkurs i insamling.

Kursen vänder sig till nya insamlare, frivilliga eller förtroendevalda både utom och inom FRIIs medlemsorganisationer och ger, under kompetent ledning, baskunskaper i insamlandets ädla konst.

Maximalt antal deltagare är satt till 30

personer. Första dagen är inriktad på teori och andra dagen mer på praktiska uppgifter.

Kursen kommer att hållas på Lidingö, nära Stockholm. Priset är 6.000 kronor/person vid övernattnings eller 5.000 kr/person utan övernattnings.

Boka in datumet redan nu! Särskild inbjudan kommer i mitten av januari.

*Claes Anckarman*

## Läs i detta nummer

Ledaren: Stärk 90-kontot!	2	Ny europeisk insamlingsetik?	16
Extra årsmöte i FRII	3	Irriterande inslag på gator och torg	17
Rapporter från IFC, Holland	4-5	Hjälpfonden – branschnykomling	18
En Rökfri Generation	7	Nadia Forslund nu på Caritas	19
Ingen har fått godkänt	8	Svensk insamlare i London	20
Det ansvarsfulla företaget	9	Kampanjer	21
Anna Lindhs minnesfond	11	Eriks notiser	22
Insamlingsgalor i TV	12-13	På nya stolar	23
Tre Svepet-kampanjer jämförs	14	Patriks spaning	24

## Hantering av minnesgåvor

FRIIs arbetsgrupp kring hantering av minnesgåvor har nu lämnat sitt förslag. På ett möte den 8 november presenterade de sitt arbete för ett 15-tal närvarande FRII-medlemmar. Resultatet av mötet blev vissa justeringar i förslaget, som arbetsgruppen bearbetar.

Det beslöts även att bjuda in Fonus och SBF till ett seminarium kring minnesgåvor, 7 december, kl. 10.00. Inbjudan har gått ut till din organisation.

Roger Höglund, Hjärt-Lungfonden och Anna-Karin Törnberg, Röda Korset bildar en arbetsgrupp för det fortsatta arbetet.

*Claes Anckarman*

## Bästa samarbetsprojektet

Vasamuseet och Wasabröd vann i mitten av november "Kultur och Näringslivs" pris för det gångna årets bästa samarbetsprojekt mellan företag och kultur.

Vid en prisutdelning på Moderna museet tilldelades projektet "Wasa hjälper Vasa" 2004 års Swedish Arts and Business Awards pris. Det var 23 nominerade bidrag i tre olika kategorier och "Wasa hjälper Vasa" vann i kategorin "Kultur och Samhälle", därmed ska "Wasa hjälper Vasa" även representera Sverige vid en europeisk gala i Bryssel den 13 december.



Samarbetet innebär att Wasa betalar 50 öre för varje sålt Husmanpaket till insamlingsstiftelsen "Bevara Vasa". Efter sex månader har det gett 1,3 miljoner kronor. Målet är 8 miljoner på tre år.

*Eva Bergström*

# Kommunikation och relationer

FRIL-Brevet bad i sedvanlig ordning några i den svenska delegationen att berätta om sina intryck från kongressen i Holland. I år bidrar Helena Frankson, Johan Norrby och Maria Åslund från Svenska kyrkans mission respektive Lutherhjälpen med sina intryck på den här sidan och på nästa sida är det Emma Källgren, SIF.

Årets upplaga samlade ca 750 deltagare från 55 länder. Förutom gemensamma programpunkter, minikurser och Master Class-föreläsningar fanns det ca 40 workshops. Till skillnad från tidigare år fanns det dock ingen som handlade om ra-

dio och TV. Hela arrangemanget var som vanligt välarrangerat med kunniga och engagerade talare även om det fanns undantag som bekräftade regeln.

Årets kongress var den 24:e i ordningen. Nästa år är det 25-årsjubileum och

den presenterades som the BIG one. Förväntningarna är höga. Om årets version, som vi uppskattade mycket, bara var "en i raden" måste jubileumskongressen bli alldeles ... alldeles underbar!

*Helena, Johan och Maria*

## Nya impulser, idéer och peppning

Tänk att man alltid måste starta så erbarmligt tidigt för att komma i tid till kongressen. Det blir väl samma program som vanligt. Och så vet man att maten på kongresscentret är så dålig. Vad ska jag hit och göra egentligen? Ungefär så kände jag på väg till Holland.

Men när jag väl kommit fram kände jag något helt annat.

Vad kul att vara här igen. Och vad kul med alla bekanta ansikten, alla de som man bara träffar här i Holland. Under tre dagar får man chansen att bara tänka insamling. Att få nya impulser och utbyta idéer med kollegor, inte konkurrenter.

### Smitta andra med entusiasm

För mig handlar insamlingskongressen främst om inspiration och engagemang. Och det är ju vad insamling faktiskt handlar om. Det handlar om vårt engagemang och om vad vi kan göra för att smitta andra med entusiasm för våra frågor och våra organisationer.

Aldrig annars under året får jag så många nya idéer som under dessa intensiva dagar. Aldrig annars får jag den bekräftelse i min yrkesroll vi alla behöver då och då. Och aldrig annars lär jag mig så mycket av mina egna och andras idéer.

Årets kongress påminde på många sätt de tidigare jag varit med på. Utbudet av workshops är enormt och man får nästan slå knut på sig själv för att hinna med allt man vill. Samtidigt stressas man av funderingarna på om man verkligen valt rätt. Tänk om den andra workshopen var bättre?

### Insamling är kommunikation

Jag var glad över att årets kongress, kanske tydligare än tidigare, handlade om kommunikation för insamlingsorganisationer, och inte bara om ren insamlingsteknik.

Det handlar så mycket om vad vi säger och hur vi säger det. Aldrig tidigare har det varit så tydligt att insamling faktiskt handlar om känslor och passion och inte främst om teknik. Hur talar vi egentligen med våra givare och hur vill vi att de ska uppfatta oss?

Det är viktigt att vi är inkluderande i vårt språk så att våra givare känner en samhörighet med oss. Samtidigt är det viktigt för oss att komma ihåg att det inte är vi som är viktiga.

Just därför är det viktigt att tala om, eller framför allt skapa känslan av, att givaren med sin gåva kan utträta något mycket viktigt, och våra organisationer bara erbjuder oss att hjälpa till med det.

### Så många tips och idéer

Slutligen måste jag nämna den frustration jag alltid känner vid evenemang som insamlingskongressen. Alla nya tips och idéer blandas med frustration i vetskapen om att man inte kommer att kunna genomföra allt. Det är så mycket man vill och borde göra men som bara inte blir av på grund av brist på tid, pengar, resurser eller systemstöd.

Men engagemanget är starkare än någonsin.

*Johan Norrby  
Lutherhjälpen*

## Hemsidan viktig

Som helhet tycker jag att årets seminarium var jättebra! Det jag saknade var det lite mer internationella perspektivet på insamling. Eftersom vi är många som arbetar med insamling för länder i t.ex Afrika och Asien hade det varit intressant att få exempel på hur man i dessa länder arbetar med insamling. Nu kretsar mycket kring aktiviteter i USA och England.

Sista dagen var jag på en bra workshop som tog upp olika exempel från direktmarknadsföring i Europa, särskilt Frankrike. Mycket är ju lika men det är ju ändå vissa

skillnader och det var intressant att få se insamling från ett annat perspektiv.

Första dagen var jag på Ted Harris workshop "... how to succeed online". Det lät ganska torrt och tekniskt i mina öron men det blev dagens bästa workshop! Förutom många konkreta tips hade han förmågan att få igång kreativiteten. Bl.a fick vi lära oss att många givare först besökt hemsidan innan de gett sin gåva – oavsett om gåvan betalades in via internet eller via inbetalningskort. Detta visar vikten av bra information på hemsidan!

Avslutningsvis tycker jag budskapet från hela seminariet är tydligt och kan sammanfattas med ordet "Relationer". Det spelar ingen roll hur bra teknik man har om man inte vet hur man bygger upp bra relationer!

*Helena Frankson*

*Svenska kyrkans mission*

## Första gången

Årets kongress var min första. "Trots" att jag arbetar som informatör tyckte jag att det var den bästa fortbildning jag varit på någon gång. För mig blev det tydligt att kommunikation är insamling och att insamling är kommunikation. Efter råd från mina kollegor valde vi workshops både utifrån föreläsare och ämne och i stort sett allt var intressant och relevant.

Om arrangörerna skulle bredda bara lite, kanske med en handfull workshops om information/kommunikation/marknadsföring kombinerat med ett lite mer inkluderande språk i storsamlingar (det är mycket Fundraising), skulle konferensen i ännu högre grad vara minst lika relevant för informatörer och andra som arbetar med kommunikation i en insamlingsorganisation som för dem med titeln "insamlare".

*Maria Åslund  
Lutherhjälpen*

# Inspirationsresa till Holland

Efter några års frånvaro var det återigen dags att delta på Resource Alliance's Fundraising Congress. Det uppfräschade konferenscentret kändes betydligt piggare än vanligt. Tyckte mig även se att en viss generationsväxling skett, dock inte i så stor omfattning i svenskläget.

Under öppningsceremonin blev vi upplysta om att det som motiverar givare är visioner och missioner ... ja, just det så var det ju, nu kommer jag ihåg.

Stephen Pidgeon var sig lik och pennor fungerar fortfarande i direktutskick. Han körde samma upplägg som för fyra år sedan men casen var nya.

## Levande katter bättre än döda

Själv var jag så dålig på att gissa vilka kampanjer som lyckats bäst att jag t.o.m ifrågasätter mitt yrkesval. Å andra sidan sa ju Stephen att det inte finns några regler. Fick ändå lära mig att gorillor med sorgsna ögon fungerar bra liksom att levande katter fungerar bättre än döda. Åtminstone i de aktuella exemplen.

Var tydlig i vad du vill och TESTA, sa Stephen avslutningsvis med glimten i ögat.

## Vad ska givaren tycka

Ursula Messner och Alexander Buchinger tog i sitt seminarium upp vikten av att vi för oss själva tydliggör vad vi vill att givaren/medlemmen skall tycka, känna och göra.

Att kunna besvara och marknadsföra "The long-term objective and where do you want to be in 10 years"... Det var väl ungefär det ...

På seminariet "How to keep donors recruited through face-to-face fundraising" med Robert Buchhaus och Nick Mason fick vi veta att street recruitment fungerar mycket bra mot yngre målgrupper och det är lätt att få folk att fatta snabba beslut.

En mediemix som attraherar yngre bör innehålla telefon, SMS, email och Internet. Möjligheten till dialog är viktig och interaktivitet bör permanentas.

Några andra exempel är att välkomna/tacka via SMS, skicka emailfråga för att väcka engagemang, erbjuda möjlighet att få nyhetsbrev liksom att starta upp särskilda "urgent action" webbsidor.

Det bästa seminariet var Tony Elischers "creativity and innovation".

Enkelt så handlar det om att; "se vad alla andra ser och tänka vad ingen annan tänkt". Våga överraska och bryta mönster. Kombinera på ett oväntat sätt.



Emma Källgren är marknadschef på SIF med ansvar för medlemsrekrytering och -relationer.

## Fira nederlagen

Kreativiteten startar utanför din organisations väggar. Vad händer där? Vad kan vi göra åt det? Följ människors vardag, vilken del kan din organisation stödja? Hur gör vi det? Vad skulle vi mer kunna göra?

Vad kan vi förbättra i det vi gör idag? Om vi inte kunde göra det vi gör idag (t.ex ett utskick) hur skulle vi då göra?

Återigen fick vi höra att; "a brief is not a brief, it's a transfer of enthusiasm".

Något jag helt skriver under på är Tonys inställning till misstag. Han menar t.o.m att vi skall fira nederlag. Enligt honom; "It's OK to fail, but not too often".

## Insamlare extremt partyglada

Galakvällen var förstas outstanding. Hade knappt tagit sista tuggan förrän dansgolvet var invaderat av extremt partyglada fundraisers fulla av entusiasm efter veckans workshops.

Är fundraisers lyckligare än andra? Är det glädjen över att ha världens bästa jobb som vi kommunicerade på dansgolvet? Är det alla motiverande seminarier som gör oss så glada på galakvällen? Eller är det mångfalden och kulturmixen av människor med gemensamma värderingar som ger energin? Förmodligen ligger sanningen nästan mittemellan.

"We are communicators. We are part of the solution, not the problem" sa Bernard Ross på avslutningssessionen. Visst, det är minst lika fascinerande varje år.

Har lovat mig själv att inte vänta fyra år till nästa gång.

Emma Källgren  
SIF

# IFC en mångkulturell mötesplats – the bursary people

"The bursary people" är de sju personer från NGOs i Afrika, Latinamerika, Asien och östra Europa som i år blev utvalda att gratis komma till the International Fundraising Congress.

– Deras resa till konferensen och hela konferenskostnaden betalades av en fond som The Resource Alliance förvaltar. Den heter the Guy Stringer Development and Bursary Fund och startade "in honour of" Guy Stringer, en man som varit mycket involverad i vårt arbete.

– Både företag och enskilda individer stöder fonden, berättar Anna-Karin Modén vid The Resource Alliance i London.

Eva Bergström

- Mer info finns på <http://www.resource-alliance.org/>. Guy Stringer Fund finns under Knappen About Us och sen Guy Stringer Development and Bursary Fund.



Här är de sju stipendiaterna samlade. Ms Hilda Orimba är National Executive Chairwoman for Widows and Orphans Welfare Society (WOWESOK) i Kenya. Ms Svitlana Kuts är President för the Ukrainian NGO "Center for Philanthropy". Ms Ines Maria Hormazabal de Agurto är Director och grundare av Solidar i Peru. Mr Zoran Puljic är Executive Director på the NGO Development Foundation i Sarajevo, Bosnia and Hercegovina. Ms Karinna Bidermann Forlenza är Corporate Relations Sponsorship Coordinator för the Ethos Institute of Business and Social Responsibility i Sao Paulo, Brasilien. Ms Bernie Dolley är Provincial Co-ordinator för Ikhala Trust, baserad i Port Elizabeth i Sydafrika. Ms Kiran Modi är CEO och Managing Trustee på Udayan Care i New Delhi, Indien. Foto: Lutgart Govaerts.

# MySoft/9 Fundraising

**MySoft introducerar MySoft/9 Fundraising, en modul-  
uppbyggd och integrerad programvara som hanterar  
alla typer av insamlingsverksamhet. MySoft/9 har under  
2004 valts av Hoppets Stjärna, Barncancerfonden och  
Evangeliska Fosterlands-Stiftelsen.**

- MySoft/9 innehåller moduler för gåvo- och medlemshantering, reskontra och fakturering, kampanjer och RFM-analys, ärendehantering m.m.
- MySoft/9 kan levereras med en integrerad portal, så att effektiv tvåvägskommunikation kan etableras med givare, medlemmar, anställda och andra intressenter.
- Varje enskild organisations speciella behov kan lätt implementeras i MySoft/9, vilket gör att varje organisation får en unikt anpassad lösning.
- MySoft/9 är skalbar, och kan användas av både små och stora organisationer.
- Teknisk plattform för MySoft/9 är en Oracle databas och Oracle Application Server, vilket ger en effektiv integration med hög säkerhet.
- Hittills har över 100 organisationer i Skandinavien, varav 40 i Sverige, valt MySoft som leverantör av insamlings- och medlemssystem.
- I samarbete med EDITA kan MySoft ta ansvar för hela kedjan från urval till distribution av insamlingsbrev.

## MySoft AB

Liljeholmsvägan 28  
100 74 STOCKHOLM  
[www.mysoft.se](http://www.mysoft.se)

Tfn: 08-449 89 00  
Fax: 08-774 80 12  
Epost: [info@mysoft.se](mailto:info@mysoft.se)

# En Rökfri Generation

– Sedan 1979 har vi funnits i ur och skur. Ibland har mediadebatten uppmärksammat oss mycket och ibland ingenting. Men i skolorna har vi alltid varit kända och där har vi ett stort förtroende, säger Ann-Therése Enarsson.

Ann-Therése är generalsekreterare för A Non Smoking Generation som arbetar på olika sätt för att barn och ungdomar aldrig ska börja röka.

Organisationen har 15 anställda skolinspiratörer som åker runt i skolorna och informerar om rökning. De har ett material för att bearbeta attityder och värderingar och möter ca 70.000 elever per år.

– Arbetet på skolorna är vår kärnverksamhet. Den är framgångsrik och undersökningar visar att rökningen minskar på ställen där vi har jobbat länge, säger Ann-Therése.

## Arbetet i skolorna kärnverksamhet

Skolorna betalar självkostnadspris för att få besök av en inspiratör. Kommuner och landsting kan stå för vissa kostnader och sponsorer för andra.

– Vår egen insamling är blygsam. Vi jobbar inte på samma sätt som traditionella insamlingsorganisationer, och har till exempel aldrig gjort direkta insamlingskampanjer.

Men föräldrarna är en stor målgrupp. Varje vardagskväll ringer man från A Non Smoking Generation till föräldrar för att be om ekonomiskt stöd.

– De ger en period när barnen går i skolan och brukar i snitt stanna tre år hos oss, säger Ann-Therése.

## Två miljoner t-shirts

De som stöder organisationen får ett nyhetsbrev som kommer ut tre gånger per år. På 80-talet var A Non Smoking Generation kända för sina t-shirts. Det såldes två miljoner tröjor med organisationens logotype på bröstet. Kändisar som Agnetha Fältskog, Gyllene Tider, Astrid Lindgren och idrottsstjärnor poserade i flera reklamkampanjer.

– Alla hade tröjorna, säger Ann-Therése.

På 90-talet kallade de sig för En Rökfri Generation och budskapet bytte stil. De hade flera uppmärksammade kampanjer på stortavlor.

– Det blev hårdare, rakare, enkelt, rätt och död säger Ann-Therése.

På 2000-talet har de bytt tillbaka till



Ann-Therése Enarsson är generalsekreterare sedan ett par år tillbaka. I våras blev hon invald i FRIIs styrelse.

det engelska namnet och satsar lite mer på stortavlor igen. Just nu har organisationen fullt upp. De gör de en turné som organiseras av statens Folkhälsoinstitut där de besöker 24 städer och utbildar alla som arbetar med barn och ungdomar i länet om tobaksfrågor.

– Staten har inte lagt några resurser inför nästa år på tobaksprevention. Vi är i princip de enda som driver frågorna, säger Ann-Therése.

## Träffar många elever

Därför har de också fått pengar av staten för att göra ett nytt läromedel om tobak. Men även om det finns mycket att göra så har alltid skolorna och skolbesöken första prioritet. Idag möter A Non Smoking Generation cirka 15% av eleverna i målgruppen.

Målsättningen är att träffa många fler elever – helst alla i målgruppen, säger Ann-Therése Enarsson.

Eva Nordenstam

## Fakta

- A Non Smoking Generation är en politisk och religiöst obunden stiftelse
- Har funnits sedan 1979 och firar 25-årsjubileum i år.
- Arbetar för att barn och ungdomar aldrig ska börja använda tobak. Målgruppen är 11-16-åringar.
- Omsättning ca 7 miljoner/år.
- PG 901979-5
- hemsida [www.nonsmoking.se](http://www.nonsmoking.se)

## Årets lobbyist

Ann-Therése Enarsson har av tidningen Resumé och PR-byrån Havanna PR utsåtts till årets lobbyist. Detta för hennes arbete att genomdriva rökfria restauranger från 1 juli nästa år.

### Hur känns det?

– Det känns fantastiskt kul!

### Hur ska man göra om man vill bli en duktig lobbyist?

– Man ska göra ett ordentligt planeringsarbete och se vilka personer som är nyckelpersoner i det speciella arbetet. Jag tror det underlättar att jag är jurist och bekväm med lagstiftningsprocessen. Jag vet när och vilka man ska påverka i varje steg. Men sen gäller bara hårt arbete. Det är ju viktigt att man är engagerad i frågan, för engagemanget behövs för att man ska orka vara uthållig och inte ge upp när det går emot.

### Får du några pengar när du blir årets lobbyist?

– Nej, bara äran och att under ett kort ögonblick få uppmärksamheten och chansen att säga något viktigt som jag tror på.

Eva Nordenstam

## Exempel på kampanjer

### Kampanj 1996 – Swedish Match

Helsidesannonser i de stora morgontidningarna.

Swedish Match blev 1994 helägt av Volvo och i april

1996 beslöt Volvo under sin bolagsstämma att dela

ut Swedish Match aktier till sina anställda och på så sätt introducera tobaksaktier på börsen.

Hela 70% av omsättningen kommer från tobaksprodukter. Samtidigt som Swedish Match ger 4 öre till barnen via sina tändstickor lockar man barn att börja använda tobak.



### Kampanj 1995

#### – Våldtagen av en Prince

1.400 stortavlor över hela landet och på 500

reklamplaceringar i Stockholm, Göteborg och Malmö. Samt annonser i diverse tidningar.

Kvinnors kroppar tar mer skada av tobak än mäns, och rökning är särskilt allvarligt för unga tjejer. Det är tonårsflickorna som i cigaretterna söker "Princen" (självförtroende, bekräftelse, tillhörighet och trygghet).



Förförd av en PRINCE

# Ingen har fått godkänt

Av elva enskilda organisationer som anmält sitt intresse för ett nytt ramavtal med biståndsmyndigheten Sida, är det hittills ingen som fått godkänt.

– Reglerna är för krångliga, tycker Lenart Eriksson, VD för Hoppets Stjärna.

Ett par hundra svenska organisationer bedriver långsiktigt utvecklingsarbete med pengar från Sida. Pengarna kommer från det så kallade folkrörelseanslaget och ska vara ett bidrag till organisationernas egen verksamhet. Därför måste organisationen täcka 20 procent av kostnaden med egna medel (från 2005 sänktes det till 10 procent).

För att få del av pengarna måste man antingen ha ett eget ramavtal om långsiktigt samarbete med Sida, som till exempel Rädda Barnen. Eller så måste man vara medlem i en ramorganisation som förmedlar pengar, till exempel Forum Syd.

## Regeringen vill utöka antalet

Det här är en form av bistånd som regeringen vill se mer av. Folkrörelseanslaget växer från 900 miljoner kronor till 1,2 miljarder under en tvåårsperiod. Därför vill man utöka antalet ramorganisationer. För fyra år sedan fick Sida i uppdrag att ta fram särskilda urvalskriterier.

Uppdraget var slutfört i september 2002. Kriterierna ställer krav på kompetens, tillförlitlighet och förmågan att samla in egna medel. Ett annat viktigt krav är legitimitet. Grundprincipen är att organisationen ska vara demokratiskt uppbyggd.

## Blev reglerna för hårda?

I januari i år hade elva organisationer anmält sig intresserade av ett ramavtal. I en första omgång prövades de sökande mot en lättversion av urvalskriterierna. Nio föll bort direkt. Läkare Utan Gränser och Hoppets Stjärna ansågs till exempel vara för osidigt inriktade på humanitära insatser för att komma ifråga för folkrörelseanslaget.

Konstigt, tycker Hoppets Stjärnas VD, Lenart Eriksson, med tanke på att 90 procent av organisationens medel går till långsiktigt utvecklingsarbete.

– Man kan ju undra om de nuvarande ramorganisationerna skulle klara alla regler. Om vi skulle uppfylla de här kraven för en ramorganisation skulle vi behöva sätta upp ett särskilt kansli med tre, fyra nya tjänster.



Lenart Eriksson, Hoppets Stjärna är ofta ute och inspekterar projekten. Foto Hoppets Stjärna.

Och det är jag inte alldeles säker på att vi vill.

Hoppets Stjärna är redan med i Svenska Missionsrådet, en av de ramorganisationer som förmedlar bidrag från folkrörelseanslaget. Men ett eget ramavtal skulle ge mer statliga pengar.

– Idag går mycket av våra resurser till projekt i länder som egentligen har råd att finansiera dem själva. Där vill vi växla upp biståndet till en högre nivå och jobba mera med övergripande frågor. Men det är svårt att samla in pengar till den typen av insatser och därför skulle vi behöva mer statliga pengar.

## Vill ha större roll i metoddebatten

För Afghanistankommittén är ramavtalet inte en fråga om pengar i första hand, säger biståndshandläggaren Håkan Josefsson. Det man söker är en mer framträdande roll i den svenska metoddebatten.

– Ramorganisationerna får ofta bättre möjlighet att delta i policydiskussionerna med Sida. Även om vi bara har verksamhet i ett land så tycker vi att vi har mycket som kan berika debatten om utvecklings-samarbetet med de minst utvecklade länderna.

Efter Sidas första gallring i maj kvarstod den katolska organisationen Caritas svenska gren, samt Plan Sverige som driver biståndprojekt på gräsrotsnivå med pengar som samlas in från 80.000 faddrar. Ett ramavtal med Sida skulle ge pengar till större strategiska satsningar på nationell nivå, säger programchefen Anna Bertmar Khan.

– Behoven vi ser varje dag är mycket större än det vi kan möta med våra insamlade medel.

## Medlemskap i norr – garanti för demokrati i syd?

Caritas fick nej i augusti. På Plan Sverige har man varken fått ja eller nej. Ett beslut är fattat, med innebörden att Sida vill avvakta ytterligare med sitt definitiva beslut. Haken är organisationsformen: Plan Sverige är en insamlingsstiftelse och folkrörelseanslaget ska gå till medlemsbaserade och demokratiskt uppbyggda organisationer.

Anna Bertmar Khan ställer sig frågande till antagandet att medlemskap i norr skulle garantera demokrati i syd.

– Det finns inget belägg för det. Vi anser att det är människorna som vi arbetar med i syd som skall ha inflytande i vår



Anna Bertmar Khan undrar varför Plan inte godkänns.

organisation, det är det som är avgörande för demokratiarbetet i syd.

På Sidas enhet för enskilda organisationer vill man avvakta med ett definitivt beslut tills man sett över kriteriet om organisationsform. En ny studie ska rätta ut frågetecknen till årsskiftet.

– Vi har våra anvisningar som säger att organisationerna ska vara demokratiskt uppbyggda, men frågan är förstås vad man menar med demokratisk uppbyggnad, säger biträdande enhetschefen Ylva Lindström. Det är det vi måste fundera vidare på.

Magnus Jacobson  
frilans

## Fakta

- Sida har idag ramavtal med 13 enskilda organisationer.
- Fem av dem är paraplyorganisationer som främst förmedlar anslag till medlemsorganisationer: Olof Palmes internationella center, LO/TCO:s biståndsnämnd, Forum Syd, Svenska Handikapporganisationers Internationella Biståndsförening (SHIA), samt Svenska missionsrådet (SMR).
- Övriga åtta är organisationer som driver egen biståndsverksamhet: Afrika-grupperna, Diakonia, Kooperation utan Gränser/SCC, Svenska Naturskyddsföreningen, Rädda Barnen, Svenska Kyrkan, Utbildning för biståndsverksamhet (UBV) och PMU InterLife.

# Det ansvarsfulla företaget

Det ansvarsfulla företaget är enligt författarna den första boken på svenska som både ger en teoretisk bakgrund och praktiska redskap för ett CSR-arbete. Den vänder sig till vd:ar, marknads- och informationschefer och personalchefer. Jag har fått i uppdrag att läsa boken utifrån om ideella organisationer i Sverige har någon nytta av den.

EU-kommissionens definition av Corporate Social Responsibility (CSR) är:

Ett begrepp som innebär att företagen på frivillig grund integrerar sociala och miljömässiga hänsyn i sin verksamhet och i sin samverkan med intressenterna, utöver vad lagen kräver.

Reflektionen jag gör när jag läser boken är att för ideella organisationer/folk rörelser gäller ju att utgångspunkten för organisationen är det motsatta. Det är medlemmarna (intressenterna) som styr verksamheten och arbetet sker på frivillig grund.

Boken redovisar bl a tio stödjande principer för CSR. Principerna med en kort definition är:

1. Principen om Mod. – Ta ställning i branchens viktigaste frågor.
2. Principen om Delaktighet. – Intressen-

terna är ambassadörer, antingen vi vill det eller inte.

3. Principen om Konsekvens. – Gör inget du inte vill kommunicera och kommunicera inget du inte gjort.
4. Principen om Relevans. – Gör det som företaget är bäst på.
5. Principen om Betydelse. – Ingen kan göra allting, men alla kan göra någonting.
6. Principen om Lärande. – Bygg företagets strukturkapital och en uthållig organisation.
7. Principen om Integritet. – Förvalta och skydda företagets själ.
8. Principen om Transparens. – Visa upp dina svagheter.
9. Principen om Mätbarhet. – Det som mäts blir gjort.
10. Principen om Bärkraft. – Företaget

måste vara ekonomiska uthålligt.

Många av dessa principer gäller naturligtvis också ideella organisationer. Principerna har där funnits sedan bildandet, men vi har använt oss av andra ord.

Det finns självklart en del som vi som arbetar i den ideella sektorn kan ha nytta av. Så om du har tid, läs gärna boken. Men det är inget du ska prioritera. Kanske en höstpromenad, där du kan reflektera över om din organisation lever upp till sina mål, är betydligt nyttigare.

*Elsemarie Bjellqvist  
fd förbundssekr. Reumatikerförbundet*

- Det ansvarsfulla företaget; Corporate Social Responsibility i praktiken: Ola Löhman & Daniel Steinholtz. Ekerlids Förlag.

(annonser)



**”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.

# Liza Marklund ny Unicef-ambassadör

Författaren och journalisten Liza Marklund har utsetts till den tredje svenska Unicef-ambassadören, vid sidan av artisterna Lill Lindfors och Lasse Berghagen.

Hon presenterades i sin nya roll av skådespelaren Roger Moore som själv är Unicef-ambassadör sedan 1991.

– Liza Marklunds djupa engagemang i frågor som rör mänskliga rättigheter gör henne till en utmärkt Unicefambassadör, säger Véronique Lönnerblad, generalsekreterare för Unicef Sverige i ett pressmeddelande.

Med utnämningen hamnar Liza Marklund i ett sällskap av internationella celebriteter som Mia Farrow, Susan Sarandon och Harry Belafonte. Hennes nya uppgift blir att skapa medvetenhet om allt från flickors rätt till utbildning, till vikten av vaccinationer och att kämpa

mot sexhandel och övergrepp.

Första resan blir till Malawi där hon i december ska studera hur det lilla afrikanska landet arbetar för att förebygga hiv/aids.

Marie von Zeipel

## Hearing om SPAR-registret genomförd

Den 2 november inbjöd den så kallade SPAR-utredningen till en hearing om framtiden för Statens personadressregister – SPAR. FRIL var naturligtvis på plats tillsammans med ett stort antal andra organisationer, alla med ett gemensamt intresse för SPAR och dess framtid.

Inför hearingen hade FRIL inkommit med skriftliga synpunkter och fick nu även muntligen framför dessa. FRIL anser att SPAR är en ytterst viktig databas och vill därför säkerställa att SPAR fungerar väl och har en hög kvalitet, även i

framtiden.

På mötet framkom ett stort antal synpunkter och frågor som utredningen tog till sig. Den 1 maj 2005 skall ett betänkande vara klart.

Claes Anckarman

## Forum knyter europeiska kontakter

Forum för frivilligt socialt arbete har blivit invald som medlem CEV (European Volunteer Center) som är en sammanslutning av europeiska volontärcenter och volontärförmedlingar.

CEV erbjuder erfarenhetsutbyte med europeiska kollegor och en plattform för att bevaka och påverka EU:s arbete kring volontärfrågor.

Forum har också blivit medlem i ECAS som bl.a. arbetar med att ge råd kring EU-finansiering till frivilligsektorn. En ny upplaga av ECAS handbok "Guide to European Funding for NGOs" har just blivit publicerad. Där tas upp; EU-finansiering, stiftelser att söka bidrag från, hur fungerar strukturfonder?

Tips om vilka fonder man kan söka ur kommer att publiceras i Forums nyhetsbrev.

Eva Bergström

## Förbjudet sända omärkt sms- och e-postreklam

Marknadsdomstolen förbjuder företagen 3 Call och 3-Net vid vite om vardera 400.000 kronor att skicka reklam per sms eller e-post utan att tydligt och omedelbart visa avsändaren.

Konsumentombudsmannen ser domen som ett viktigt pilotfall.

MD jämför reklamen som skickas med textmeddelanden och per e-post med direktreklam i brevlådorna, där avsän-

daren måste synas utanpå.

Sedan den första april i år är det inte tillåtet att skicka reklam med e-post och sms till konsumenterna som inte gett sitt samtycke, dvs följande förutsättningar måste vara uppfyllda:

- den fysiska personen får inte ha tackat nej till att hans e-postadress används i marknadsföringssyfte.
- marknadsföringen måste gälla företagets/organisationens egna sinsemellan likartade produkter, som den fysiska personen tidigare använt.
- den fysiska personen måste få möjlighet att kostnadsfritt och enkelt förhindra att e-postadressen används.

Med e-post jämställs MMS och SMS.

Eva Bergström

## 90-konton påverkas inte

I mars 2005 ändrar Postgirot namn till PlusGiro. Det är enbart namnet som ändras. Betalningssystemet och tjänsterna fungerar på samma sätt som tidigare och 90-kontona påverkas ej.

Namnbytet görs för att undvika sammanblandningen med Posten.

Eva Nordenstam

## Nix-kontroll krav för god sed

Alla som skickar adresserad DR till personer som registrerat sig i Nix-registret anses hädanafter ha brutit mot god sed. Det beslutade branschorganet Swedmas etiska nämnd i oktober.

61.000 har anmält till Nix Adresserat att de inte vill ha adresserad direktreklam. Det anser DM-nämnden vara tillräckligt för att man ska anse att alla som skickar ut DR till registrerade har brutit mot god sed enligt marknadsföringslagen.

Eva Bergström

## Effektivare insamling!

Har du nytta av...

- effektivare insamling?
- effektivare kommunikation med medlemmarna?
- möjligheten att hantera samtliga medlemsaktiviteter i samma system?
- ett system som kan växa med organisationen?

Då har du nytta av Melos!



Med en kärna av funktioner för medlemshandling, debitering, avisering, betalningsfunktioner samt tilläggsmoduler för bl.a. insamling, värnning, kurser, prenumerationer och försäljning anpassar vi vårt medlemshandlingssystem Melos efter just din organisation.

Datarutin – en stabil och pålitlig IT-partner sedan 40 år

datarutin

www.datarutin.se

# Anna Lindhs minnesfond samlade in drygt 10 miljoner

Anna Lindhs minnesfond har under året som gått samlat in omkring 10,5 miljoner kronor. Av dem finns cirka 7 miljoner kronor kvar.

En stor del av de insamlade medlen har använts till att bygga upp fondens verksamhet och att göra fonden känd.

– Det har varit ett intensivt år, med ett enormt intresse och många gåvor. Men vi ser nu en avmattning i insamlingen jämfört med anstormningen i början, vilket är helt naturligt. Vi är ju ingen vanlig insamlingsorganisation från början utan bildades efter en akut tragisk händelse, säger Christina Weibull, organisationssekreterare vid minnesfonden.

Fonden har delat ut 325.000 kronor i stipendier. Drygt två miljoner kronor har gått åt till att bygga upp kansliet, köpa in tryckmaterial, hemsida, pr-tjänster och ordna kulturangemang och debatter vid bl.a. ettårsmemorialen av Anna Lindhs död.

## Gåvor från många håll

Cirka 84 procent av antalet gåvor kommer från privatpersoner. Socialdemokratiska partiet gav ett stiftelsekapital på 1,5 miljoner kronor – därutöver har LO skänkt en miljon kronor, TCO 900.000 kronor, NK 300.000 kronor och näringslivet 1,7 miljoner kronor. Ett brev till 600 vd:ar i näringslivet inbringade 550.000 kronor, bland annat 100.000 kronor från Volvo och 50.000 kronor från Saab. Postens försäljning av Anna Lindhfrimärken gav nästan 769.000 kronor. Andra intäkter är första maj-nålen, Olle Svennings minnesbok om Anna Lindh och Broderskaparnas bok Till Anna.

## Långsiktig strategi kommer

Styrelsen utarbetar nu en långsiktig strategi för hur insamlingen ska bedrivas. Till en början vänder man sig till de cirka 4.500 organisationer, företag och enskilda personer

som redan lämnat ett bidrag för att få dem att fortsätta att stödja fonden.

– Vår annonsering blir mer riktad än under det första året. Vi kommer även i fortsättningen att synas genom de seminarier och debatter vi planerar för. Men vi avstår från aktiviteter som leder till stora kostnader, säger fondens ekonomiansvarige Birgitta Lundin som tror att man kommer att behöva ta av kapitalet för att fullgöra sina aktiviteter.

– Meningen är att inte enbart vara en stipendiefond utan även vara en aktiv part och ett forum för dialog om frågor som exempelvis jämställdhet och internationell konfliktlösning, säger Christina Weibull.

Har ni en etisk placeringspolicy för ert kapital?

– Idag har vi endast drygt 1,4 miljoner kronor investerade i aktier, huvudsakligen i svenska verkstadsföretag, och cirka en miljon i räntebärande papper. Styrelsen prövar i



Birgitta Lundin håller i ekonomin på fonden.

varje enskilt fall om det finns några etiska invändningar eftersom det rör sig om så få företag, säger Birgitta Lundin.

Marie von Zeipel

## Fakta:

- Anna Lindhs minnesfond stödjer kvinnor och ungdomar som i Anna Lindhs anda har modet att bekämpa likgiltighet, fördomar, förtryck och orättvisor så att människor kan leva ett gott liv i en miljö där de mänskliga rättigheterna efterlevs.
- Minnesfonden delar årligen ut ett Anna Lindh-stipendium till person, organisation eller projekt. Under det första året har tre stipendier delats ut. Den israeliska journalisten Amira Hass belönades i år med det första Anna Lindhstipendiet på 250.000 kronor.
- Styrelsen består bl a av LO:s ordförande Wanja Lundby-Wedin, före statsministern Ingvar Carlsson, skådespelerskan Helena Bergström, kulturchefen Maria Schottenius, Volvochefen Leif Johansson, TeliaSonerans Sverigechef Marie Ehrling och ärkebiskop KG Hammar. Där ingår också Anna Lindhs make Bo Holmberg.

## Barncancerfonden ger ut bok med barnmålningar

Okonstlat är titeln på Barncancerfondens nya bok med barnmålningar som säljs till förmån för forskning kring barn och cancer. Målningarna har samlats av den finska bildpedagogen Maarit Mäkelä-Faeder under mer än 20 års tid.

Målningarna i Okonstlat är gjorda av barn som inte ens fyllt sex år. Men trots skaparnas ringa ålder kan man ana spår av till exempel Chagall, Lindström och Pollock i verken.

– Tanken är bland annat att bejaka barnets naturliga skaparkraft, säger Johan Björkman, marknadsansvarig på Barncancerfonden. Fantasin är oftast en trofast kompis att hålla i handen och som kan ge lindring och tröst när man är liten och sjuk.

Okonstlat kostar 150 kronor, varav 125 kronor går direkt till Barncancerfondens verksamhet.

Marie von Zeipel

## SOS-Barnbyar tar hjälp av Fotbollförbundet

Inför fotbolls-VM i Tyskland i juni 2006 ska SOS-Barnbyar, Svenska Fotbollförbundet och fotbollens världsorganisation FIFA storsatsa.

Målet är samla in pengar för att bygga sex nya barnbyar, en på varje fotbolls-kontinent.

– Barn älskar fotboll. I fotbollen spelar inte samhällsklass eller familjeförhållanden någon roll. Alla kan förenas i en match, säger Elisabet Andersson, generalsekreterare på SOS-Barnbyar i ett pressmeddelande.

FIFA har sedan 1995 stöttat arbetet med att ge ett hem åt föräldralösa och övergivna barn. För Svenska Fotbollförbundet innebär samarbetet att man uppmärksammar fotbollens betydelse för barn runt om i världen.

– Kan vi genom att delta i en rad aktiviteter med våra landslag, spelare och klubbar, bidra till att fler barn får chans till ett drägligt liv så ställer vi självklart upp, säger Sune Hellströmer, generalsekreterare i Fotbollförbundet.

Ambassadörer för projektet är Tommy Söderberg, förbundskapten för svenska U-21-landslaget, och damlandslagets förbundskapten Marika Domanski-Lyfors.

Marie von Zeipel

# "Succé trots mindre pengar"

Cancerfondens Rosa Bandet kampanj beräknas totalt inbringa runt 18 miljoner kronor. Under den direktsända TV3 - galan den 26 oktober skänkte svenska folket 16 miljoner kronor, drygt hälften så mycket som förra årets gala i TV 4.

Evenemanget lockade 635.000 tittare – i konkurrens med bland annat TV4:s Äntligen hemma som lockade en miljonpublik. Förra årets gala i TV4 hade 1,250.000 tittare.

– Vi är jättenöjda, sändningen utstrålade proffsighet och engagemang. TV3s egna affischnamn marknadsförde Rosa Bandetkampanjen under oktober månad och hela kanalen var rosafärgad, säger en mycket nöjd P-G Persson, tf informationschef på Cancerfonden.

– Vi rekommenderar verkligen andra insamlingsorganisationer att arbeta med TV3, är hans slutsats.

## Väntat resultat

Att galan gav 16 miljoner – jämfört med 27 miljoner i TV 4 förra året – var förväntat. Cancerfonden är övertygad om att resultatet kan växa till nästa år. Snart ska parterna träffas för att utvärdera samarbetet.

## Många band såldes

Andra samarbetspartners var bland annat ICA, Lindex, Mercedes-Benz, Amelia och Aftonbladet. Aftonbladet och ICA:s försäljning av Rosa Bandet inbringade 600.000 kronor. Klädföretagen Lindex och Twilfit samlade genom sina kunder in över 1,8 miljoner kronor. Förutom Rosa Bandet skänkte



Inför galan annonserade Cancerfonden i dagspress med tydliga och fyndiga rubriker.

företagen en krona för varje behå som såldes under oktober.

– Vi är mycket glada över Lindex och Twilfits starka engagemang. Deras insamling betyder mer pengar till livsviktig bröstcancerforskning, säger sponsransvarig Morgan Roos på Cancerfondens hemsida.

Cancerfondens nätinsamling för Rosa Bandet, som kördes för andra året i rad med flera kända profiler som dragplåster, fördubblades. Tidningsdrottningen Amelia Adamo samlade in drygt 110.000 kronor. Föreningsrörelsen och idrottsorganisationer

sålde 87.900 Rosa Bandet som inbringade drygt en miljon kronor.

**Öronmärkta för bröstcancerforskning**  
"Superambassadören" Anna Helleblad – som var ansiktet utåt i flera annonser – hade som mål att samla in 15.000 kronor men slutsumman blev 99.400 kronor.

– Jag har ställt upp för att ge hopp till andra som har drabbats. Man tror ju när man får cancer att "nu är livet slut" eller att livet aldrig mer blir roligt, säger hon.

Pengarna från Bröstgalan är öronmärkta för forskning kring bröstcancer. Forskningsnämnden avgör sedan hur de insamlade medlen används och vilka forskningsprojekt som finansieras.

Marie von Zeipel

## Fakta

- Varje år får 6.500 kvinnor i Sverige diagnosen bröstcancer. Forskning har lett till stora framsteg och idag överlever tre av fyra som drabbats.

## Team Cancerfonden pånyttföds

Reklambranschens "drömlag" som i flera år arbetat med Cancerfondens externa kommunikation går åt olika håll. Några av dem kommer att arbeta för Svenska Röda Korset. På meritlistan ligger en lång rad lyckade annons- och mediasatsningar som gett miljonintäkter till cancerforskningen.

– Calle Lewenhaupt, Olle Matsson och Elsa Falk har bett att få sluta för att göra andra saker. PR-konsulten Micke Jaresand, strategen Tomas Olsson och webbansvarige Calle Sjönell finns fortfarande kvar i teamet tillsammans med medarbetare från oss, säger P-G Persson, tillförordnad informationschef vid Cancerfonden.

Team Cancerfonden kommer troligen att starta om i nygamal tappning när nya kommunikationschefen Ellinor Bollman tillträder i december, säger P-G Persson.

Reklambyrån Trackster har gjort fondens julkampanj.

Marie von Zeipel



Under den kändiståta direktsändningen från Berns i Stockholm uppträdde artister och idrottsstjärnor som Papa Dee, Sylvia Wrethammar, Loa Falkman och Pernilla Wahlgren, Kayo, Tina Nordlund och Carolina Klüft, varav några är med på detta foto. Foto Cancerfonden.

# Världens Barn lyckades igen

forts fr sid 1

Peter Hjukström fick medhåll av Charlotte Petri Gornitzka, generalsekretare för Rädda Barnen och ordförande i Världens Barn:

– Allt känns väldigt starkt och det blev en bra balansakt mellan allvar och lätthet. Jag tror att Världens Barn "bara måste" fortsätta nästa år och kanske också omfatta barn i Sverige. Vi har en bra diskussion och vi får se vad Radiohjälp och Sveriges Television beslutar.

Målet satt till endast 50 miljoner Stjärnglansen fanns där med artister som Charlotte Perelli, Lena Philipsson, Robert Wells, After Dark, Brolle, Peter Jöback, Maria Lundqvist och det vinnande bidraget från lilla Melodifestivalen 2004.

För att få en seriösare framtoning varvades uppträdandena med reportage från projekt i länder där Världens Barnorganisationerna arbetar.

– Målet var att tydligare lyfta fram riksinsamlingen och engagemanget ute i landet,

vilket jag tycker vi lyckades med, säger Peter Hjukström.

Slutbeloppet stannade på över 64 miljoner kronor, en siffra som vida översteg målet på 50 miljoner kronor. 2003 uppgick insamlingen till cirka 43 miljoner kronor.

Bästa insamlingskommun, för tredje gången i rad, blev Öckerö där invånarna gav närmare 40 kronor per person i genomsnitt. Två var Sorsele med 95.449 kronor – drygt 32 kronor per kommuninnevärdare. På tredje plats kom Årjäng.

Tre hundra miljoner teoretiskt möjligt Årets kraftiga satsning på 18 av landets befolkningsrikaste kommuner blev en stor framgång. 15 av dessa förbättrade sina resultat jämfört med 2003. I kommuner som Göteborg, Lund, Jönköping, Sundsvall och Växjö både dubblades och tredubblades insamlingsresultaten. Sämre gick det i Stockholm, som bara samlade in drygt en femtioöring per person.

Dessutom har antalet kommuner som

arbetat med Operation Dörrknackning tredubblats från 48 kommuner 2003 till 150 kommuner under årets riksinsamlingsdag. Om alla svenskar hade skänkt lika mycket som Öckeröborna skulle över 300 miljoner kronor ha samlats in.

PMU skänkte också pengar Många gåvor strömmade in under insamlingshelgen. PMU InterLife, en av de 12 organisationerna i Världens barnkampanjen, skänkte lördagens dagskassar från 25 secondhandbutiker på 711.845 kronor till insamlingen.

Basketligan skänkte en check på 295.000 kr som överlämnades till programledaren Peter Jidhe. Omröstningen om bästa schlagerlåt i Melodifestivalen, som blev Abbas Waterloo, inbringade 700.000 kronor.

Totalt tog SVT emot närmare 1,5 miljoner telefonsamtal från personer, företag och organisationer som ville skänka pengar.

Marie von Zeipel

## Danskt mästerskap i insamling

I januari 2005 anordnas Danskt Mästerskap (DM) i insamling. Tanken är att danskarna ska tävla i att samla in så mycket pengar som möjligt till hjälpverksamhet. Insamlingen kulminerar i en TV-gala på DR (Dansk radio och TV).

"DM i Insamling 2005" är en dansk motsvarighet till Världens Barn. Initiativet kommer från branschorganisationen ISOBRO, DR och Dansk Tipstjenste. Danskar i alla åldrar uppmanas att tävla om att samla in så mycket pengar som möjligt till hjälpverksamhet. Det kan vara på arbetsplatsen, kommunen, idrottsklubben, föreningen eller andra mötesplatser.



Kampanjbild från hemisdan.

Nytt tema varje år Tanken är att DM i Insamling ska bli återkommande med nytt tema varje år. Årets tema är "Föräldralösa barn i Afrika".

De 101 insamlingsorganisationerna som är medlemmar i ISOBRO kan varje år anmäla ett projekt som passar in på årets tema. I år har 19 organisationer anmält projekt och tre av dessa har valts ut till profilprojekt. Det innebär att dessa tre projekt får mest uppmärksamhet och störst andel av de insamlade pengarna. Årets projekt kommer från Læger uden Grænser, Unicef och BØRNEfonden. BØRNEfondens projekt heter "Befri børneslaverne" och de båda andra projekten handlar om barn och aids.

Upptaktsprogram med reportage Liksom vid Världen Barn kommer TV att visa inslag från de utvalda projekten inför galan.



Ulrika Wedin arbetar på Barnfonden.

Dansk tipstjänst har tagit fram en skraplott som säljs via deras ombud och förväntas ge ytterligare intäkter till insamlingen. En rad danska företag har ställt upp med vinster till lotteriet. Högsta vinsten dras direkt i TV-galan den 29 januari.

Ulrika Wedin  
Barnfonden

Mette Grovermann från ISOBRO berättar så här:

- De vågar inte sätta upp något insamlingsmål. Priset för lotten är 50 kr och målgruppen är främst barnfamiljer. Målet är också att öka medvetenheten i Danmark.
- De vill i tilltalet lägga sig någonstans mellan Sveriges/Norges mer känslosamma tilltal och Englands humoristiska.
- Kändisar kommer att medverka i galan och åka ner till afrikanska projekt. Inslag från dessa besök sänds under galan.
- Ej bestämt vad insamlingen ska vara till 2006, men det kan t.ex vara till cancerforskning eller handikappprojekt i Danmark. Skiljer sig alltså från Världens Barn.
- En tanke från ISOBRO är att det vore kul att utöka det till hela Norden så det blir DM, NM och SM i Insamling samtidigt och att de nordiska länderna tävlar mot varandra!
- [www.dmiinsamling.dk](http://www.dmiinsamling.dk)

# Tre Svepet-kampanjer jämförs

FRII-Brevet tittar närmare på Svepet – det omslag som ligger runt den oadresserade direktreklam som två gånger i veckan delas ut av Posten.

Med en upplaga på 3,8 miljoner borde Svepet vara en riktig tungviktare i DR-sammanhang men Frida Rönnlund, som arbetar som projektledare på mediaföretaget Outcome, menar att det inte är alldeles lätt att värdera Svepet som kanal.

– Å ena sidan när man ut oerhört brett till en hyfsad kostnad men sen måste man ju också fråga sig hur många som verkligen läser Svepet. En risk är att hela packen går direkt till pappersinsamlingen. En annan risk är att man plockar ut erbjudandena från närmaste mataffär och slänger omslaget.

– Allt beror på hur man förhåller sig till direktreklam, säger Frida Rönnlund.

Lågt pris i förhållande till antal

Enligt Frida beror det också på var man bor.

– Människor som bor i storstadsområden får mer direktreklam än de som bor i glesbygd och de som bor i villa får mer reklam i sina brevlådor än de som bor i lägenhet. Får man mycket är det större risk att allt hamnar i pappersinsamlingen.

Frida Rönnlund hävdar dock att Svepets priser, som ligger på drygt 300.000 kronor för en helsida, är låga om man ser till hur många man potentiellt når ut till.

– Kostnaderna för "vanlig" direktreklam är långt högre. Problemet med Svepet är dock att man inte kan selektera – det är allt eller inget, säger hon.

Två reklamproffs tittar på tre kampanjer Hur är det då med resultat och svarsfrekvens? FRII-Brevet har jämfört tre annonser som gått i Svepet 2004 – en från BRIS, en från Barncancerfonden och en från SOS-Barnbyar. Vi har också låtit två "reklamproffs" copywritern Carl Lewenhaupt och AD:n Oskar Lindström bedöma utformning och innehåll.

Kort varsel för SOS-Barnbyar SOS-Barnbyars annons har rubriken "Ett hem, en familj, en utbildning och lagtröjor" och syftar till att få människor att ge ekonomiska bidrag till sex nya barnbyar som organisationen planerar att bygga.

Mia Strandell, som är marknadschef på SOS-Barnbyar, berättar att de fick möjlighet att hoppa på Svepet med kort varsel och därför snabbt var tvungna att få fram en annons.

– Just då hade vi en kampanj tillsammans med Svenska Fotbollförbundet och vi byggde helt enkelt vidare på de budskapen, säger hon.

De "snabba puckarna" är något som också de andra organisationerna känner igen sig i när det gäller Svepet. Om det finns lediga annonsutrymmen erbjuds organisationerna annonser till låg kostnad – ibland till och med gratis – sen gäller det bara att få fram en annons ...

Tveksamt värde för Barncancerfonden – I vårt fall var svarsfrekvensen så låg att man måste fråga sig om det var värt det hela. Det kostar ju trots allt en hel del tid

och energi att få fram en annons, säger Johan Björkman, marknadsansvarig på Barncancerfonden.

Barncancerfondens annons består av en stor bild på en bebis med rubriken "Varför?". I den korta brödtexten uppmanas mottagaren att stödja forskningen för att ta reda på mer om barncancer.

Såväl SOS-Barnbyar som Barncancerfonden är eniga om att genväret varit relativt svagt.

– Ungefär som en vanlig bilaga, kanske något sämre, kommenterar Johan Björkman.

BRIS mer positiva

Den tredje organisationen i vår jämförelse, BRIS, är dock mer positiva till sin medverkan i Svepet. Deras annons är utformad som en stor kupong som man ska klippa ut och skicka in. Rubriken lyder "Några kuponger till så får vi en ny telefonlinje. Vill du hjälpa oss?" På kupongen kan man sedan kryssa för om man vill bli autogivare, bli medlem eller få en postgiroblankett hemskickad till sig.

– Vi hade testat att gå ut via Svepet lite från och till under våren utan att någonting egentligen hända men så började vi med kupongen och den gav bra gensvar, berättar Johnny Nordström som är marknadsansvarig på BRIS.

Allt som allt har kampanjen gett BRIS 900 nya medlemmar och runt 200 autogivare. Dessutom har 300 personer skänkt enstaka gåvor via postgiro.

– Vi trodde egentligen inte på kampan-

SOS-Barnbyars annons pratar fotboll



Bancancerfonden visar en gullig baby



BRIS koncentrerar sig på kupongen



jen. Det kändes som om det var för många steg – man skulle läsa, klippa ur, fylla i och skicka in. Men, det fungerade, fortsätter Johnny Nordström.

BRIS vågade be om pengar

Våra "proffstyckare" är inte förvånade över att det var just Bris kampanj som gått bäst.

– Kupongen blir något som ögat lätt hittar i Svepet, samtidigt som den blir själva budskapet. BRIS vågar be om pengar, förklarar varför de behöver dem och gör det lätt för oss att stödja. Man vågar kommunicera direkt till vuxna och går rakt på sak på ett bra sätt, säger Oskar Lindström, AD på Nerell Wunderman.

Calle Lewenhaupt håller med:

– BRIS är bäst av dessa tre – tydlig rubrik, rak och förstälig brödtext och ett erbjudande som man både förstår och har lätt att sympatisera med.

SOS-Barnbyar får sämre betyg

– Annonsen har en tydlig grundidé som borde ha omhändertagits på ett bättre sätt, säger Carl Lewenhaupt som menar att budskapet känns ofokuserat och att det därmed blir både ottydligt och oengagerande.

– De försöker väcka känslor men hittar inte fram bland mänskliga behov, mat för dagen, fotbolls-VM och lagtröjor. Jag förstår tanken bakom annonsen men lösningen måste vara snabbare. Många hjälporganisationer pratade om pojkar som spelade fotboll under EM och VM men få lyckades använda det till något riktigt bra, menar Oskar Lindström.

– Och rubriken är en gåta – vad menar de egentligen? Första meningen i brödtexten tar sedan varken vid i rubriken eller le-

der vidare i texten, säger Carl Lewenhaupt. Viktigt göra det lätt att agera  
Oskar Lindström menar att man måste göra det lätt för mottagaren att agera. När det gäller bred direktreklam finns det inte plats för långa känsloladdade utläggningar utan man måste snabbt hitta "rätt i hjärtat" hos mottagaren.

– Det är ont om tid och man måste snabbt ge mottagaren en chans att faktiskt hjälpa, i Svepet stannar ingen läsare särskilt länge, fortsätter han.

Lätt att välja babybild

Även Carl Lewenhaupt betonar vikten av rak och tydlig kommunikation.

– Annonsen för Barncancerfonden är exempelvis full av frågetecken. Tvivlet fortsätter sedan i brödtexten – "med stor sannolikhet", "nästan varje dag", "ingen vet", kommenterar han och menar att helhetsintrycket blir "lite lealöst – utan varken vilja eller ambitioner".

Även bildvalet får sig en släng:

– De väljer att använda sig av en söt bebis, det brukar ju funka ...

Svepet känns inte kul, men testa är viktigt  
Varken Carl Lewenhaupt eller Oskar Lindström uttrycker någon större entusiasm för Svepet som kanal men understryker vikten av att verkligen mäta och utvärdera resultatet och inte bara gå på allmän magkänsla.

– Personligen tror jag på mer differentierade lösningar där man har möjlighet att rikta budskapen mot mindre grupper. Då har man också chans att göra spetsigare lösningar som träffar mer rätt hos mottagaren, det är svårt att prata med alla samtidigt, säger Oskar Lindström.

Monica Lorensen

## Priser till Barncancerfonden

Barncancerfonden fick Svenska Publishing-Priset i två kategorier:

- Tidningen Barn & Cancer som vann kategorin bästa medlemstidning "för ett innehåll som ger stöd och hopp".
  - Webbplatsen [www.barncancerfonden.se](http://www.barncancerfonden.se) som utsågs till bästa samhälls-, kultur och ideella webbplats tack vare "en tydlig och lättnavigerad sajt med hög funktionalitet".
- Svenska Publishing-Priset arrangeras av Populär Kommunikation och Kunskapsbrevet.

Eva Bergström

## KD kräver avdragsrätt

Kristdemokraterna skrev i oktober en motion till riksdagen med krav på avdragsrätt för gåvor till ideella organisationer, nr 2004/05:kd470.

I sitt budgetalternativ för 2006 och 2007 har de avsatt 1,4 miljarder kronor för detta.

– Under 2005 bör införandet av avdragsrätt förberedas bland annat genom att utreda vilka förutsättningar som ska gälla för att avdragsrätt ska medges. Goda exempel finns bland annat från Norge, säger den kristdemokratiska ledamoten Inger Davidsson i partiets pressmeddelande.

Eva Bergström

## Vilka rättsliga villkor gäller

I dagsläget är det i många frågor oklart vilka rättsliga villkor som gäller för ideella föreningar. Därför har justitiedepartementet tagit initiativ till en kartläggning av dessa villkor. Professor Erik Nerep har fått uppdraget att senast den 15 augusti 2005 ha gjort denna kartläggning, vilken till viss del kommer att göras med hjälp av enkätundersökning.

2001 inrättades folkrörelsepolitiken som ett eget politikområde i statsbudgeten, vilket innebär en prioritetshöjning av frågor som rör föreningslivet och är även ett sätt att understryka föreningslivets betydelse som en grundval i vårt demokratiska samhälle.

En uppgift inom folkrörelsepolitiken är att medverka till att lagstiftning och andra villkor för olika typer av föreningar är utformade på ett ändamålsenligt sätt, skriver Justitiedepartementet i sitt PM Ju2004/5669/P.

Eva Bergström

## Experterna som tyckte till



Calle Lewenhaupt har 20 års erfarenhet i reklambranschen. Som copywriter har han arbetat med kunder som IKEA, H&M, Viking Line, McDonalds, Aftonbladet och Cancerfonden.



Oskar Lindström jobbar som Art Director på DM-byrån Nerell Wunderman sedan fem år med kunder som Röda Korset, SEB, Akksam och Sydsvenskan.

# Mot en ny gemensam europeisk insamlingsetik?

European Fundraising Association, EFA – i vilken FRII är medlem - har tagit fram ett förslag till "Gemensam internationell etisk kod för insamling". Arbetet har bekostats av FRIIs brittiska motsvarighet Institute of Fundraising i London. Dokumentet består av två delar; Gemensam internationell etisk uppförandekod för insamlare och Tillämpning av uppförandekoden.

I förslaget läggs stor vikt på den enskilda insamlarens skyldigheter. Insamlaren ska alltid uppföra sig professionellt med respekt, öppenhet och integritet.

Insamlaren ska alltid sätta sina professionella skyldigheter före egna personliga intressen. Insamlaren får inte på något sätt missbruka sin ställning, inte heller göra något för egen vinning skull eller försätta sig i sådana situationer som på något sätt kan misstolkas. Insamlaren ska inte utnyttja någon relation med givare, frivilliga eller anställda för att få personliga fördelar. Insamlaren får inte heller på någon sätt bete sig så att givaren känner sig tvungen att ge.

**Skyldighet förbättra sina färdigheter**  
Förslaget tar också upp insamlarens skyldigheter att kontinuerligt förbättra sina professionella färdigheter för att arbeta effektivt och med bästa kvalitet. Insamlaren uppmanas också att dela med sig av sina erfarenheter och färdigheter till andra insamlare för att de också ska kunna bli effektivare. Insamlaren ska ta till sig och stödja andra att ta till sig nya insamlingstekniker. Insamlaren ska också ha ett öppet och ärligt sätt gentemot allmänheten, kollegor, den egna organisationen, andra insamlare och förmånstagarna.

I FRIIs "Riktlinjer för etisk insamling" definieras begrepp som verksamhetsintäkter och -kostnader, vilket bara ytligt tas upp i EFAs etiska kod. FRII tar också upp sparande i insamlingsorganisationen vilket inte alls behandlas av EFA.

Mycket gemensamt

Gemensamt för EFAs förslag till "Tillämpning av uppförandekoden" och i "FRIIs Riktlinjer för etisk insamling" är följande områden:

- Insamlarens skyldigheter vid olika insamlingsformer som Internet, SMS, e-post, insamlingsbössor, telefon, fax, DM samt försäljning. Att t ex inte ringa till någon före kl 09.00 eller efter kl 20.00 och inte heller på helgdagar.
- Insamlarens rätt att tacka nej till gåvor om t ex givarens aktiviteter går emot insamlingsorganisationens syften eller om

gåvan är villkorat på ett sådant sätt som inte organisationen kan acceptera.

- Relation till intressenter; allmänhet, givaren, förmånstagare, förtroendemän inom organisationen, leverantörer. Insamlaren ska alltid behandla intressenterna med respekt. Förmånstagarna för insamlingen får aldrig omskrivas i negativa ordalag. Här är EFAs förslag mer utförligt avseende relationen till förmånstagaren/mottagaren än FRII.
- Skyldigheter kring kommunikation, marknadsföring och information.
- Administration, rapportering och ekonomiska hantering, insamlingskostnader. Redovisningen och rapporteringen skall vara tydlig och klar, transparent. Inga kostnader ska vara dolda.
- Att följa nationella lagar. Insamlaren ska

## En insamlare ska

- kontinuerligt förbättra sina professionella färdigheter för att arbeta effektivt och med bästa kvalitet.
- dela med sig av sina erfarenheter och färdigheter till andra insamlare för att de också ska kunna bli effektivare.
- ta till sig och stödja andra att ta till sig nya insamlingstekniker.
- ha ett öppet och ärligt sätt gentemot allmänheten, kollegor, den egna organisationen, andra insamlare och förmånstagarna.

inte engagera sig i aktiviteter som kommer i konflikt med landets lagar eller internationella skyldigheter som hans/hennes organisation har.

**Fasta och förutbestämda ersättningar**  
EFA tar dessutom upp regler kring betalningar, lön och ersättningar. Ersättningar ska i första hand vara fasta och bestämda i förhand mm. Insamlare ska inte uppmanas att betala ersättningar baserade på insamlat resultat, inte heller ska "finders fee" betalas ut. Insamlaren ska inte ta emot personliga ersättningar, oavsett om det gäller kontanter eller varor.

Riktlinjer för individ eller organisation  
EFAs förslag skall ses som en grund för in-

samlare och insamlingsorganisationer att diskutera och utveckla egna etiska koder lokalt anpassade och anpassade för den egna organisationen. Många organisationer arbetar i flera länder och behöver likvärdiga koder, anpassade till nationella kulturella skillnader och lagar. Dokumentet ska också hjälpa de länder som idag inte har några etiska regler att utveckla sådana.

En viktig skillnad mellan förslaget och FRIIs existerande riktlinjer är att förslaget – som brukligt ute i Europa – utgår från den enskilda insamlaren (individ) medan FRII hela tiden talar om insamlingsorganisationen.

Jag anser att vi inom FRII måste fördjupa vårt arbete med de etiska frågorna. Jag skulle gärna se att vi skapade en egen "etikgrupp" som jobbar vidare. Ska vi i svensk insamling avsluta oss till gemensamma europeiska eller internationella riktlinjer bör de utgå från

- givarens intressen och avsikter i centrum
- stärka allmänhetens förtroende
- öppenhet
- visa att vi "brinner" för våra ändamål.



Många frågor kvarstår  
En del frågor behandlas inte i förslaget. Vi måste t ex återkomma till

- omfattas hela organisationen (anställda, frivilliga, förtroendevalda)
- på vilket sätt omfattas våra mottagare (stakeholders)?
- vad är syftet med en gemensam kod (vaka över uppförande, utbildning etc)?
- hur detaljerad ska en kod vara?
- vem tar på sig att utöva ev sanktioner?

Erik Zachrisson

- FRII har dokumenten i engelskt original elektroniskt för den som vill ta del av dem.

# Irriterande inslag på gator och torg

Ett nytt frivilligt initiativ i Storbritannien ska hjälpa till att reglera antalet face-to-face-insamlare som är aktiva samtidigt i ett och samma område. Branschorganisationen Public Fundraising Regulatory Association (PFRA), som både tagit fram riktlinjer och på olika sätt stödjer initiativet, ser det som en självsanering för branschen och ett sätt att inte trötta ut givarna.

– Vad jag gillar i det brittiska initiativet är att insamlingsorganisationerna själva tagit tag i en ohållbar situation där insamlare kommit att utgöra störningsmoment i stadsbilden, säger Erik Zachrison på FRII.

PFRA ansvarar även för att ge access till områden och gator där man kan bedriva insamling via face-to-face och garanterar på så sätt sina medlemmar att inte behöva tävla med andra organisationer om allmänhetens intresse.

Minskad vilja att ge

Viljan att ge till välgörenhet har minskat i Storbritannien de senaste 20 åren. Samtidigt har face-to-face vuxit sig allt starkare, en metod som även når människor som annars inte har för vana att ge. Klagomålen på PFRA:s medlemmar har varit relativt få, men man ser ändå en fara i att på sikt urvattna metoden.

I engelska medier har ministern för den ideella sektorn Fiona McTaggart uttalat sig om initiativet och pekar på flera faktorer som är viktiga för att allmänheten inte ska tappa förtroendet för face-to-face-insamlare:

– Om vi försäkrar oss om att vi kan reglera antalet insamlare i ett område, är tydligare med vad pengarna går till och vilka kostnader insamling faktiskt medför, då tror jag allmänheten skulle känna sig mer trygga i att ge, säger hon.

I England är face-to-face den mest framgångsrika metoden för att nå helt nya faddrar, dessutom yngre sådana. Uppskattningsvis 85 procent av dem som värvas är under 40 år och 60-75 procent av dessa stödjer inte någon annan organisation sedan tidigare.

Också i Sverige har face-to-face-insamling blivit ett framgångsrikt och mycket vanligt sätt att värva nya givare, medlemmar och faddrar till ideella organisationer. Men utrymmet är begränsat i stadskärnorna och alla vill stå på de mest attraktiva platserna där många människor – och rätt målgrupper – passerar. Risken att förbipasserande irriteras när de blir överösta med förslag och inte får vara ifred är stor.



Grenpeace värvar givare i Stockholms innerstad i november 2000. Foto Eva Nordenstam.

Om allt fler tar omvägar

Insamlarna beskrivs ibland som "pushiga" och det är lätt att skriva under något som man sedan ångrar. På sikt kan det skada förtroendet för insamlingsorganisationer och minska viljan att ge. Vad händer om allt fler tar omvägar runt insamlarna för att slippa på dåligt samvete över att man säger nej. Är det dags för ett liknande initiativ här eller har problemet inte vuxit sig lika stort som i Storbritannien?

– I Sverige är vi nog inte där ännu – men FRII nås ofta av rapporter om människor som känner sig trängda av face-to-face-insamlare. Denna insamlingsmetod är effektiv men det får inte bli för tätt mellan organisationerna. Då förstör vi för oss själva, avslutar Erik Zachrison.

Pernilla Norström

Fakta

- PFRA är en brittisk medlemsorganisation som reglerar och arbetar för en hög standard på insamlingsarbetet för organisationer som arbetar på gatorna med f-to-f.
- Medlemmar är ideella organisationer och de som arbetar med att utbilda face-to-face-insamlare.
- För att bli godkänd ställs höga krav på hur man utbildar insamlarna och att man följer de riktlinjer för insamling på gatorna som PFRA satt upp.
- PFRA:s arbete finansieras gemensamt genom att en avgift tas ut på varje ny face-to-face-värvad givare (fn ca 4 SEK/person).

## Föreningssparbanken stöttar Friends

Stiftelsen Friends, som jobbar förebyggande mot mobbning i skolorna, har tecknat ett nytt treårigt avtal med Föreningssparbanken som nu blir en av organisationens huvudsponsorer.

– Vi är väldigt glada över samarbetet. Konkret innebär de nya pengarna att vi har möjlighet att besöka 100 nya skolor och utbilda 5.000 nya kompisstödjare varje år, säger Paul Löfstedt, verksamhetschef på Friends.

– För Föreningssparbankens del handlar det om en långsiktig satsning på ungdomar, säger Claes Fagerström, chef för bankens Event & Sponsring i ett pressmeddelande.

Friends har vuxit snabbt och omsätter ca 10 miljoner kr per år och har sedan starten 1997 utbildat ca 16.000 kompisstödjare.

50 procent av intäkterna kommer från utbildning i skolorna och 50 procent från sponsring, där Coop och Föreningssparbanken är huvudfinansierare.

För att göra organisationen mer känd och få fler att skänka via 90-kontot har man kört en annonskampanj under hösten.

– Vi har annonserat på stortavlor och utomhus och med banners på nätet. I slutet av november arrangeras en stor Adventskonsert, säger Paul Löfstedt.

Marie von Zeipel

## Hälsosamarbete

Hotellkedjan Choice Hotels och Hjärt-Lungfonden inleder ett treårigt djupt samarbete. Det ska främst handla om mat och motion och riktas mot både personal och gäster. Målet är att göra de hälsosammare valen tydligare på alla områden.

– Det är ofta lite svårare att hålla på goda vanor när man är ute och reser, säger Ingrid Engellau, ansvarig för företagssamarbeten på Hjärt-Lungfonden. Det är därför väldigt roligt att få samarbeta med Choice Hotels för nå ut med våra budskap till deras miljoner gäster och även skapa fler tillfällen till insamling för hjärt-kärlforskning.

Eva Bergström

## TU anmäler Posten

Tidningsutgivarna (TU) anmäler Postens dr-produkt Svepet till Justitiekanslern (JK). Den saknar utgivningsbevis för periodisk skrift trots att Posten förser omslaget med redaktionell text och annonser. Därför bör den anses vara en periodisk skrift och ska ha ett utgivningsbevis från PRV.

ur dagensmedia.se

# Hjälpfonden – nykomling i branschen

Vilka organisationer svenska givare bör skänka pengar till ger både SFI och FRII vägledning om. Då och då dyker helt nya organisationer upp och slåss om svenskarnas pengar, många gånger seriösa sådana, men lika ofta oseriösa.

Hjälpfonden ska inte förväxlas med Svenska Hjälpfonden, som "svartlistats" av FRII. SFI har fått klagomål om att Hjälpfonden betett sig konstigt på telefon, därför har SFI både gjort en särskild utredning och två granskningar av Hjälpfondens verksamhet.

– I dagsläget har vi dock inte hittat något som visar att de skulle vara oseriösa, säger Kim Österberg på SFI.

Hjälpfondens nuvarande hemsida ger ett allt annat än seriöst intryck. Den är otydlig och ger ofullständig information om vad pengarna används till och vad man som givare får tillbaka. Stavfel, adressen i form av ett boxnummer (som inte går att hitta på Gula Sidorna) och två timmars telefontid per dag kan göra vem som helst misstänksam. Hemsidan verkar mest vara ett hafsverk, där man tycks gömma sig bakom profileringen som "90-kontoorganisation".

I en informationsfolder från Hjälpfonden tas hälften av utrymmet upp av generella formuleringar om vikten av etisk och seriös insamling, istället för att berätta vad man samlar in pengar till.

Däremot får man inte svar på Hjälpfondens affärsidé, profilering och målgrupp.

Allergier, cancer och diabetes

Vi bad Henrik Pihl, kansliansvarig på Hjälpfonden, och den som utför det operativa arbetet efter direktiv från styrelsen, berätta lite mer om Hjälpfonden.

*Varför har ni startat Hjälpfonden?*

– Alla känner väl någon som drabbats av allergier, cancer eller diabetes? Både jag och styrelsen har personliga erfarenheter av anhöriga som drabbats.

*Är det inte svårt att samtidigt inrikta sig på tre så pass skilda åkommor?*

– Nej, det tycker jag inte. Det är sjukdomar alla har sin egen relation till och är lätta att få givare att engagera sig i.

*Varför stödjer ni privatpersoners mediciner och rekreation?*

– Det finns många som inte har råd att vara sjuka. Vi ger bidrag till behövande med taskig ekonomi. Som har betalningsanmärkningar eller lever på existensminimum. Ett

stöd från oss kan vara avgörande för om man väljer att gå till läkaren eller inte.

*Hur kollar ni upp dem som söker bidrag?*

– Vi ber att få en kopia av självdeklarationen och om de är gifta kollar vi den sammanlagda inkomsten i hushållet. Det är ett krav att kunna uppvisa läkarintyg, en kurators uttalande eller liknande.

*Hur reagerar de privatpersoner ni ringer upp för att be om gåvor på detta?*

– Det händer att de ibland berättar att de själva har behov av hjälp, men det är inte alltid de har de åkommor vi inriktar oss på. Vi har en dubbel roll genom att vi samtidigt informerar om att man kan söka bidrag via oss.

*Ni stödjer även medicinsk forskning?*

– Ja, forskning utan kommersiellt syfte, för att resultatet ska gagna många.

*Vilken forskning har ni gett stöd till?*

– Just nu stödjer vi ett stort diabetesprojekt på Karolinska. Vi kommer även att börja stödja en analysmetod som identifierar riskgrupper för bröst- och tarmcancer i tidigt stadium.

*Hur väljer ni ut vilka forskningsprojekt ni ska stödja och hur följer ni upp dem?*

– Vi utvecklar just nu kriterier och ett utvärderingssystem för vilka projekt som är lämpliga att stödja.

*En hemsida är ju viktig för att skapa förtroende. Varför ser er hemsida ut som den gör?*

– Ja, tyvärr, en praktikant satte ihop hemsidan för några år sedan, så att vi skulle ha något att visa upp. Men en ny hemsida är på gång, med länkar till projekten.

*Men om ni måste be om ursäkt för hemsidan, varför har den då varit uppe så länge?*

– Jag håller med om att den hängt med för länge. Det är styrelsen som beslutar om finansieringen av den, och de har därför inte valt att prioritera den.

*Vem jobbar för Hjälpfonden?*

– Vi annonserar bland annat genom Arbetsförmedlingen. Vissa får betalt, andra gör det helt ideellt.

*Men vem vill jobba gratis när grannen får betalt för samma sak?*

– De gör det för den goda sakens skull. Det kan vara en pensionär som kommer några gånger i veckan, och så har vi tjejen

som pluggar till präst.

*Vem vänder ni er till?*

– Vi köper nixtvättade telefonlistor med Eniro-uppgifter och vänder oss mycket brett. Vi tror på att alla kan ge och gör ingen uppdelning i speciella målgrupper. *Varför skulle jag som privatperson välja att ge pengar till er? Vad får jag tillbaka?*

– Du får ett gott samvete. Vi har ju 90-konto. Men vi har tänkt maila ut information om vad vi använt pengarna till. Hittills har vi skickat ut det några gånger. Respon- sen hos dem vi når på telefon är 7-12%. *Men bara om jag har mail kan jag få reda på vad pengarna används till?*

– För oss är det en kostnadsfråga, men ja, det är beroende av det. Om man vill kan man också begära att få information skickad per post.

*Varför kan man inte hitta er på Gula Sidorna?*

– Jag vet inte hur det fungerar. Vi har bytt telefonbolag ett antal gånger för att få ner priserna eftersom vi ringer så mycket. Men självklart vill vi synas där det går.

*Varför heter ni Hjälpfonden?*

– För att det är det vi gör – hjälper människor. Även om vi riskerar att sammanblandas med Svenska Hjälpfonden är det för sent att byta namn nu. Jag har hört att det är en oseriös organisation. Jag hoppas att de inte finns kvar.

Pernilla Norström

## Fakta

- 90-konto 900947-3
- Telefon: 08-22 94 20
- Hemsida: [www.hjalpfonden.se](http://www.hjalpfonden.se)
- Hjälpfonden bildades 2001, fick 90-konto 2002 och började sin insamling via telemarketing 2003. Enligt egen uppgift har man än så länge bidragit till ett forskningsprojekt och har två på gång.
- Upp till 150 personer ger regelbundet, övriga insamlade medel är enstaka gåvor.
- Styrelsen i Hjälpfonden består av Birgit Swartling, ordförande, samt ledamöterna Dimitris Stavropoulos, Stavro Stavropoulos och Nicholas Labropoulos. Revisor är Christer Söderlund, Bäcklund & Partner.
- Hjälpfonden är en ideell organisation som ger bidrag till medicinsk forskning inom cancer, allergier och diabetes. Dessutom ges stöd till "de enskilt värst drabbade" genom att privatpersoner kan söka bidrag för mediciner och rekreation.

# Hallå, vad gör du nu?

Nadia Forslund är insamlingsproffset som ska sätta ordentlig fart på Caritas insamlingsverksamhet, vilken varit nästan obefintlig fram till idag. I rollen som insamlingsansvarig är målsättningen att på tre år öka kännedomen hos allmänheten och börja se effekterna av insamlingen. Som enda katolska insamlingsorganisationen i Sverige ser hon stora möjligheter.

På kontoret, som är beläget högst upp med utsikt mot Ringvägen och Götgatan i Stockholm, har Nadia efter en dryg månad hunnit göra sig hemmastadd i sitt rum. Här sitter runt 20 anställda i trevliga lokaler.

– Det känns jättespännande och är en utmaning att komma till en liten organisation med begränsade resurser. Och givetvis är det ett privilegium att få bygga upp något helt från grunden, säger Nadia.

Bygga från grunden

För första gången satsar Caritas på professionell insamling. Tanken med att stärka den egna finansiella plattformen är att bland annat minska beroendeställningen. Större självständighet ökar flexibiliteten i pro-



Detta är inte Nadia utan en flicka som fått mat vid Caritas matutdelning i Afghanistan. Foto Jude Barrand.

gramarbetet och ger möjlighet att snabbt gå in i nya projekt.

Till att börja med kommer Nadia att koncentrera sig på att bygga en plattform för insamling, utveckla hemsidan och den grafiska profilen.

– Vi måste nå ut till allmänheten med vad vi står för och gör. Jag ser också stor potential i att arbeta mot Caritasgrupperna runt om i landet och få människorna där att ytterligare engagera sig.

Hon ser den mångkulturella personalen

på huvudkontoret som en stor styrka för organisationen. Likaså att ha en generalsekretärare som hon beskriver som mycket närvarande i arbetet med de anställda.

– Det kanske är enklare i och med att kontoret är förhållandevis litet, men det handlar mycket om attityd, att ha båda fötterna på jorden och vara prestigelös.

Bara 13 av 100 vet vad Caritas är. Idag ligger kännedomen om Caritas runt 13 procent i Sverige. Den siffran ska öka rejält.

– Vi är små, men kommer att ta plats. Jag ser möjligheter med samarbeten med andra organisationer, men vi värnar om vårt varumärke och kommer att vårda och lyfta det mer än tidigare. Som den enda katolska insamlingsorganisationen i Sverige fyller vi definitivt en viktig funktion.

Pernilla Norström

Fotnot

- Nadia Forslund arbetade närmast på Rädda Barnen och var tidigare på Cancerfonden och Svenska Naturskyddsföreningen.
- [www.caritas.se](http://www.caritas.se)
- gåvokonto 90 04 90-4

(Annonser)

## *Vi på Nordic Fundraising vill tacka*

*Amnesty, CTRF, Diakonia, Individuell Människohjälp, Svenska bibelsällskapet, Stockholms stadsmission och Svenska Naturskyddsföreningen för ett gott samarbete under år 2004.*

*Vi är företaget som hjälper ideella organisationer med insamling genom telemarketing och face-to-facekampanjer.*

*Välkomna att kontakta oss  
Marie-Louise och Susanne*

nordic fundraising ab

Eriksbergsgatan 12, 114 30 Stockholm,  
tel. 08-6781200 [nordic.fundraising@telia.com](mailto:nordic.fundraising@telia.com)

# Svensk insamlare i London



Anna-Karin Modén är ny "Head of fundraising" på den världsomspännande organisationen The Resource Alliance (RA) med huvudkontor i London. RA anordnar bl a International Fundraising Congress i Holland varje år. Anna-Karin kommer närmast från Merlin, en humanitär organisation som driver katastrofhjälps- och sjukvårdsprojekt runt om i världen. Där ansvarade hon för organisationens relationer med företag och stiftelser. Anna-Karins svar avser den organisationen.

Hur mycket samlade du in år 2003?

– Fundraisingteamet på Merlin, en deltid och tre heltidsanställda samlade in 11 miljoner kronor förra året. Vi hade inga individuella mål men cirka två tredjedelar av den summan kom från företag och stiftelser. Självklart fick vi stor hjälp från styrelseledamöter och andra i vårt nätverk.

Era viktigaste samlingsmetoder?

– Ungefär en tredjedel vardera av våra inkomster kom från stiftelser, företag och individuella givare. Stiftelsernas uppgift är att ge bort pengar så där gick vi metodisk

tillväga med grundlig research, att följa riktlinjer och skriva bra ansökningar.

Med företagen hade vi mer personliga kontakter och det fanns mer rum för idéer och diskussioner. Det handlade ofta inte bara om finansiellt stöd utan också om tjänster av olika slag. T.ex jobbade jag med MTV som gjorde en video åt Merlin och DHL som lät oss skicka utrustning till fältet gratis. När det gällde individuella givare hade bland annat en stor insamling till förmån för offren för kriget i Irak, i samarbete med tidningen Sunday Times.

Vilken är den bästa samlingsidén som du genomfört?

– Det här exemplet är väl egentligen ingen idé, men ett exempel på hur vi arbetade.

Jag jobbade med att stärka relationerna med ett företag som givit till Merlin under en period, generöst men inte med några enorma summor. Kontakterna mellan Merlin och företaget hade inte varit särskilt täta. Jag föreslog att jag och en kollega från fältet skulle göra en presentation för deras styrelse. Jag presenterade sen Merlins chef och styrelseordförande för företaget styrelse. Relationerna mellan Merlin och företaget utvecklade sig sedan och tack vare insatser från många på olika nivåer, så femdubblade företaget sitt stöd för Merlin. Dom trycker nu också en stor del av Merlins material.

– Att odla relationer, och att engagera många och inflytelserika personer, både från organisationens och företags sida, var väldigt viktigt för att få ökat stöd i det här fallet och så tror jag att det ofta är.

Har du gått på en nit? Vad var det som inte funkade?

– Vi lade en gång ner ganska mycket tid

på att ta fram ett förslag om samarbete till ett företag som precis höll på att utarbeta sin "corporate social responsibility"-policy och ändrade sin inriktning. Vi passade inte in i den nya planen och det var lite tråkigt eftersom vi hade lagt ner mycket tid på förslaget, men det är sånt som alltid händer.

Hur skaffar du dig utbildning och ny inspiration?

– Jag pratar med kollegor och andra i samma bransch, går ibland på möten med fundraisinggrupper här i London och läser diverse facktidningar. I år är det första gången som jag är med på International Fundraising Congress och det tror jag kommer att bli väldigt intressant och lärorikt.

Inspiration får jag från människor som har idéer och kraft att försöka ta sig an problem och hjälpa människor, och som använder sina kunskaper och talanger för att försöka få igenom positiva förändringar. I det här jobbet träffar jag många sådana människor, från hela världen, och det är motiverande och viktigt för mig.

Vad är det roligaste med ditt nuvarande jobb? Utmaningar?

– Jag ansvarar nu för finansiering av våra olika projekt i utvecklingsländer. Det betyder att jag jobbar direkt med dom genomför projekten. Det är roligt att ha närmare kontakter med specifika projekt.

– Jag tror på det Resource Alliance försöker göra – att bygga upp kapacitet inom resursmobilisering och hjälpa enskilda organisationer i Syd att bli mer självständiga och mindre beroende av givarländer i norr. Det är roligt att få vara del i det arbetet. Jag har väldigt kunniga kollegor med många idéer och som det är spännande för mig att jobba med.

– Vi har ambitiösa samlingsmål som det kommer att bli en utmaning att nå, men med det team jag har att arbeta med och erfarenheter från andra jobb så tror att det kommer att gå bra.

*Berättat för  
Erik Zachrisson*

## Placeringspolicy i din organisation

En ansvarsfull förvaltning av tillgångar är en viktig aspekt för varje medlemsorganisation i FRII. I enlighet med reglerna för etisk insamling bör det finnas en placeringspolicy för de finansiella tillgångarna.

Som hjälp och stöd har FRIIs styrelse tagit fram en vägledning och även bildat ett nätverk. Vägledningen visar hur en placeringspolicy arbetas fram och vilka olika områden som ska finnas med. Nät-

verket omfattar Björn Falkeblad, Marianne Ekström, Göte Långberg och Jonas Romson – alla med aktivt arbete i en FRII-organisation "i bagaget". Det går att kostnadsfritt ta hjälp av nätverket i arbetet med placeringspolicy, både att ta fram en ny eller att uppdatera en befintlig. Nätverket kan också komma ut till medlemsorganisationen för att vara med på styrelsemöte eller ledningsgrupp.

Frageställningarna är många i en

placeringspolicy och det är viktigt med en omfattande diskussion innan ställningstagande sker. Vilka etiska kriterier ska gälla? Hur mycket ska placeras i aktier? Ska det vara möjligt att placera i optioner? Vilket är syftet och målet med förvaltningen?

I grunden är detta etiska frågor och en del i bygget av det förtroende hos givarna som vi alla vill uppnå.

Är du intresserad så hör av dig till FRII.

*Björn Falkeblad*

## Tidning ska stärka Sjöräddningen

Sjöräddningssällskapet ger ut en egen tidning; Trossen. Första numret kommer i dagarna och riktar sig till Sjöräddningssällskapets drygt 30.000 medlemmar.

Upplagen blir 40.000 exemplar och utgivningstakten fyra gånger per år. Tidningskompaniet i Göteborg producerar.

– Vi vill öka kommunikationen med både våra medlemmar och givare. Vi har så mycket att berätta som inte får plats i årsredovisningen, om verksamheten, de frivilliga besättningarna och donatorerna.

– Med en medlemstidning får vi möjlighet till det, säger Rolf Westerström, vd för Sjöräddningssällskapet, i ett pressmeddelande.

## Annorlunda julklappar

Plan presenterar på sin hemsida [www.plantorget.org/planshopen](http://www.plantorget.org/planshopen) ett urval spännande julklappar. Vad sägs om:

- Myggnät till en hel familj, 200 kr
- Vaccinera fyra barn, 180 kr
- Skolböcker till föräldralösa barn, 280 kr
- En inkomstbringande get, 425 kr
- Bättre hälsa & miljö – latrin, 500 kr
- Aktiviteter för barns rättigheter, 5 000 kr
- Rent vatten – brunn, 28 000 kr

## SOS-Barnbyar får brödpenngar

ICA kommer i år att julkampanja för SOS-Barnbyar genom att skänka fem kronor för varje såld delikatesslimpa från Skogaholm eller Polarbröds Polarparlan Havre. Pengarna går till barnbyn för föräldralösa barn i Valmeira i Lettland.

När ICA förra året sålde julbröd till förmån för BRIS och World Childhood Foundation så gick 5,25 miljoner kronor till dessa ändamål. Året dessförinnan gick pengarna till Röda Korset. I år är målet sex miljoner kronor.

Julbrödet kommer att finnas till försäljning veckorna 49-51 i cirka 1.700 ICA-butiker runt om i Sverige. Reklamfilmen började sändas i TV4 söndagen 28 november.



Totalt auktioneras 350 tavlor ut, alla föreställande fiskegubbar

## Fiskegubbar på auktion

Den 18 oktober samlades konstkännare och andra intresserade hos Auktionsverket i Frihamnen i Stockholm. Robert Aschbergs samling av Fiskegubbar gick under klubban och behållningen, 72.000 kronor, gick oavkortat till Sjöräddningssällskapet.

– Jag vet egentligen inte varför jag började samla på fiskegubbarna, berättar Robert Aschberg. Men det känns skönt att tavlorna äntligen kom till nytta!

## FUB satsar på cd

En unik samlingskiva där artister med utvecklingsstörning samarbetar med några av Sveriges största artister har givits ut av FUB. Carola, Robert Broberg, Allram Est och Tjet och Petter, Eskobar, Ane Brun, Lena Philipsson, Helen Sjöholm, Sveriges Radios Symfoniorkester medverkar.



FUB har gjort den framförallt för att minska fördomar och skapa en scen för personer med utvecklingsstörning, men också för att få in pengar för att fortsätta det arbetet.

Skivan säljs i skivaffärer där rekommenderat pris är 129 kr samt av FUBs lokalföreningar. Man har gjort 10.000 skivor och cirka 55 kronor per skiva går till Riksförbundet FUB.

## Svenska kalenderflickorna

Kvinnorna i 1,6 miljonerklubben, startad av Alexandra Charles, gör som damerna i filmen Kalenderflickorna; de ställer upp som kalenderflickor för att få in pengar till Centrum för Genusmedicin vid Karolinska institutet.

Vackra, charmiga bilder på kvinnor mitt i livet, kvinnor som vill att livet ska innehålla bästa möjliga hälsa och största möjliga livskvalitet har ställt upp på mer eller mindre nakna bilder tagna av fotografen Elisabeth Ohlson Wallin.

– Nettot från försäljningen av kalendern går oavkortat till Centrum för Genusmedicin, berättar Alexandra Charles.



Prisma ansvarar för marknadsföring och försäljning och skänker 10:-/ex. Kalendern säljs i bokhandeln för cirka 115 kr.

## God jul med Tomtens fond

Nu är det snart jul igen. Tomtens fond kommer till barnkliniken på Akademiska sjukhuset i Uppsala med säcken full av klappar i form av leksaker, datorer, böcker med mera.

Det är ett initiativ från lokala företagare, med ändamålet att glädja sjuka barn i Uppsala. Fonden har 90-konto och arbetet leds av en styrelse på sex personer.



Sänd in tips till FRII-Brevet om vad som händer i din organisation!

Redaktör för denna sida Eva Bergström



## ERIKS NOTISER

### Ny medlem

FRII välkomnar Blomsterfonden i Stockholm som ny medlem i FRII.

### 90-kontot dyrare

Som FRII-Brevet nr 3 kunde berätta planerar Stiftelsen för Insamlingskontroll – SFI att höja avgifterna för 90-kontona från 2005. Hela beräkningsgrunden görs om – SFI beräknar nu avgifterna på organisationens totala verksamhetsintäkter i stället för på insamlade medel.

FRII skrev till SFI i oktober och hade kraftiga invändningar mot beslutet. Men trots detta tycks SFI nu gå vidare med sina planer.

### Minnesgåvor

FRII tog snabbt tag i frågan om branschens hantering av minnesgåvor sedan vi fick offentlig kritik.

En arbetsgrupp under Roger Höglund, Hjärt-Lungfonden har nu arbetat och presenterat en rapport. Jag vill tacka arbetsgruppen för ett fint arbete. Rapporten finns tillgänglig för FRIIs medlemmar. Den ska behandlas i FRII-styrelsen.

Nästa steg är att FRIIs medlemmar träffar ledningen för Fonus och SBF – de två stora aktörerna inom begravningsbranschen. Det mötet äger rum 7 december. Se mer på annan plats i detta nr av tidningen.

### Den europeiska familjen

Samarbetet mellan FRIIs systerorganisationer i Europa fördjupas. Just nu har EFA – European Fundraising Association - inlämnat en ansökan till EU om stöd för ansträngningar att utveckla utbildning och certifiering gemensam för insamlingsorganisationer i Europa. Vi vet ännu inte hur vi lyckas. Ny ordförande i EFA är Marita Haibach. Tyskland.

### Avdragsrätten

FRII har inlett ett samarbete med informationskonsulten JKL om avdragsrätt för gåvor. Tillsammans med en arbetsgrupp från FRII ska en grupp inom JKL bistå FRII med att mejsla ut den rätta vägen framåt i denna viktiga skattefråga.

FRII tackar JKL för att de på ett generöst sätt ställer upp med sitt kunnande.

### God Jul!

önskas alla läsare,  
av FRII-Brevsredaktionen



Kristdemokraterna (kd) har till årets riksdag lämnat in en partimotion där man kräver avdragsrätt för gåvor. Förslaget är väl genomarbetat och dessutom finansierat i partiets budgetförslag. Det ska bli intressant att se hur motionen behandlas i skatteutskottet efter nyår. Även en rad enskilda ledamöter från olika partier har motionerat.

### Fundraising Summit

I Holland under årets insamlingskongress samlades ledare för 22 nationella branschorganisationer såsom FRII för att på ett "toppmöte" samtala om gemensamma frågor. Jag representerade FRII och Sverige. Insamlingsetik var det främsta ämnet, hur kan vi lära av varandras etik och förbättra förtroendet hos våra givare? Vi diskuterade även certifiering av insamlare och kvalitetskontroll.

Vi fick en presentation av GuideStar – en amerikansk databas med fakta om ideella organisationer. Lätt för givaren att orientera sig – titta in på [www.guidestar.org](http://www.guidestar.org). Detta är mycket intressant även för oss i Sverige. GuideStar avser att utvidga sin täckning till fler länders ideella organisationer.

## Alla bör ha egen momsexpert

Regeringskansliet anordnade i mitten av november ett seminarium om momsfrågan med utgångspunkt i förslagen i den statliga momsutredningen (SOU 2002:74). Per Sjulund, Röda Korset och Love Almquist, Rädda Barnen deltog för FRIIs räkning.

FRII-Brevet har tidigare skrivit om denna utredning. En tjänstemannapromemoria ska nu presenteras med de nya tankegångarna och den beräknas föreligga före jul. Det blir kort remisstid på den, tre månader.

Det tycks som om Finansdepartementet lyssnat på kritiken av utredningens förslag. Mycket av innehållet kvarstår men undantagen tycks bli fler, dvs verksamheter som undantas från moms. Tre huvudområden finns bland undantagen – social verksamhet, kultur och idrott. Medlemsavgifter som bestäms i stadgar undantas

från moms. Vidare undantas secondhandförsäljning under förutsättning att varorna mottagits gratis och att verksamheten bedrivs av stiftelse, ideell förening eller samfund. Det tycks inte heller bli moms på bingo, bingolotto, lotterier, basarer etc.

Däremot tycks det som att moms införs på reklamintäkter, sponsring samt försäljning av varor i butiker eller via Internet.

Mer information om seminariet (bl a de OH-bilder som visades) finns på regeringens hemsida, [www.regeringen.se](http://www.regeringen.se) under Finansdepartementet.

Företaget KPMG kommer i januari 2005 att anordna ett seminarium om momsfrågan för den ideella sektorn.

Jag förutser att FRII i vår kommer att inlämna skriftliga synpunkter på den nya promemorian. Hör av er till FRII om ni vill föra fram några synpunkter.

Jag vill råda alla FRIIs medlemmar att sätta sig in i dessa nya förslag eftersom aktiviteterna som ni bedriver ser väldigt olika ut.

Alla FRII-medlemmar bör ha sin "egen momsexpert"!

Erik Zachrisson

## Nytt 90-konto

Föreningen Mobilforsknings-  
fonden

900023-3



## Varningslistan

FRII avråder allmänheten från att ge pengar till följande insamlingar som saknar 90-konto:

OBS! Uppgifterna aktuella november 2004 – Kolla alltid med FRII innan du publicerar denna lista så att du har aktuell version!

- Baltic 2000
- Barn & Katastrofhjälpen
- Cancer- och Barnhjälp
- Cancer- och Miljöfonden – CMF
- FRF-Stiftelsen – Fonden för Rehab o medicinsk forskning
- Hjärt-hjälpen
- Humana Sverige/UFF – U-landshjälp från Folk till Folk
- Mojahedin Sympatisör Förening – MSF
- Naturskyddsfonden
- Pilgrimsfolket
- Samhällsfonden/Svenska Samhällsfonden
- STICO – Insamlingsstiftelsen för Canceromsorg
- Stiftelsen Hjälp Barnen - SHB
- Svenska Hjälpfonden
- Svenska Läkaresällskapet, 200-årsfonden
- Telehjälpen

## FRII:s e-postadress

är ändrad, nu är den:

xxxx@frii.se, alltså utan "a".

Den gamla adressen fungerar dock ännu ett tag. Men ändra gärna i din adressbok!

## Webbredaktör finnes!

För närvarande anställd som webmaster på Stockholms stadsteater. Mångårig erfarenhet av webben. Har jobbat åt Rädda Barnen under många år med webbkampanjer samt även åt FRII. Ytterst mångsidig inom webb/fotografering/illustration/formgivning.

Söker fast tjänst som bred webbredaktör/webmaster bland FRII:s medlemmar eller liknande verksamhet.

Kontakta Daniel Holking på:  
daniel@carpe.nu eller 070-783 89 72.

## På ny adress

Riksförbundet FUB har flyttat. Ny adress är Gävlegatan 18 C i Stockholm.

Postadress: Box 6436, 113 82 Stockholm

E-post: fub@fub.se

## FRII inbjuder leverantörer till InsamlingsForum

Den 9 och 10/5 2005 är det dags för nästa års InsamlingsForum på Wijk Conference Center på Lidingö. Här möts stora delar av den svenska insamlingsbranschen till två spännande dagar tillsammans. Vill du och ditt företag vara med och visa upp era produkter och ert kunnande?

Vi erbjuder möjligheter att på olika sätt finnas med för att presentera ditt företag, och berätta vad ni kan hjälpa de deltagande organisationerna med. Ta vara på denna unika möjlighet att träffa både nya och gamla kunder!

FRII hälsar våra tidigare utställare hjärtligt välkomna tillbaka och hoppas samtidigt på fler under 2005-års InsamlingsForum!

Kontakta mig på telefon 08 – 677 30 92 eller e-post [claes@frii.se](mailto:claes@frii.se) så hittar vi en form för ett passande samarbete.

*Claes Anckarman  
Projektledare InsamlingsForum 2005*



## Annonsera i FRII-Brevet!

Du når det professionella insamlingsverige, generalsekreterare, marknads-/informations-/insamlingsansvariga, förtroendevalda och många fler. Aktuell upplaga är 2.000 ex.

Gällande priser för år 2005

Svart/vita annonser	
Kvartssida	3.000 kr
Halvsida	5.500 kr
Helsida	11.000 kr
Tillägg för en dekorfärg	600 kr
Bilagor, årsavtal/repetitionsrabatt	offereras
Moms utgår ej.	
Format: A4	Upplaga: 2000 ex
Utgivning: 4 ggr/år	

För information och bokning kontakta  
Eva Bergström, 08 – 570 317 31  
070 – 716 27 17, [eva@eyebeep.se](mailto:eva@eyebeep.se)



## På nya stolar

Mia Boghammar är vikarie för Sara Brodahl på Rädda Barnen.

Caroline Maino är ny presschef på SOS-Barnbyar. Caroline kommer närmast från Appelberg.

Charlotte Rydh är nu insamlings- och kommunikationschef på Ersta diakonialsällskap, hon fanns tidigare på Brakeley.



Anna Rosvall Stuart är ny Senior Consultant på konsultfirman Brakeley.

P-G Persson, tf informationschef på Cancerfonden sedan i våras tillträder i december ett nytt jobb som organisationens marknadschef.

Lars-Ove Ljungberg blir ny insamlingschef på Svenska kyrkan efter Claes Anckarman. Lars-Ove tillträder 15 december och kommer från Röda Korset där han nu är biträdande informationschef.

Christina Kerpner jobbar numera som pressekreterare på svenska Unicef.

Krister Andersson är ny generalsekreterare i Bibelsällskapet. Krister var tidigare missionsföreståndare i Svenska Missionskyrkan.

Maria Ros Jernberg lämnar Kooperation Utan Gränser och blir konsult inom insamling hos brittiska företaget SilverStream Nordic från årsskiftet.



Tomas Hagwall är nyvald suppleant i FRII:s styrelse. Tomas är insamlingsansvarig på Erikshjälpen.

Till ny ledamot i FRII:s valberedning har utsetts Mia Strandell, SOS-Barnbyar.

Professor Staffan Josephson blir ny generalsekreterare på Hjärt-Lungfonden efter Karin Hallerby. Staffan som tillträder vid årsskiftet är fn knuten till företaget Investor.



## Utgivningsplan för FRII-Brevet

- nr 1/05 – februari/mars
- nr 2/05 – juni
- nr 3/05 – oktober
- nr 4/05 – december

# Insamlingstips från världens alla hörn



Patrik Haggren är lotteriföreståndare på Svenska Röda Korset. Häromåret var han föräldraledig och ville då hitta ett sätt att hålla sig à jour med insamlingsvärlden. Han fick idén att ägna sig åt omvärldsbevakning av nya insamlingsmetoder och gamla metoder på nya sätt. Patrik hittade en metod att scanna av insamlingsorganisationers hemsidor för att hitta tips.

Patrik nöjde sig inte med att samla ihop det för egen del utan skapade the NewsTrends&Innovations report som han sänder ut per e-post till prenumererande organisationer. Idag har han drygt 1.300 mottagare runt om i världen, dock inga i Sverige.

## Varför gör du detta?

– Min bild är att just fungerande, bred och kontinuerlig omvärldsbevakning av insamlingsmetoder är en av vår branschs största brister. Kommersiella företag har aldrig tidigare investerat så mycket pengar i konkurrentbevakning som idag. Dessutom är det väldigt roligt, säger Patrik.

## Varför får inte svenska organisationer ta del av din rapportering?

– Eftersom jag gjorde det här när jag var föräldraledig och utan kostnad för mottagarna ville jag inte att någon skulle bli fundersam kring vem jag arbetade för. Jag gör det här på fritiden med min chefs goda minne och nu, via FRII-Brevet nås ju även organisationer i Sverige, säger Patrik.

– Den som är intresserad kan gå in på min hemsida [www.humaneye.org](http://www.humaneye.org) och anmäla sig samt läsa den senaste rapporten i sin helhet.

Varje rapport kan ses som en omvärlds- och trendrapport och består av 8-10 exempel med information om organisation, land, en personlig kommentar samt länk till den hemsida som exemplet avser. FRII-Brevet kommer från och med nu att publicera ett par av de exempel som tas upp i rapporten i varje nummer, under vinjetten Patriks spaning, se nedan.

*Eva Bergström*

# Patriks spaning

Här får du två tips tillika smakprov ur Patriks rapport. Den senaste rapporten, nr 6, var en Australienspecial, därför kommer båda exemplen därifrån.

## Mobil Support

Kampanj: The Red Nose Day  
Organisation: SIDS & Kids  
Land: Australien

### Vad:

Donera pengar till organisationen genom att ladda ner olika funktioner till din mobil. Signaler, bakgrunder, "Mc Cards" mm.

### Kommentar:

Det är fortfarande lite svårt att se när och hur mobiltelefonen kommer att bli en kraftfull insamlingskanal. Detta är dock ett kreativt upplägg som tål att kommenteras.

### Hemsida:

<http://rednoseday.blueskyfrog.com/>

## Mitt personliga skäl

Organisation: Go Fund Gynecological Oncology  
Land: Australien

Vad: En donationslösning som innehåller frågan: Varför skänker du pengar till vår organisation?

### Kommentar:

Underbart med en organisation som frågar efter anledningen till att någon skänker pengar. Organisationen får samtidigt namn och adress till givaren och har möjlighet att återkomma om man t ex vill skriva en artikel i medlemstidningen, på webben eller liknande. Man ber även givaren tala om hur han eller hon upptäckte organisationen.

Hemsida: [www.gofund.org.au](http://www.gofund.org.au)

## FRII-styrelsen

(vald maj 2004)

### Ordinarie

Lennart Daléus, ordförande,  
tel. 08 - 702 70 70, e-post:  
[lennart.daleus@nordic.greenpeace.org](mailto:lennart.daleus@nordic.greenpeace.org)

Therése Engström, vice ordf.  
tel. 08-55 60 98 00, e-post:  
[therese.engstrom@msf.org](mailto:therese.engstrom@msf.org)

Inga Wall, kassör, tel. 08-677 10 00,  
e-post: [inga.wall@cancerfonden.se](mailto:inga.wall@cancerfonden.se)

Ann-Therése Enarsson, tel. 08-10 93 00,  
e-post: [atte@erg.se](mailto:atte@erg.se)

Gustaf Thunqvist, tel. 08 - 657 47 00,  
e-post: [gustaf.thunqvist@swecoop.se](mailto:gustaf.thunqvist@swecoop.se)

### Suppleanter

Jenny Anderberg, tel. 046-32 99 30, e-post:  
[jenny.anderberg@manniskohjalp.se](mailto:jenny.anderberg@manniskohjalp.se)

Tomas Hagwall, tel. 0383-467450, e-post:  
[tomas.hagwall@erikshjalpen.se](mailto:tomas.hagwall@erikshjalpen.se)

Annelie Norberg, tel. 08-692 58 00, e-post:  
[annelie.norberg@reumatikerforbundet.org](mailto:annelie.norberg@reumatikerforbundet.org)

### Generalsekreterare

Erik Zachrisson tel. 08 - 677 30 90,  
fax 08 - 677 30 91, e-post: [erik@frii.se](mailto:erik@frii.se)

### Informations-&utbildningssekr

Claes Anckarman tel. 08 - 677 30 92,  
fax 08 - 677 30 91, e-post: [claes@frii.se](mailto:claes@frii.se)

### Valberedning

Thomas Knuthammar, sammankallande,  
tel. 08-78786 00, e-post:

[thomas.knuthammar@stadsmissionen.se](mailto:thomas.knuthammar@stadsmissionen.se)

Roger Höglund, tel. 08-56 62 42 00, e-post:  
[roger.hoglund@hjärt-lungfonden.se](mailto:roger.hoglund@hjärt-lungfonden.se)

Mia Strandell, tel. 08 - 54 58 32 00  
e-post: [mia.strandell@sos-barnbyar.se](mailto:mia.strandell@sos-barnbyar.se)

Tack till Eva Bergström, på Bergström Information AB som bidrar med arbete så att FRII-Brevet kan ges ut.



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](mailto:info@frii.se)