

Fundraisingrapporten

Forord

Vi har for åttende gang gjennomført en undersøkelse med målsetting om å kartlegge utviklingen i markedet for fundraising i Norge. Hvert år har undersøkelsen blitt utvidet etter innspill fra organisasjonene. Den første rapporten omhandlet kun faddere og fastgivere. Senere har den blitt utvidet til å omfatte andre viktige og relevante inntektskategorier for organisasjonene. Undersøkelsene har resultert i rapporter som har gitt oss kunnskap om markedet for fundraising, og kan forhåpentligvis være et nyttig verktøy i organisasjonenes videre arbeid med å anskaffe midler.

Fra 2016 til 2017 økte inntektene til organisasjonene i undersøkelsen – og undersøkelsen viser at norske innsamlingsorganisasjoner samler inn mer enn noen gang tidligere. Undersøkelsen viser at mange av organisasjonene har tatt i bruk nye metoder for å skaffe inntekter, noe som resulterer i at sosiale medier nå dominerer som markedsføringskanal. Som innsamlingskanal har sosiale medier også fått en sterk fremvekst blant organisasjonene, og mer enn åtte av ti benytter nå sosiale medier i innsamlingen.

Vi ser at teknologi fortsetter å påvirke givermarkedet, og Vipps har blitt like etablert som betalingsmiddel som nettbank og avtalegiro for organisasjonene. Innsamling av kontanter fortsetter å synke i årets undersøkelse – og kun halvparten av organisasjonen tilbyr nå kontante donasjoner.

Vi ønsker å rette en stor takk til alle de som har deltatt i undersøkelsen, og de som har bidratt med innsiktsfulle kommentarer.

Grete Elgåen
partner Deloitte AS

Oppsummering

Sosiale medier blir et stadig viktigere verktøy i innsamlingen

Sosiale medier som markedsføringskanal

Sosiale medier har blitt viktig i både markedsføring og innsamling for organisasjonene. Allikevel oppgir flere av organisasjonene at de først i 2018 har begynt å bruke Facebook til innsamling – og trenden viser at det fortsatt finnes uutnyttet potensiale for innsamling på sosiale medier.

Sammenlignet med tall fra 2011 har sosiale medier økt enormt – både som markedsføring- og innsamlingskanal.

Som markedsføringskanal er Facebook dominerende. Nær sagt alle organisasjonene (91 prosent) bruker Facebook som markedsføringskanal. Populariteten kan skyldes at det er enkelt å bruke og at organisasjonene når ut til mange mennesker - raskt og effektivt.

Sosiale medier som innsamlingskanal

Siden 2011 har antall organisasjoner som bruker sosial medier som innsamlingskanal økt med 50 prosentpoeng. I 2011 oppga 34 prosent av de spurte at de hadde tatt i bruk sosiale medier som innsamlingskanal. Ser vi på tallene fra årets undersøkelse er det 84 prosent av respondentene som bruker Facebook som innsamlingskanal. Samtidig ser vi at 'andre sosiale medier' øker, og 52 prosent av respondentene bruker øvrige sosiale medier til innsamling. Ytterligere 17 prosent planlegger å ta i bruk 'andre sosiale medier'.

Facebook er derfor den mest brukte innsamlingskanalen blant organisasjonene i undersøkelsen – etterfulgt av direkte mail som brukes av 81 prosent og SMS som brukes av 71 prosent.

Populariteten til sosiale medier kommer også tydelig frem på et helt nytt område – flere og flere av organisasjonene oppgir at de jobber aktivt med å rekruttere folk som kan jobbe med digital innsamling. *Ser vi begynnelsen på slutten på ansikt-til-ansikt og dør-til-dør-innsamling?* Neppe. Men det er ingen tvil om at innsamling på sosiale medier har kommet for å bli.

Mest brukt – nest mest innbringende

Hvert av årene denne undersøkelsen har blitt gjennomført har direkte mail vært den mest innbringende innsamlingskanalen for organisasjonene – og det er den fortsatt. Med sine 26 prosent er det et godt ned til sosiale medier på plass nummer to med 17 prosent.

Men selv om det er hele ni prosentpoeng ned til sosiale medier, skal ikke denne kanalens vekstevne undervurderes: I løpet av to år har antallet organisasjoner som oppgir sosiale medier som mest innbringende kanal økt fra ni prosent i 2015 til 17 prosent i 2017.

Kanskje blir 2018 året der innsamling via sosiale medier virkelig vil begynne å dominere markedet?

Blir fremtidens innsamlingsaksjoner kontantløse?

Innsamling av kontanter har falt kraftig – siden forrige undersøkelse har antall som tilbyr kontanter som betalingsalternativ sunket fra 65 prosent til 50 prosent. Det er ingen grunn til at ikke trenden skal fortsette – noe som betyr at snart vil under halvparten av organisasjonene tilby kontantbetaling. *Kommer fremtidens innsamlingsaksjoner blir kontantløse?*

For Vipps og SMS-betaling er trendene motsatt, og disse alternative har hatt en stor økning. Ingen andre alternativer har økt like mye som Vipps de siste årene, og nå tilbyr over 90 prosent av organisasjonene betaling med Vipps. Vipps har kun noen få års fartstid på markedet – og at over 90 prosent av organisasjonene nå tilbyr dette, viser at de er villige til å adoptere nye måter for å tilgjengeliggjøre fundraising for markedet.

Resultater fra undersøkelsen

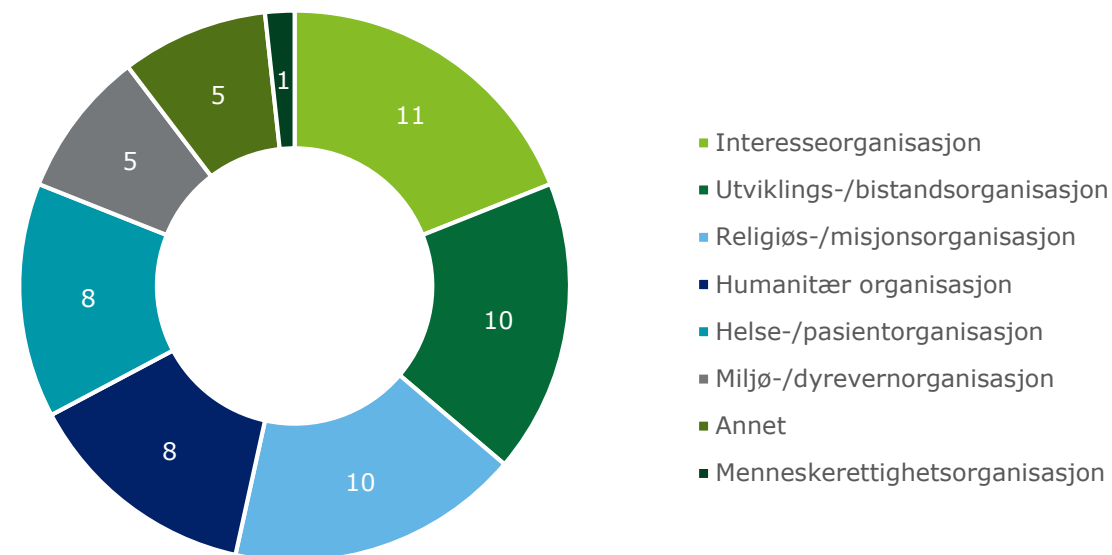
Generelt

Formålet med undersøkelsen er å kartlegge utviklingen i markedet for fundraising i Norge. Årets undersøkelse ble sendt ut til 124 ideelle organisasjoner, og vi har mottatt 57 svar. Utvalget baserte seg på medlemslister til de største interesseorganisasjonene.

Fordi det kan forekomme variasjoner i hvilke organisasjoner som deltar fra år til år, kan dette gi utslag på resultatet. Det kan derfor være endringer sammenlignet med tidligere års rapporter med tanke på hvilke organisasjoner som fremheves under de ulike inntektskategoriene.

Inndeling av respondenter i undergrupper

Organisasjonene som besvarte undersøkelsen skulle plassere seg i en av åtte undergrupper. Nytt i år er kategorien menneskerettighetsorganisasjoner. De tre største kategoriene blant respondentene er interesseorganisasjon, utviklings-/bistandsorganisasjon og religiøs-/ misjonsorganisasjon.

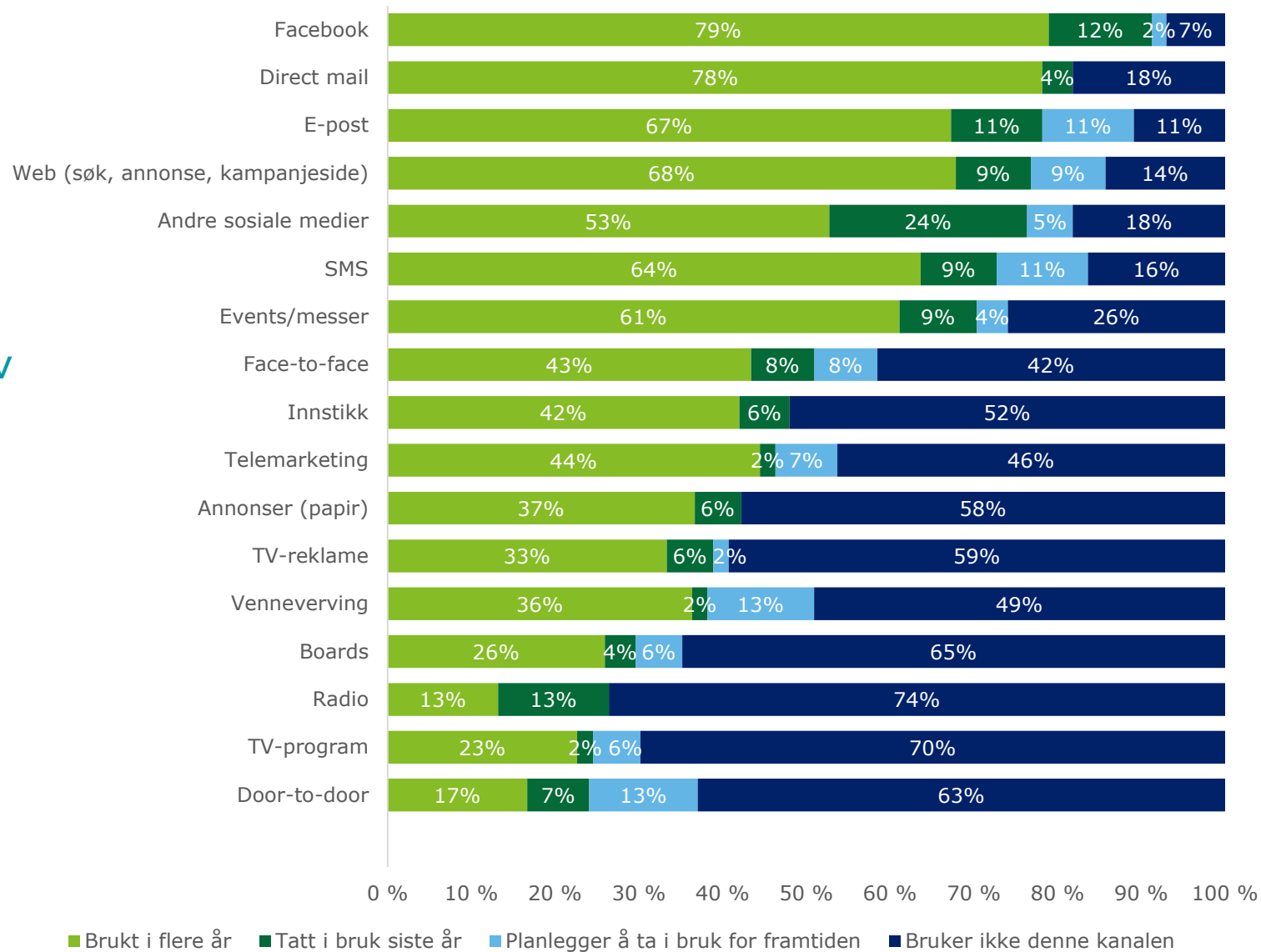


Markedsføringskanaler

Diagrammet viser trendene for bruk av ulike markedsføringskanaler.

Sosiale medier har fått en sterk fremvekst som markedsføringskanal det siste året, og er en viktig markedsføringskanal for mange av organisasjonene.

Det er 91 prosent som benytter Facebook som markedsføringskanal i 2017. Facebook, direkte markedsføring, e-post og Web har i 2017 vært sentrale markedsføringskanaler for organisasjonene, og dette er også kanaler organisasjonene vil benytte mye fremover.



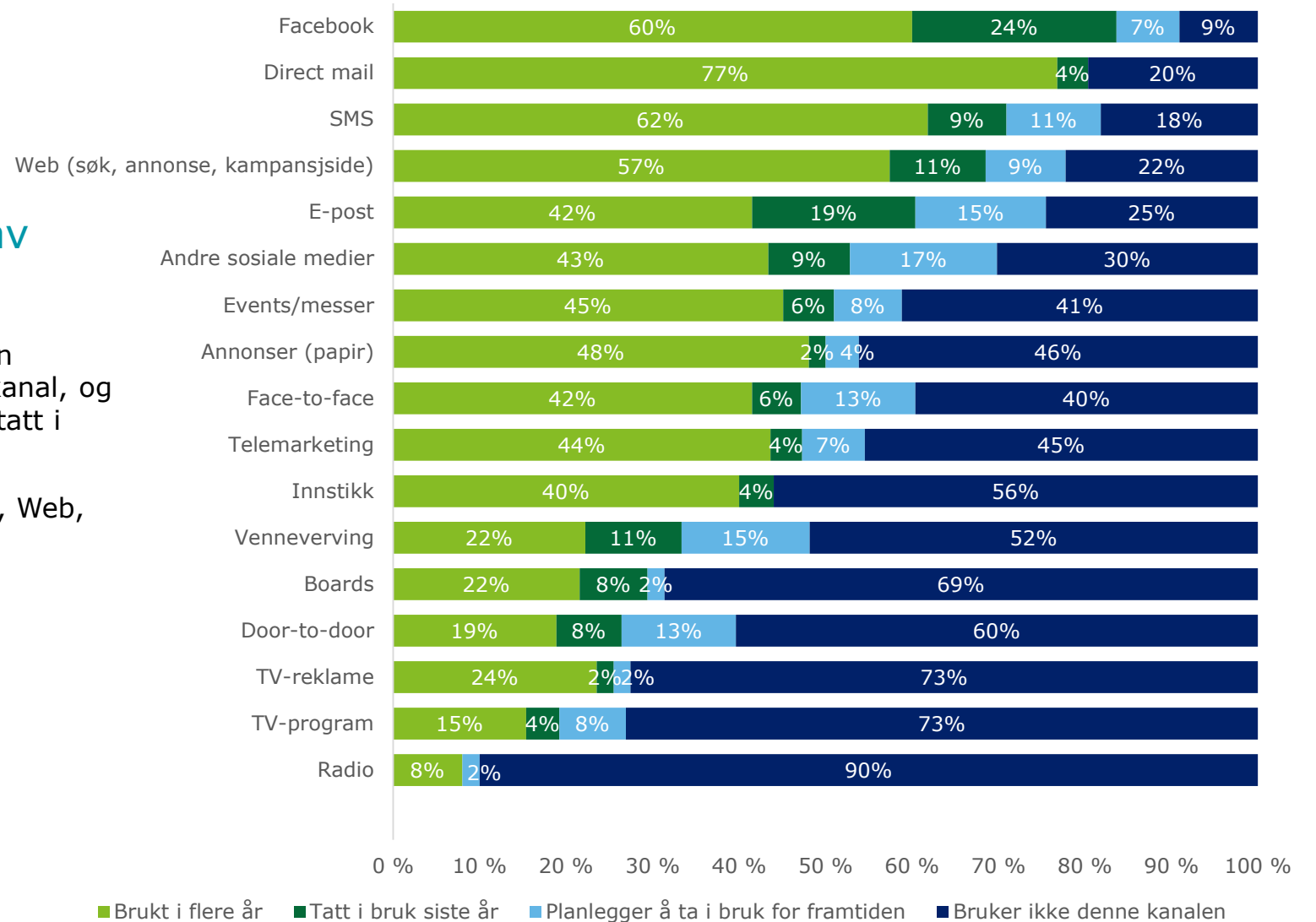
Innsamlingskanaler

Oversikten viser trender for bruk av de ulike innsamlingskanalene.

Facebook er den mest brukte innsamlingskanalen – etterfulgt av Direct mail.

Hele 84 prosent av respondentene i undersøkelsen opplyser at de bruker Facebook som innsamlingskanal, og bare de siste årene har én av fire organisasjoner tatt i bruk kanalen.

I år, som tidligere, er direkte markedsføring, SMS, Web, E-post og sosiale medier hyppig brukte innsamlingskanaler.



Facebook-aksjon har gitt 16 millioner til Barnekreftforeningen – kampanjen ble initiert av en giver

«Vi i Barnekreftforeningen er takknemlige og rørt over engasjementet og den store givergleden som er vist overfor vår forening. Det gir virkelig håp for barn og ungdom med kreft. En stor takk til alle der ute som har gitt gaver og engasjert seg i barnekreftsaken.»

Mest inntektsgivende innsamlingskanaler

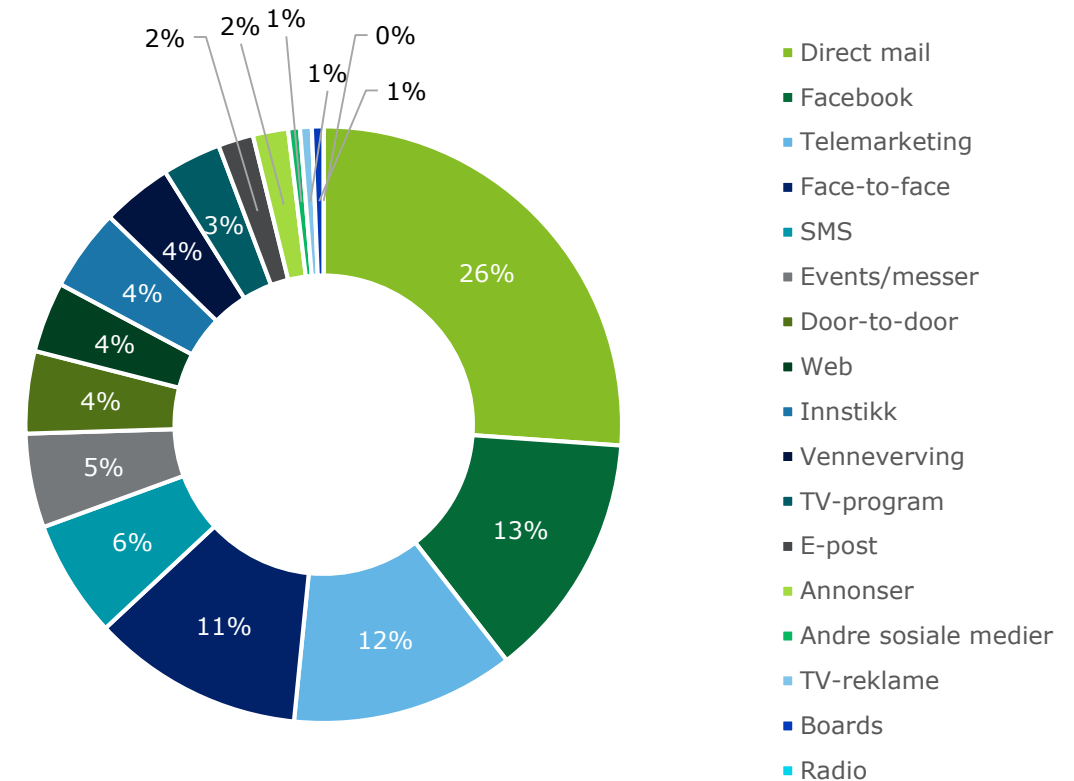
Dette diagrammet viser hvilke innsamlingskanaler som er mest inntektsgivende for de aktuelle organisasjonene.

I løpet av tre år har antallet organisasjoner som oppgir sosiale medier som mest innbringende kanal økt fra ni prosent i 2015 til 17 prosent i 2017.

Resultatene samsvarer godt med hvilke kanaler som er mest brukt, og hvilke kanaler organisasjonene ønsker å benytte seg mer av i fremtiden.

Forrige undersøkelse viste direkte markedsføring, face-to-face, sosiale medier og SMS som de mest inntektsgivende kanalene.

For denne undersøkelsen er direkte markedsføring mest innbringende, Facebook nummer to, etterfulgt av telemarketing og face-to-face som nummer tre og fire.



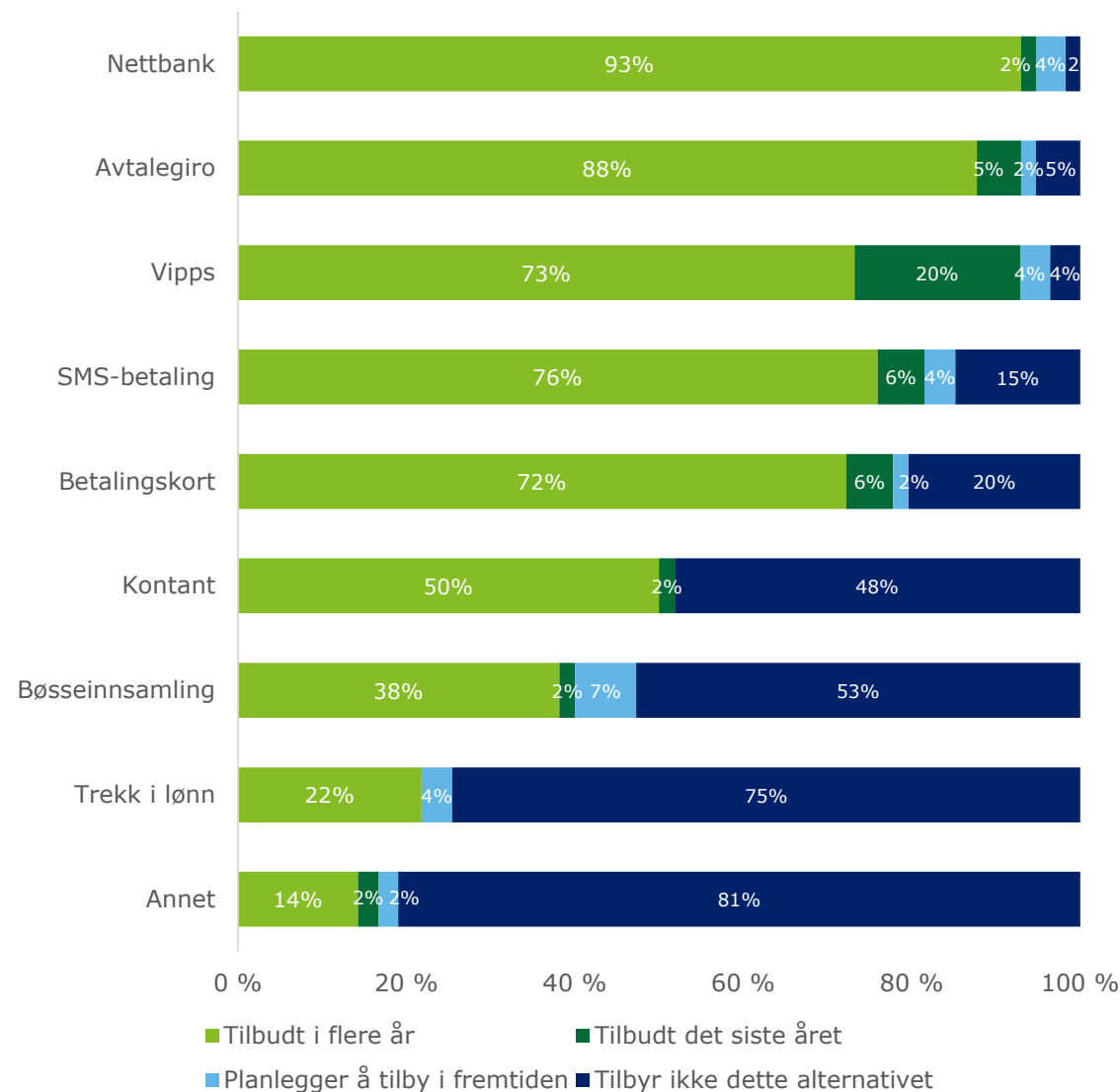
Betalingsalternativer

Oversikten viser hvilke betalingsalternativer organisasjonene i undersøkelsen tilbyr. Nettbank, avtalegiro, Vipps og SMS-betaling er alternativene flest har oppgitt at har blitt tilbudt i flere år.

Ingen andre alternativer har økt like mye som Vipps de siste årene, og over 90 prosent av organisasjonene tilbyr nå betaling med Vipps.

I forrige undersøkelse opplyste 17 prosent at de planla å ta i bruk Vipps. I år er det kun fire prosent som planlegger å starte å bruke Vipps, noe som tyder på at dette markedet har nådd et modenhetsnivå.

Innsamling av kontanter har falt kraftig – siden forrige undersøkelse har antall organisasjoner som tilbyr kontanter som betalingsalternativ sunket fra 65 prosent til 50 prosent.



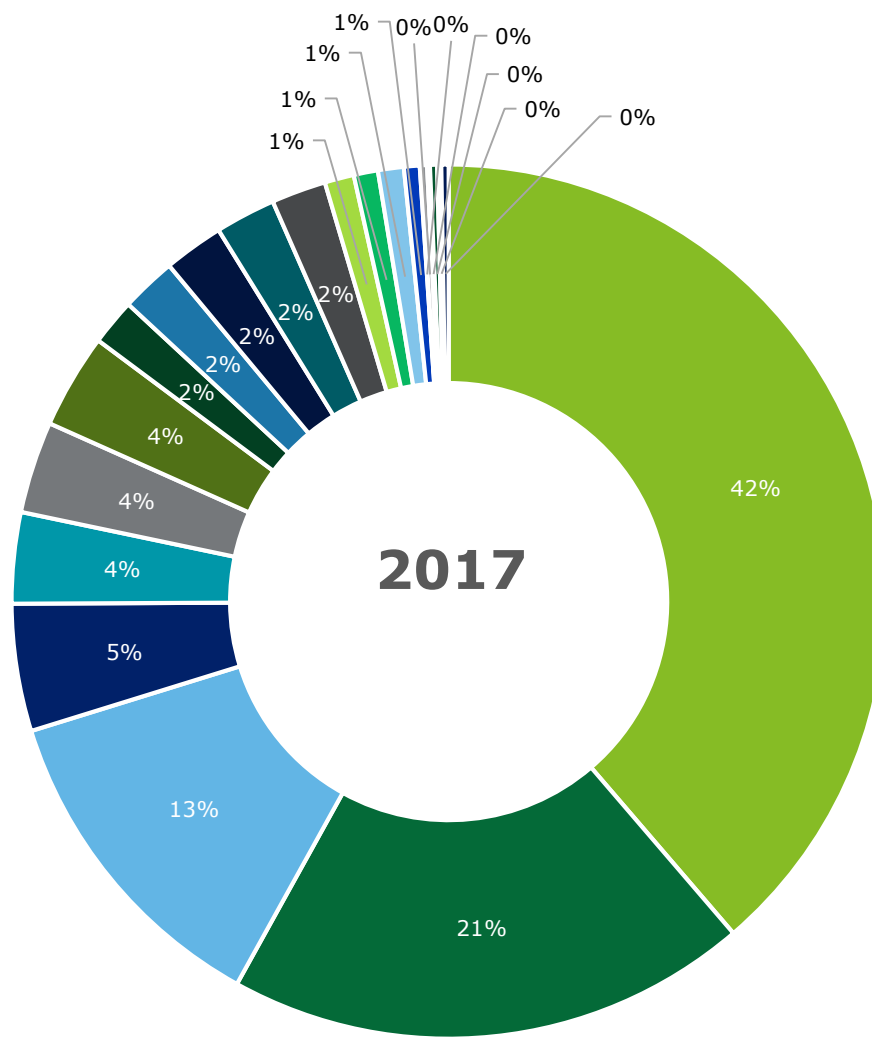
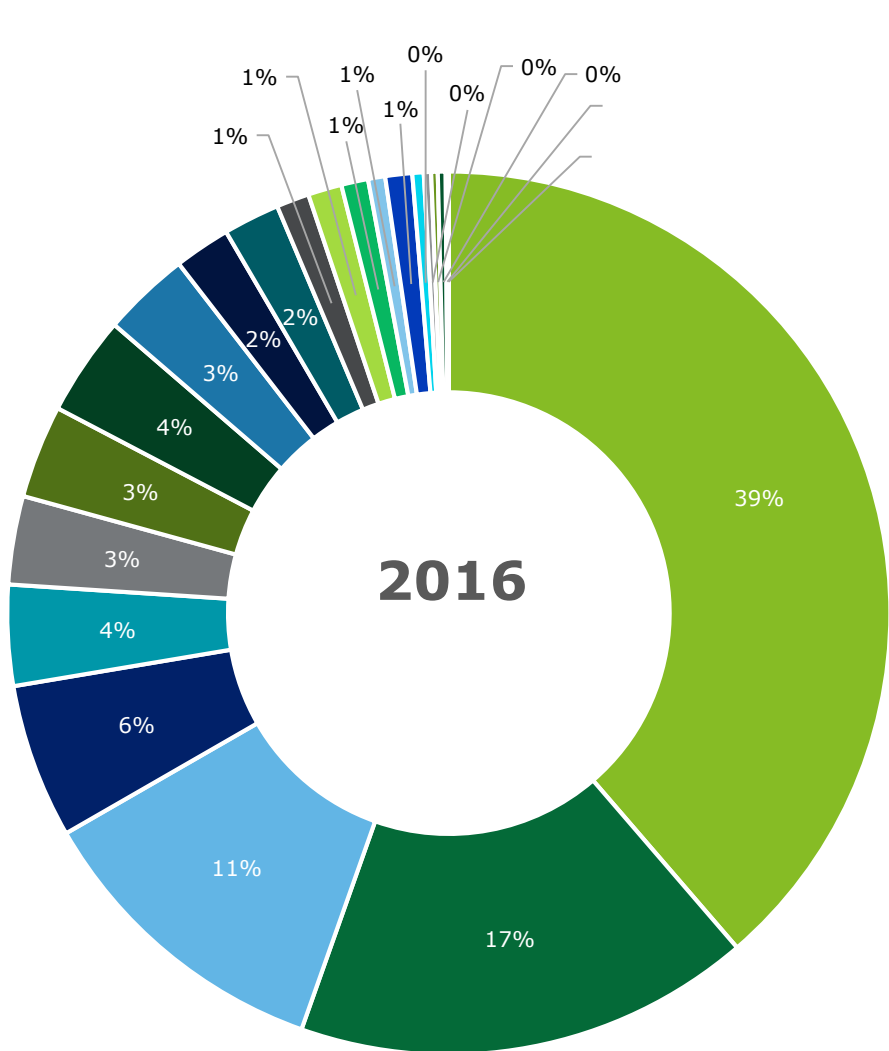
Fordeling av totale inntekter

Respondentene i årets undersøkelse rapporterte at totale inntekter i 2017 var 19.235 MNOK og 17.915 MNOK i 2016, hvilket utgjør en økning på 7,4 prosent.

I påfølgende to grafer ser vi hvordan inntektene fordeler seg mellom de ulike inntektskildene. Tilskudd fra offentlige myndigheter, tilskudd fra EU, FN og andre internasjonale instanser, samt tildeling fra legater og stiftelser, tildeling fra tippemidler og tilskudd fra andre er en stor del av organisasjonenes inntektskilde og utgjorde 59 prosent av totale inntekter i 2017 og 57 prosent i 2016.

Inntekter fra fastgiveravtaler utgjorde om lag elleve prosent i 2017 og ti prosent i 2016. Totale øvrige inntektskilder utgjorde 30 prosent i 2017 og 33 prosent i 2016.





- Tilskudd fra norske myndigheter
- Tilskudd fra EU, FN, og andre internasjonale instanser
- Inntekter fra fastgivere/avtalt giverforhold (privatpersoner)
- Øvrige inntekter (leieinntekter, kursinntekter, finansinntekter o.a.)
- Inntekter fra sporadiske gaver
- Medlemskontingenter
- Tildeling fra tippemidler
- Salgsinntekter (varer og tjenester)
- Inntekter fra testamentariske gaver
- Inntekter fra aksjoner
- Inntekter fra næringslivet
- Tilskudd fra andre
- Inntekter fra øvrig innsamling og gaver
- Tildeling fra legater og stiftelser
- Inntekter fra skoler/foreninger/lager
- Inntekter fra egne lotterier og spill
- Innsamlinger i forbindelse med uforutsette nødsituasjoner
- Major Donors
- Inntekter fra minnegaver
- Inntekter fra alternative gaver
- Inntekter fra andre innsamlinger initiert av andre (Min innsamling, Aidbuilder, Spleis o.l.)
- Inntekter fra Facebook fundraisers/donate button

Fordeling av type fundraising

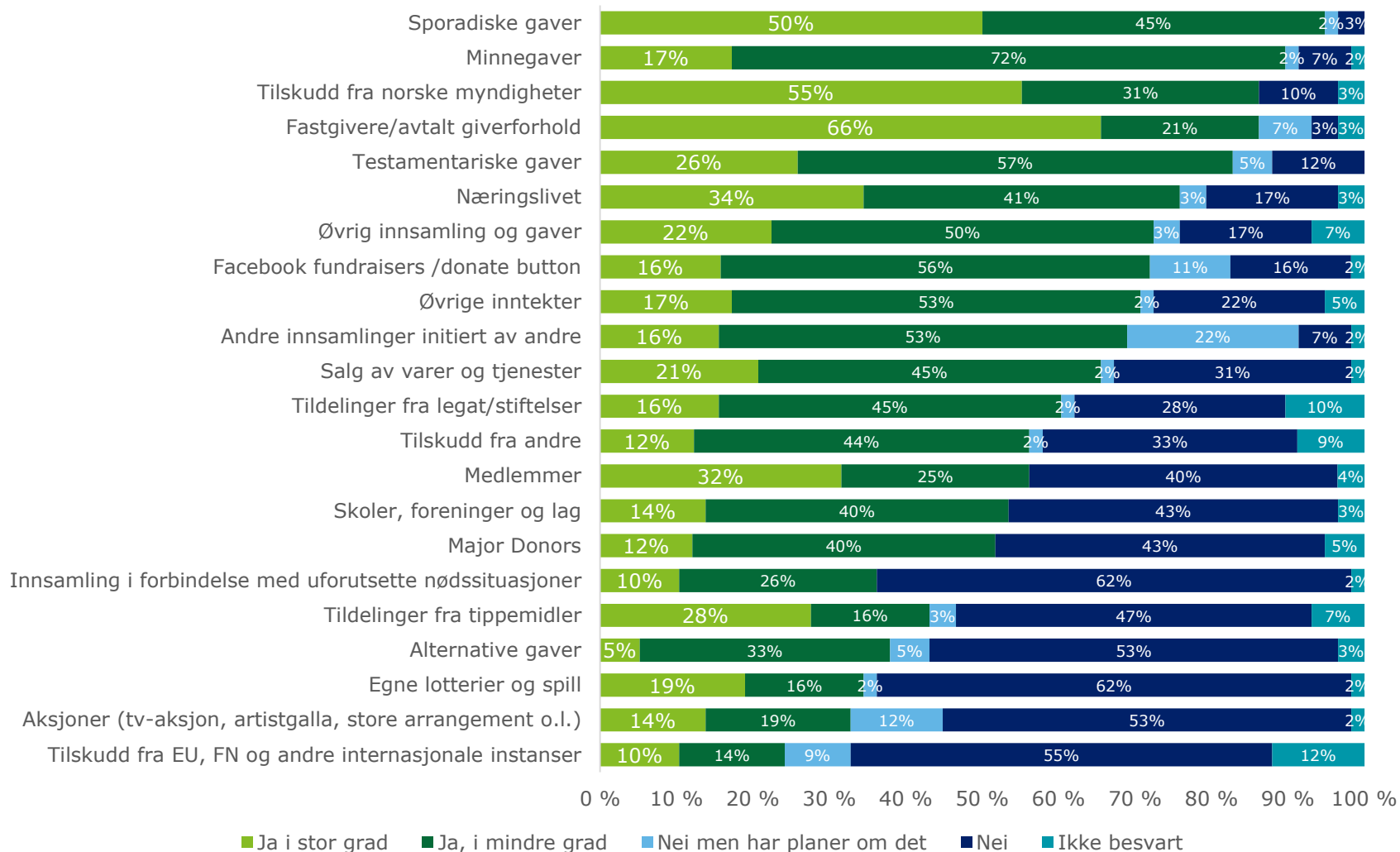
I årets undersøkelse har vi spurt respondentene hvilke typer fundraising deres organisasjon arbeider med.

Organisasjonene opplyser at inntekter fra sporadiske gaver, minnegaver, tilskudd fra norske myndigheter og inntekter fra fastgivere/avtale giverforhold er de mest brukte typene av fundraising.

Det er flere som retter innsatsen mot fastgivere, som har økt fra 55 prosent i forrige undersøkelse til 66 prosent i årets undersøkelse.

Fra forrige undersøkelse er det flere av årets organisasjoner som i mindre grad arbeider med minnegaver.

Inntekter fra fastgiverforhold, tilskudd fra norske myndigheter og sporadiske gaver var også størst i forrige undersøkelse.



Tilskudd

Tilskudd mot totale inntekter

For noen organisasjoner utgjør tilskudd en vesentlig del av totale inntekter.

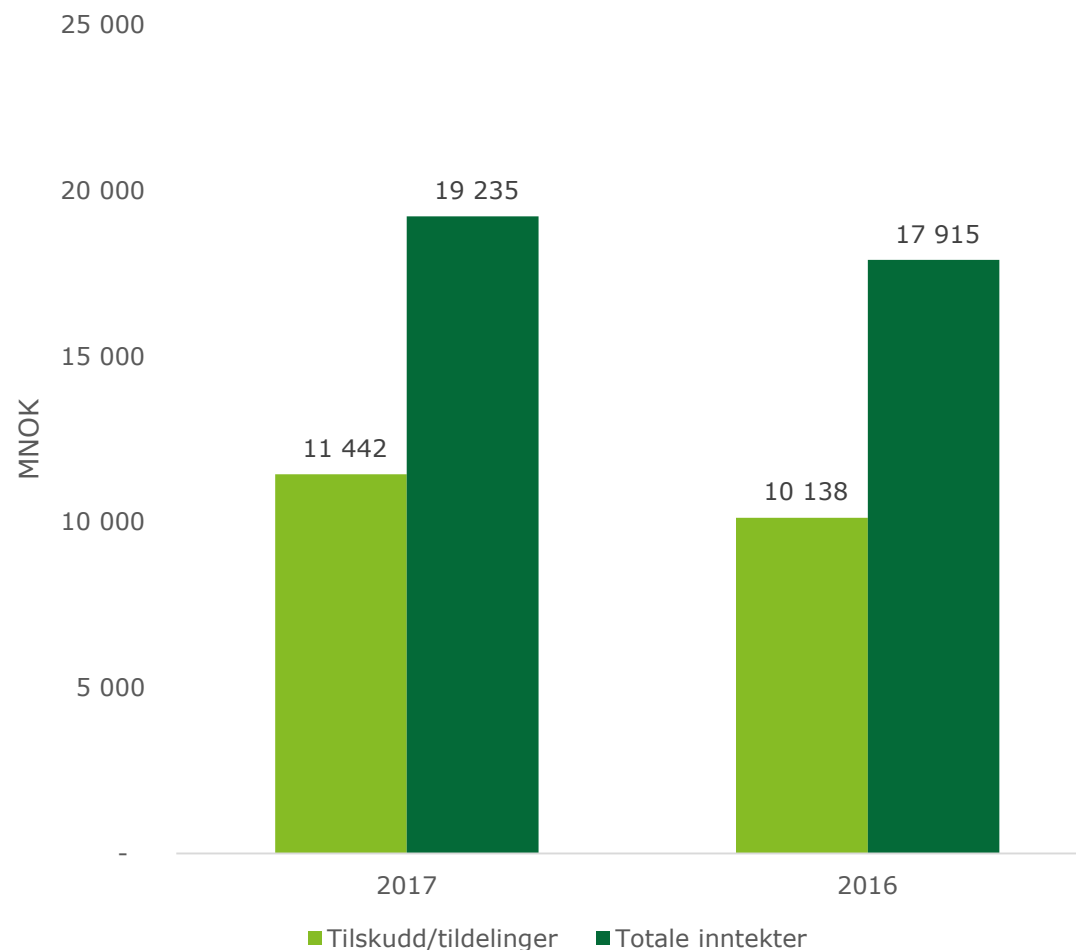
I 2017 utgjorde tilskudd og tildelinger 11.442 MNOK av totale inntekter, mot 10.138 MNOK i 2016. Dette tilsvarer 59 prosent i 2017 mot 57 prosent i 2016.

Tilskudd er i denne undersøkelsen fordelt i fem kategorier; tilskudd fra norske myndigheter, tilskudd fra EU, FN og andre internasjonale instanser, tildeling fra legater og stiftelser, tildeling fra tippemidler og tilskudd fra andre.

Tilskudd er en viktig inntektskilde, og har økt med 12,9 prosent fra 2016 til 2017. Dette skyldes i all hovedsak økning i tilskudd fra EU, FN og andre internasjonale instanser med 24,3 prosent.

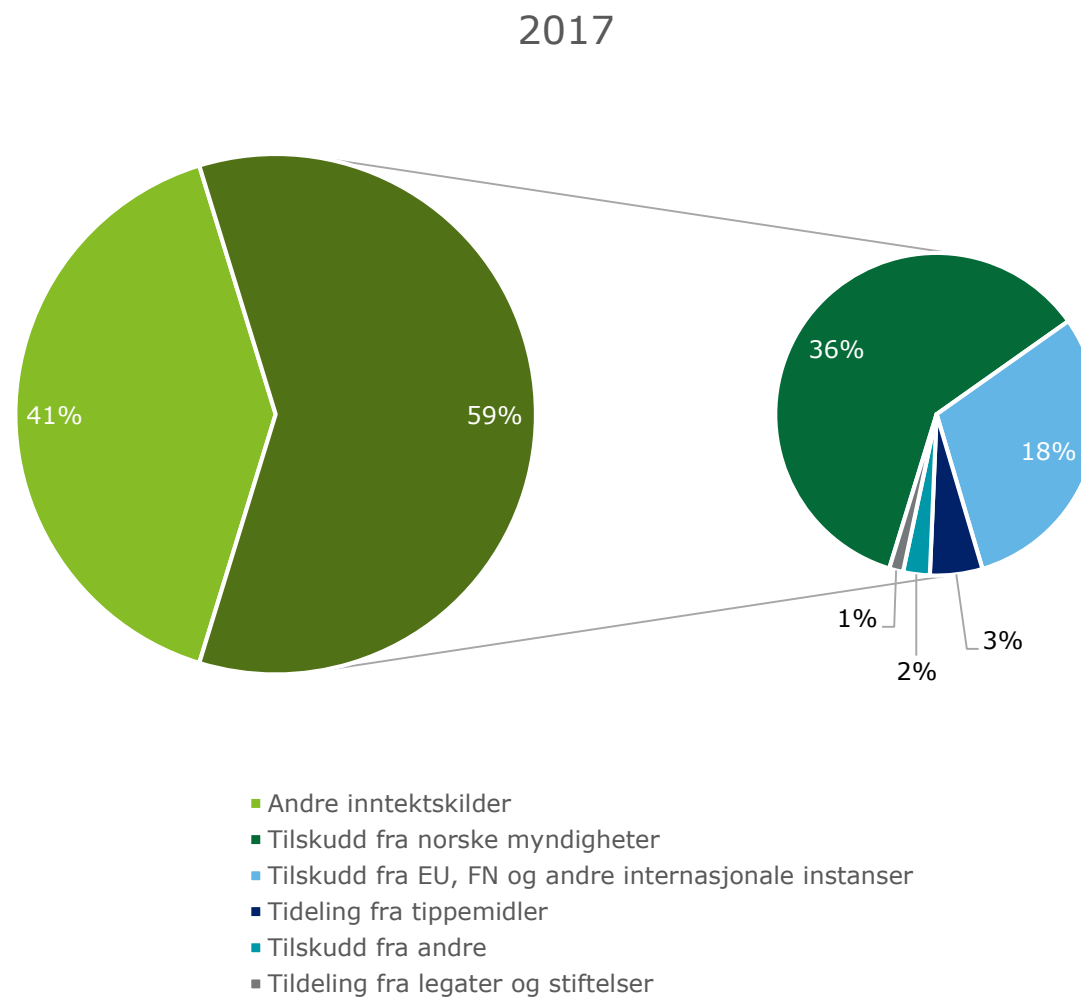
Forrige rapport viste den samme trenden med en økning på 23,3 prosent i tilskudd fra EU, FN og andre internasjonale instanser.

I tillegg har det vært en økning i tildeling fra legater og stiftelser på ti prosent fra 2016 til 2017.



Fordelingen i 2017 var 6.918 MNOK fra norske myndigheter; 3.456 MNOK fra EU, FN og andre internasjonale instanser; 601,7 MNOK fra tippemidler; 160 MNOK fra legater og stiftelser og 305 MNOK fra andre tilskudd.

Fra forrige rapport har andelen tilskudd fra norske myndigheter av totale tilskudd blitt redusert fra 61 prosent til 59 prosent.



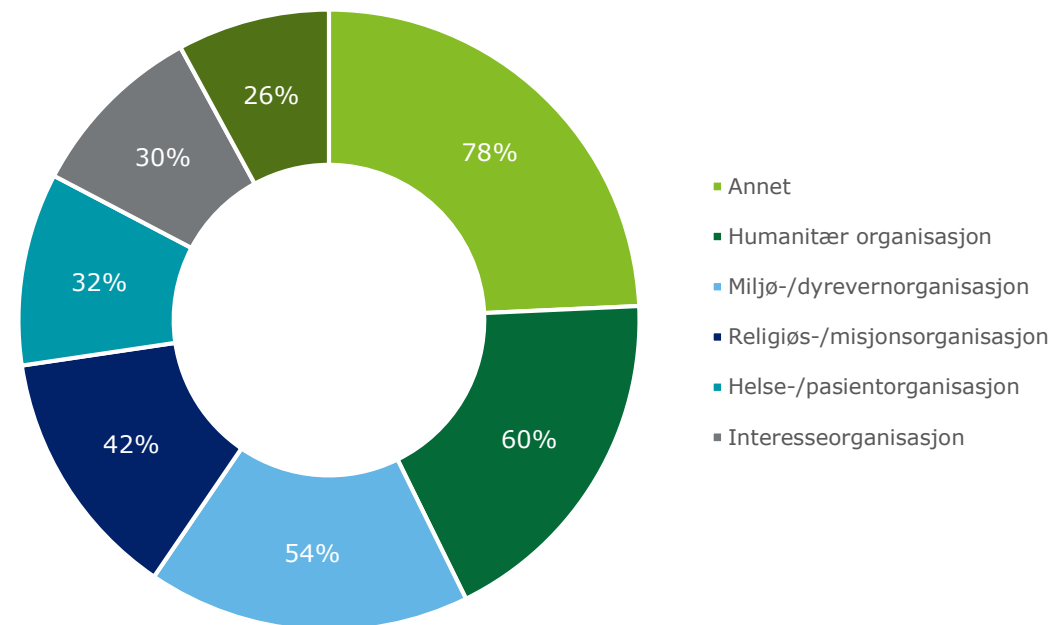
Tilskudd fordelt på underkategorier

Diagrammet viser hvordan totale tilskudd fordeler seg mellom de ulike underkategoriene av organisasjoner.

Humanitære organisasjoner mottar 60 prosent av samlede tilskudd i 2017.

Miljø- og dyrevernorganisasjoner er den nest største gruppen, og tilskudd har økt vesentlig fra 15 i forrige undersøkelse til 54 prosent i 2017. Dette er allikevel noe ned fra 2016, da totalt tilskudd til miljø- og dyrevernorganisasjoner var på 61 prosent.

Dette kan være grunnet hvilke organisasjoner som har svart, eller endring at de har endret hvilken kategori de tilhører. Flere organisasjoner kan identifisere seg med flere av kategoriene i undersøkelsen.

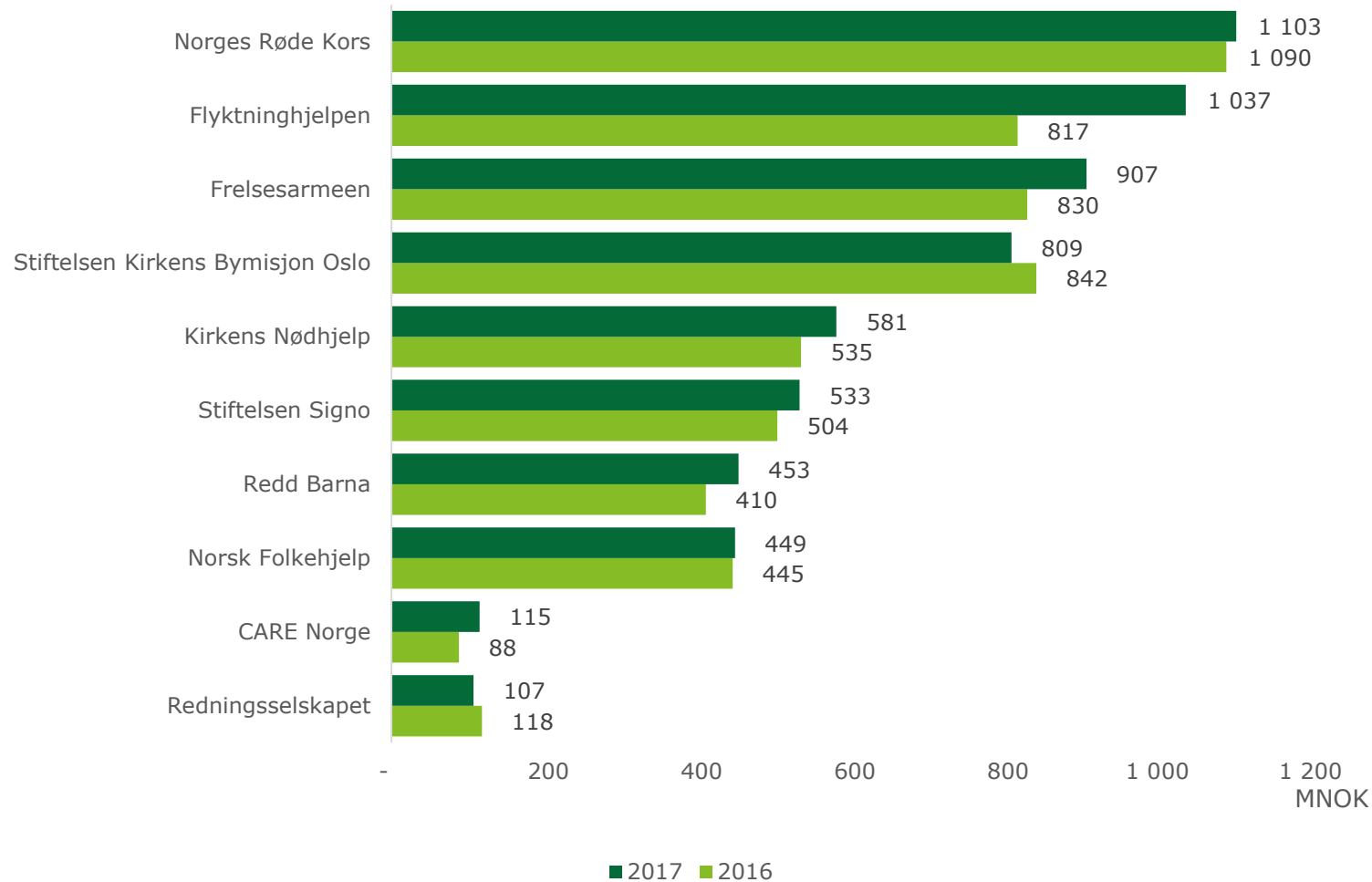


Tilskudd fra norske myndigheter

Tilskudd fra norske myndigheter utgjorde 6.918 MNOK i 2017 mot 6.427 MNOK i 2016, som utgjør en økning på 7,6 prosent.

Norges Røde Kors og Flyktningshjelpen fikk mest i tilskudd fra norske myndigheter i 2016 og 2017.

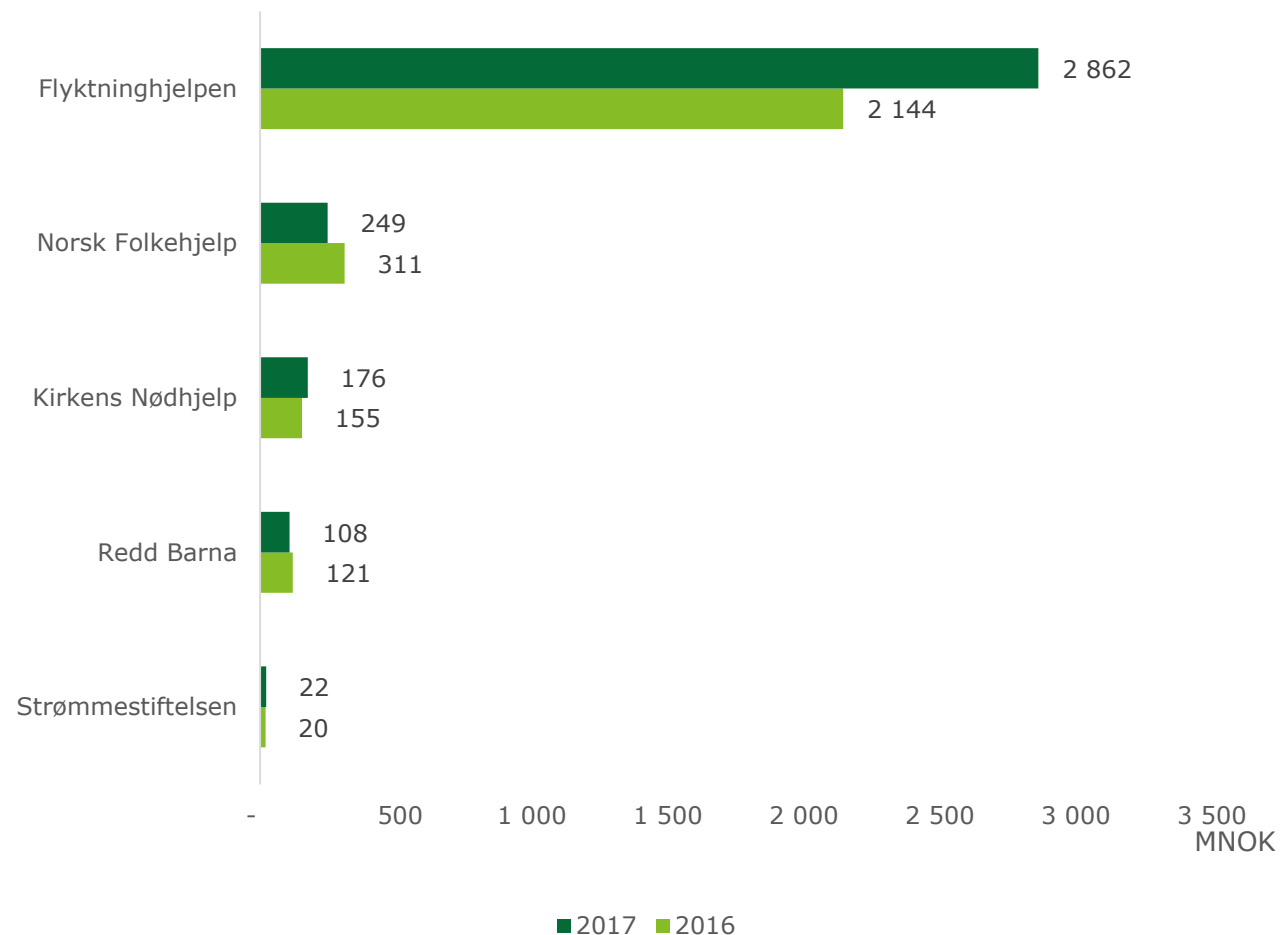
For Kirkens Bymisjon Oslo utgjorde tilskudd 75 prosent av totale inntekter i 2017. Ved forrige undersøkelse utgjorde det 90 prosent. For både Norges Røde kors og Frelsesarmeen stod tilskudd fra norske myndigheter for 55 prosent av deres totale inntekter i 2017, mot 47 prosent ved forrige undersøkelse.



Tilskudd fra EU, FN og andre internasjonale instanser

Tilskudd fra EU, FN og andre internasjonale instanser har steget fra 2,7 milliarder i 2016 til 3,4 milliarder i 2017. Det utgjør en økning på 26 prosent.

Flyktninghjelpen står for den største økningen i tilskudd fra internasjonale instanser, og har gått fra 2,1 milliarder i 2016 til 2,8 milliarder i 2017.



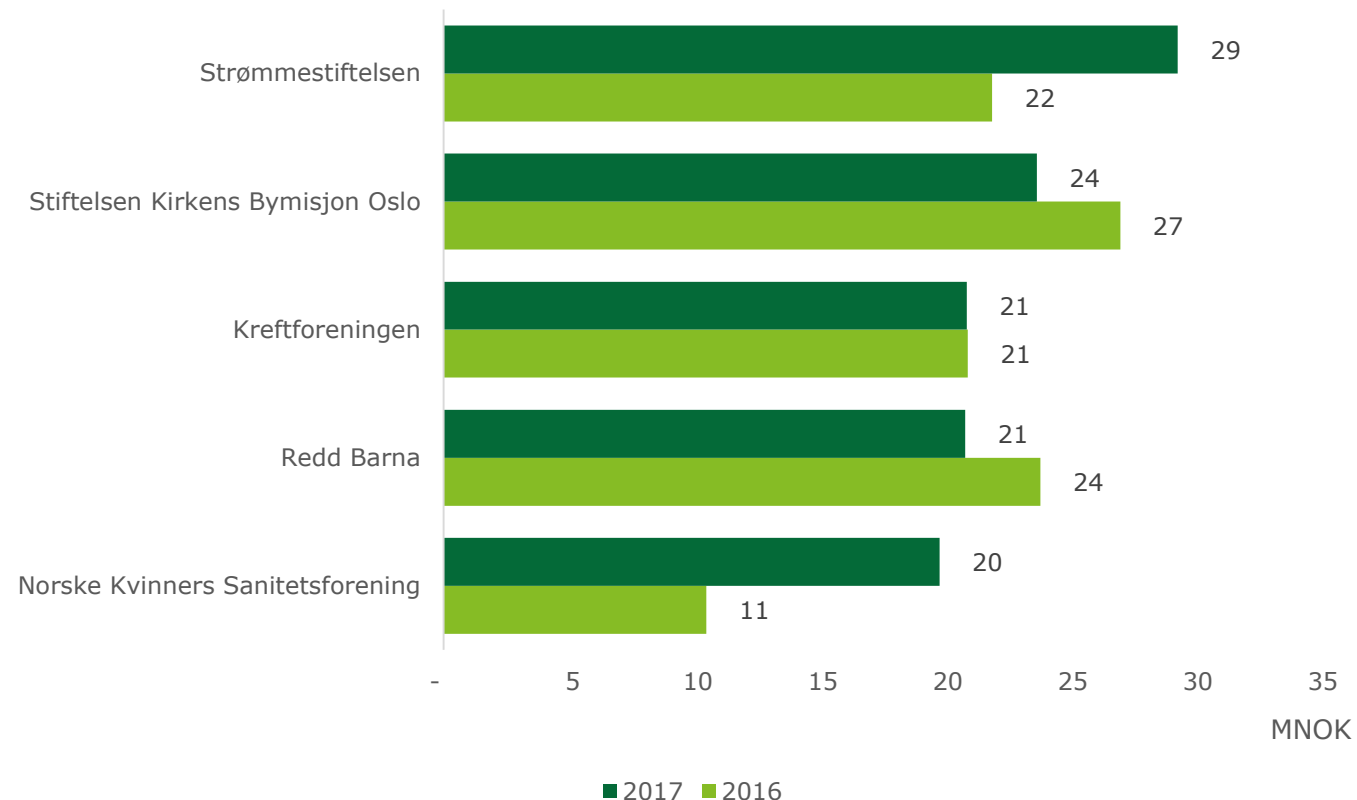
Tildeling fra legater og stiftelser

Sett under ett er det kun mindre endringer i tildeling fra legater og stiftelser mot fjoråret. Imidlertid er det enkelte organisasjoner som har hatt en vesentlig økning.

Tildeling fra legater og stiftelser utgjorde 160 MNOK i 2017 mot 163 MNOK i 2016, en reduksjon på to prosent. For organisasjoner utgjør inntekter fra legater og stiftelser 0,8 prosent av totale inntekter i 2017 og 0,9 prosent av totale inntekter i 2016.

Strømmestiftelsen og Stiftelsen Kirkens Bymisjon Oslo oppgir høyest tildeling fra legater og stiftelser i 2017.

Strømmestiftelsen har en økning fra 2016 til 2017 på 31 prosent.



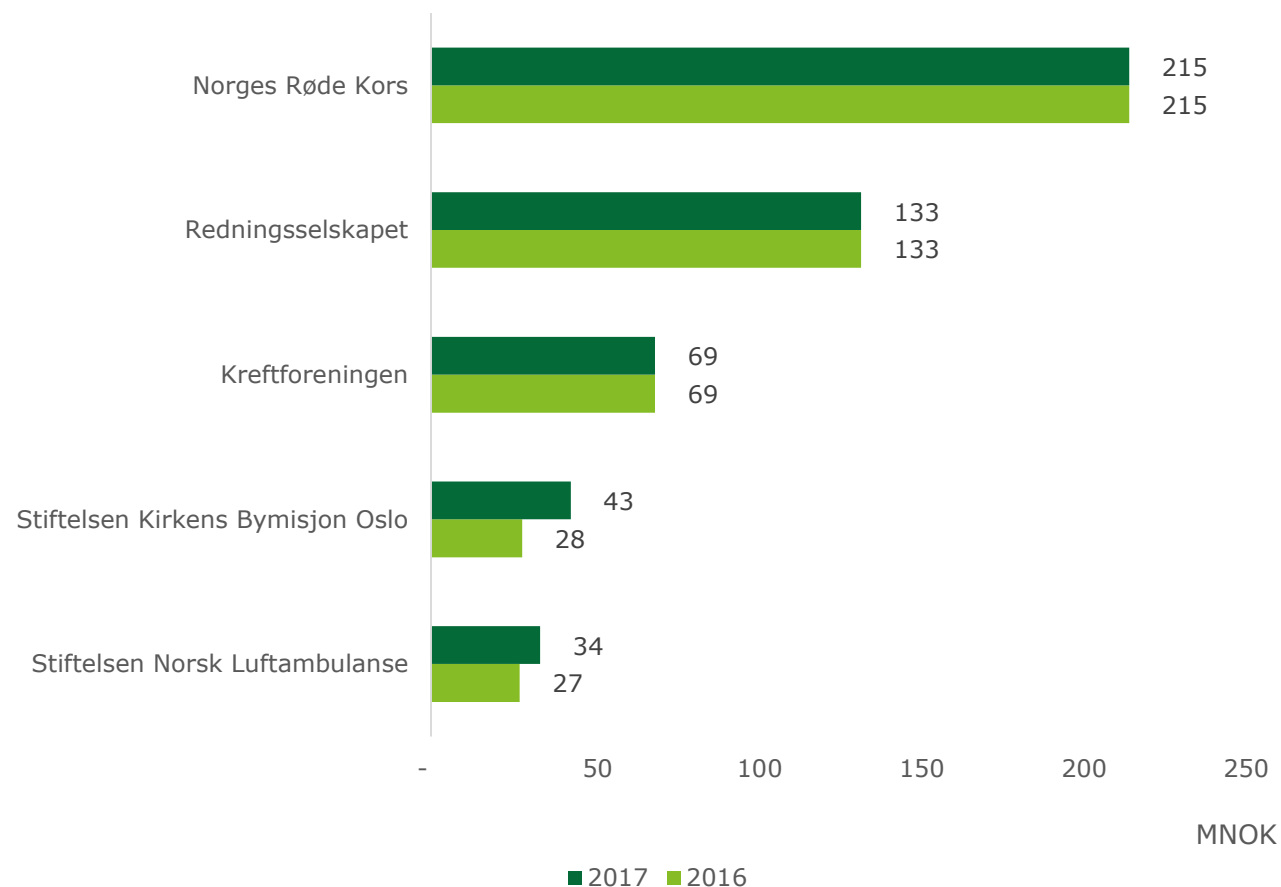
Tildeling fra tippemidler

Som tidligere år, er det kun mindre økning i tildelinger av tippemidler. Det er imidlertid to organisasjoner som har hatt en betydelig økning.

Tippemidler har økt fra 566 MNOK i 2016 til 602 MNOK 2017, som gir en økning på fire prosent. Tippemidler utgjør nå 3,5 prosent av organisasjonenes totale inntekter.

Oversikten viser de fem organisasjonene som har oppgitt høyest inntekter fra tippemidler.

Stiftelsen Kirkens Bymisjon Oslo har hatt en økning på 54 prosent fra 2016 til 2017 i tildeling fra tippemidler. Stiftelsen Norsk luftambulans økning var på 26 prosent. For de resterende organisasjonene er andelen tippemidler uendret.



Tilskudd fra andre

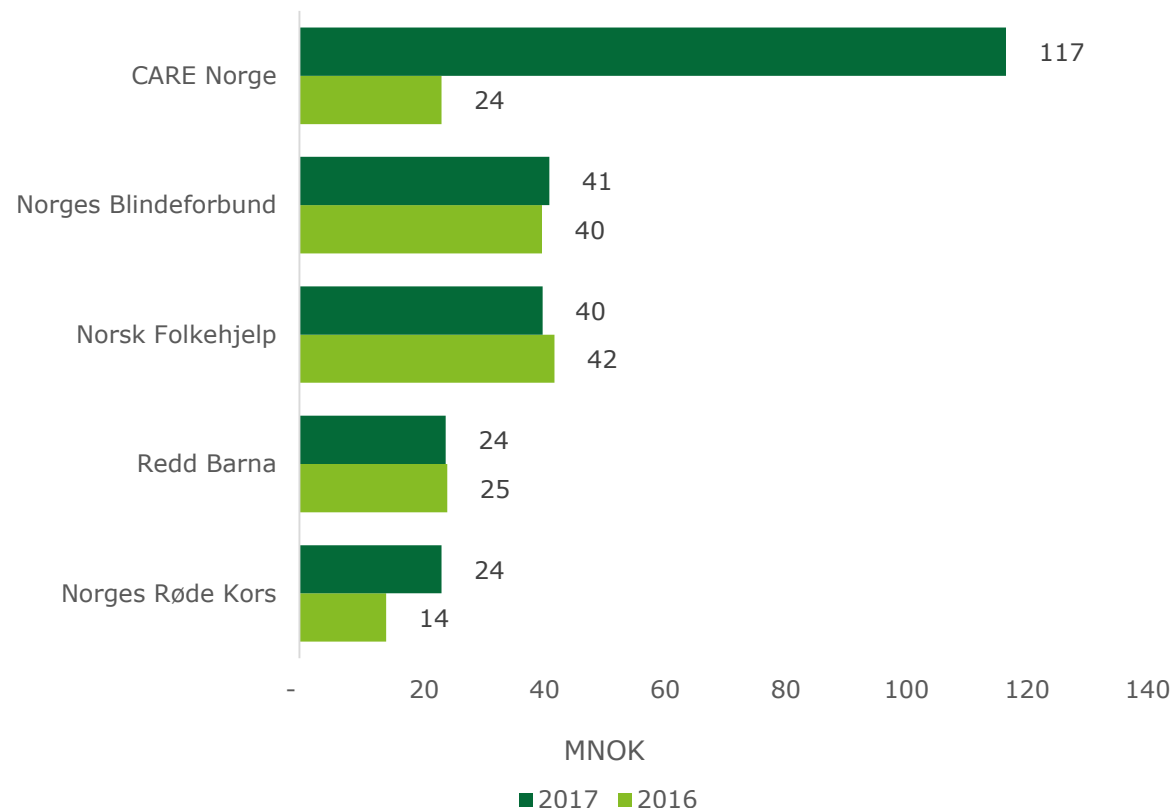
Tilskudd fra andre utgjorde 306 MNOK i 2017 og 199 MNOK i 2016. Det tilsvarer en økning på 54 prosent.

CARE Norge har hatt den største økning i tilskudd fra andre, fra 24 MNOK i 2016 til 117 MNOK i 2017. Dette tilsvarer en økning på 398 prosent. CARE oppgir at tilskudd fra DANIDA på 64,6 MNOK er den største årsaken til økningen.

Selv uten tilskuddet fra DANIDA har CARE hatt en økning i tilskudd fra andre på 124 prosent. CARE sin økning er vesentlig høyere enn noen av de andre organisasjonene i undersøkelsen.

Tilskudd fra andre har hatt en økning på 54 prosent fra 2016 til 2017. Tilskudd fra DANIDA til Care Norge har bidratt til denne økningen.

Uten dette tilskuddet er økningen i andre tilskudd syv prosent mot 4,6 prosent i forrige undersøkelse.



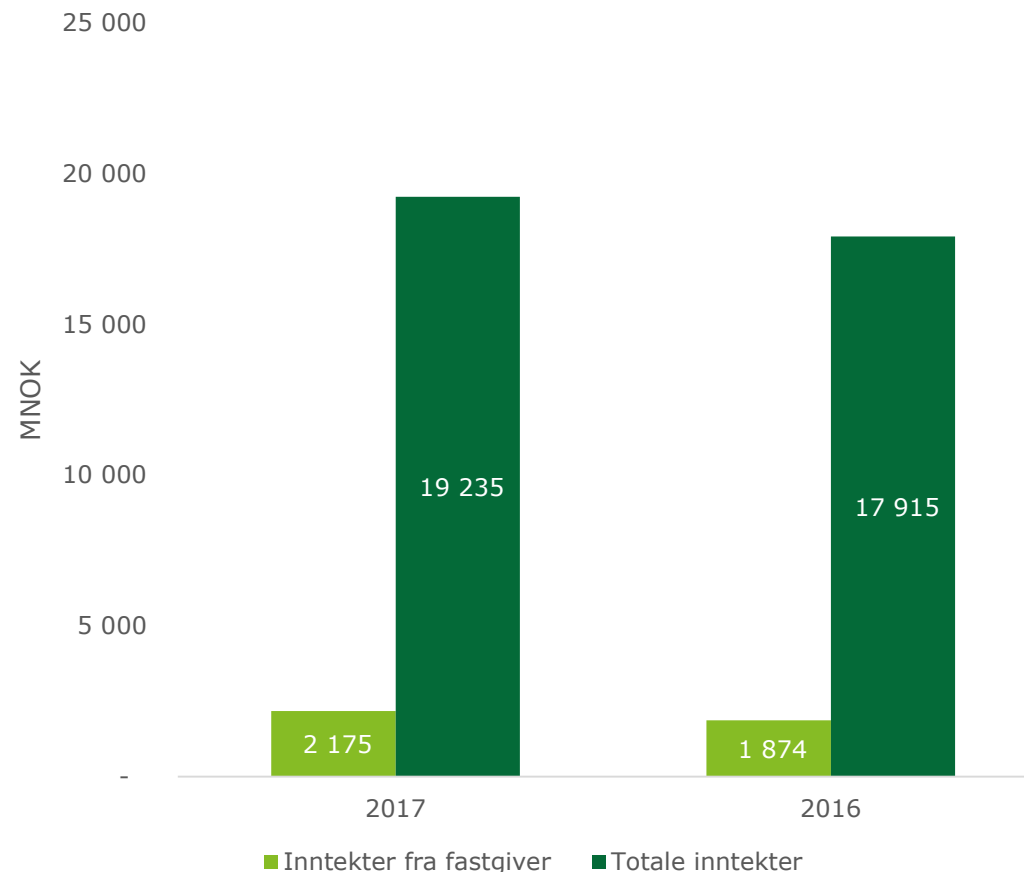
Inntekter fra fastgiveravtaler

En fastgiveravtale er definert som et fast avtalt betalende giverforhold, der det er gjennomført minimum én innbetaling i løpet av året.

Inntekter fra private fastgiveravtaler økte fra 1.874 MNOK i 2016 til 2.175 MNOK i 2017, en økning på 16,1 prosent. Stiftelsen Norsk Luftambulans har konvertert alle støttemedlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret. Vi har derfor justert for dette.

Økningen i inntekter fra fastgiveravtaler utgjør seks prosent fra 2016 til 2017. Dette er noe avtagende i forhold til tidligere år.

De to foregående undersøkelsene viste at inntekter fra fastgiveravtaler økte med 9,2 prosent fra 2013 til 2014, og 11,0 prosent fra 2012 til 2013. Forrige undersøkelse hadde økning på 9,3 prosent i inntekter fra fastgiveravtaler og utgjorde da 11,9 prosent av totale inntekter i 2015. I 2017 utgjør inntekter fra fastgiveravtaler elleve prosent av totale inntekter.



«Etter 15 år med jevn inntektsøkning og en særdeles trofast kjerne av givere, merker vi nå at det er krevende å «etterfylle» med stabile givere blant dem som i dag er ca. 40-65 år. Dette blir en hovedoppgave i årene fremover, og vårt inntrykk er at det samme gjelder mange ideelle organisasjoner, både innenfor og utenfor det kirkelige landskapet.»

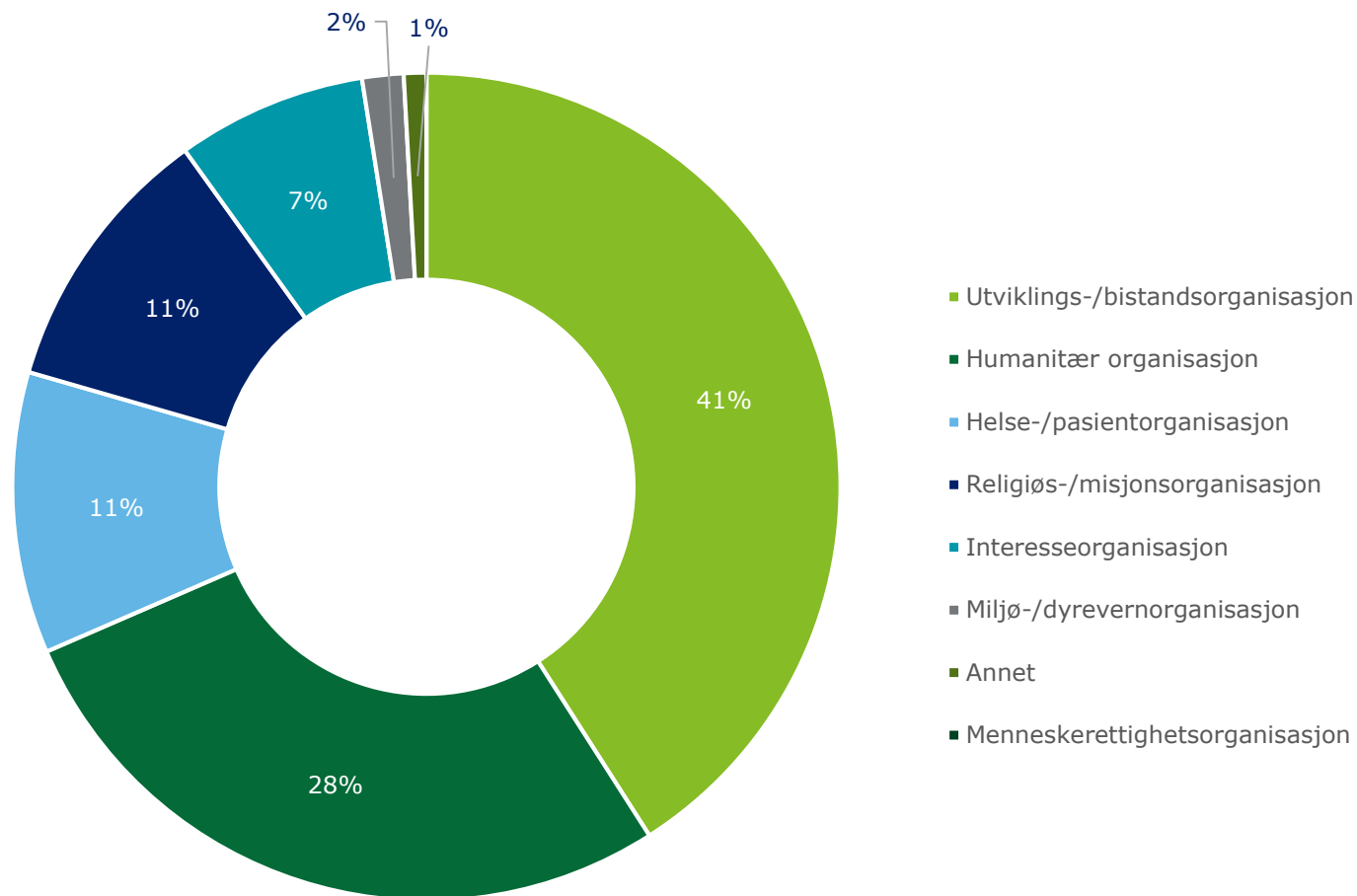
- Stefanusalliansen

Inntekter fra fastgiveravtaler i underkategoriene

Diagrammet viser hvordan inntekter fra fastgiveravtaler fordeler seg mellom de ulike kategoriene.

Vi ser et skift av de som har besvart undersøkelsen fra utviklings-/bistandsorganisasjoner og humanitære organisasjoner mot helse-/pasientorganisasjoner og religiøs-/misjonsorganisasjoner. Den sistnevnte type organisasjoner er kjent for å ha en fastgiver over en lang tid som reflekteres i undersøkelsen.

Utviklings-/bistandsorganisasjoner og humanitære organisasjoner mottar mest fra fastgiveravtaler.

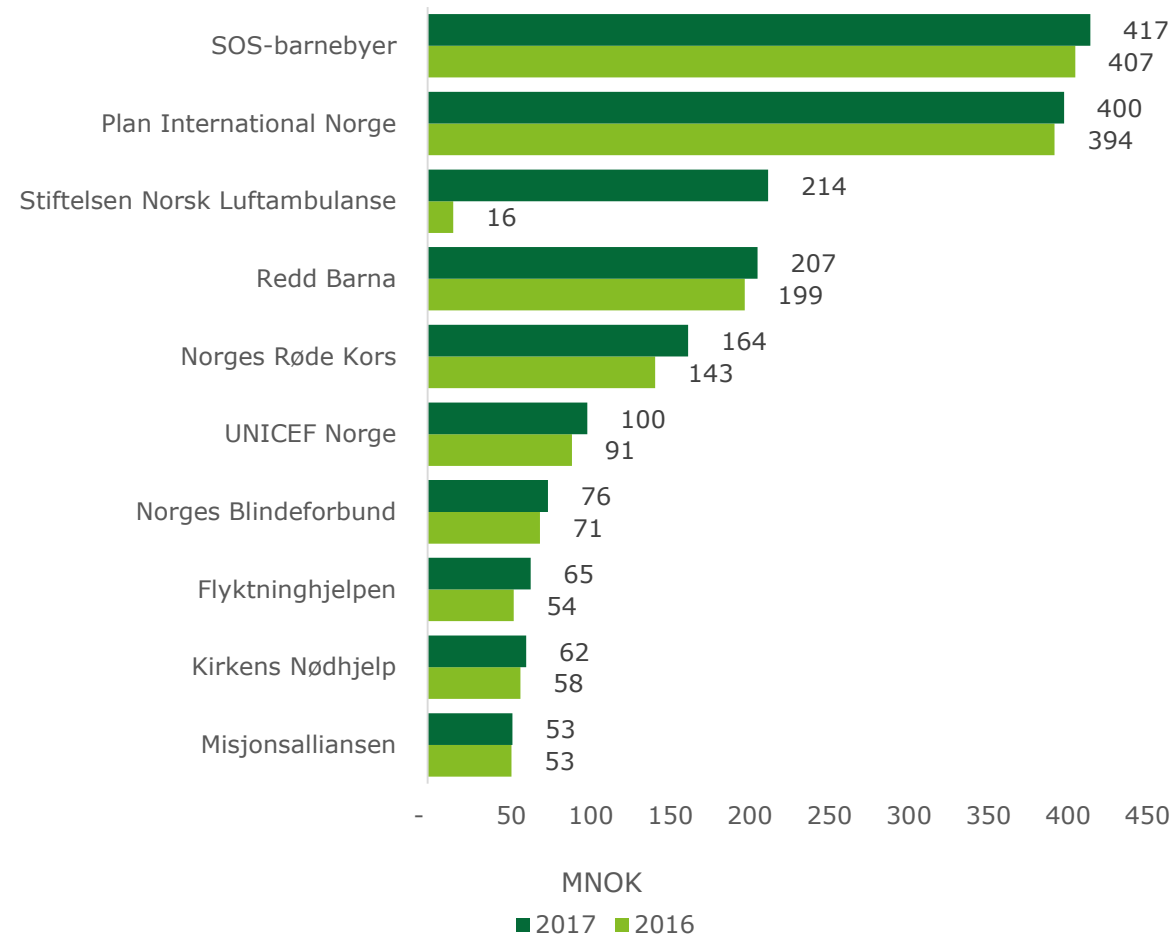


Organisasjoner med høyest inntekt fra fastgiveravtaler

Oversikten viser de ti organisasjonene med høyest inntekt fra fastgiveravtaler. Organisasjoner rettet mot barn dominerer listen også i år.

De to organisasjonene med høyest inntekt fra fastgiveravtaler står for 38 prosent av inntektene fra fastgiveravtaler. Det er de samme organisasjonene som er på topplisten i år som tidligere år. Norsk Luftambulans har i 2017 konvertert støttemedlemmer til fastgivere, og er nå den tredje største organisasjonen.

Norges Røde kors og Flyktningshjelpen har størst økning i inntekter fra fastgiveravtaler på henholdsvis 20 prosent og 15 prosent fra 2016 til 2017. Utover det er økningen i det vesentligste hos de mindre organisasjonene.

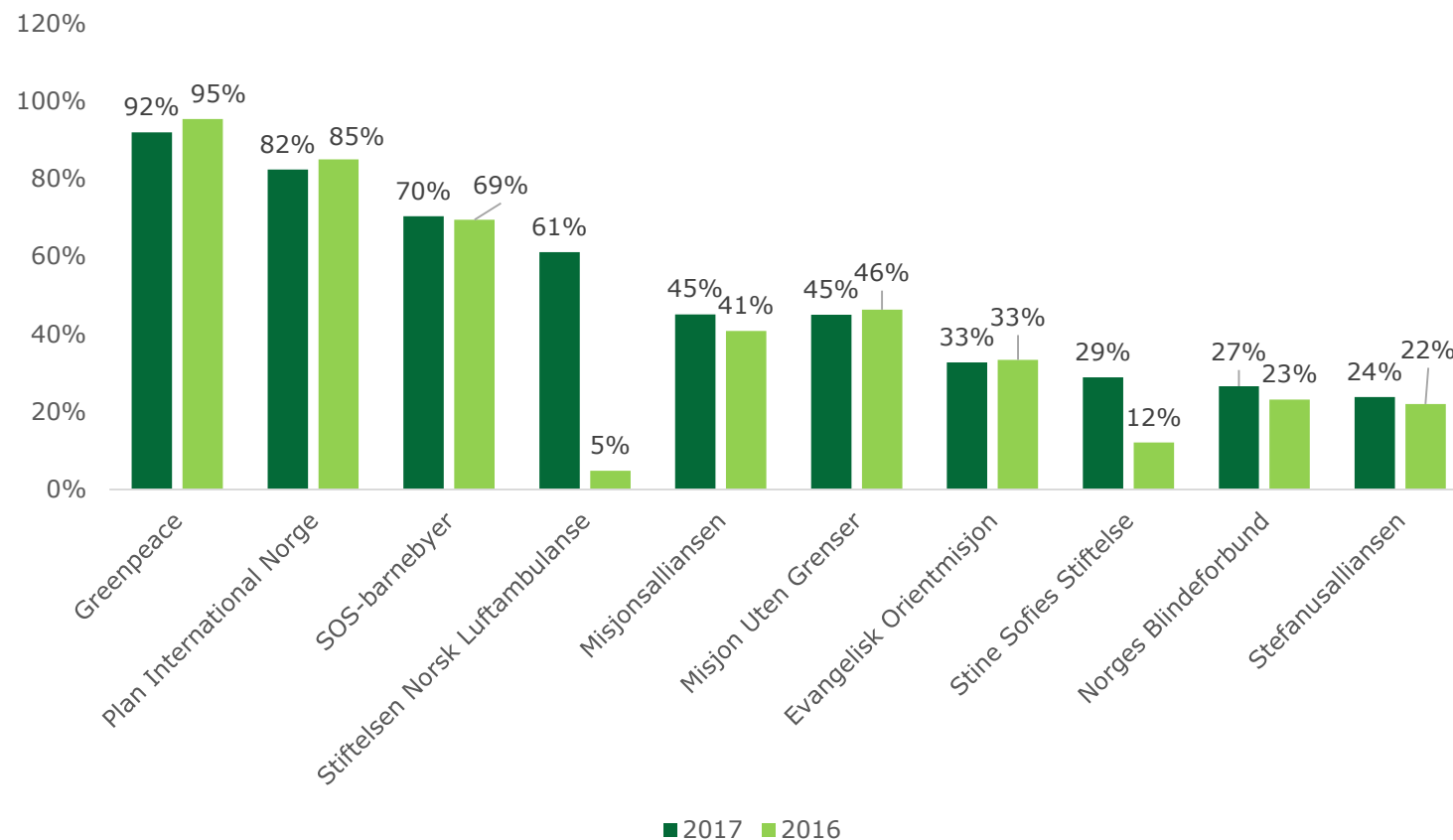


Organisasjoner med størst andel inntekter fra fastgiveravtaler av totale inntekter

Diagrammet viser de ti organisasjonene med høyest inntekter fra fastgiveravtaler i forhold til totale inntekter i 2016 og 2017.

For mange organisasjoner utgjør inntekter fra fastgiveravtaler en vesentlig andel av totale inntekter.

Greenpeace og Plan International Norge har høyest inntekt fra fastgiveravtaler i forhold til totale inntekter. Om lag 92 prosent av Greenpeace sine totale inntekter kommer fra fastgiveravtaler i 2017



*Stiftelsen Norsk Luftambulans har konvertert alle støtte-medlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret.

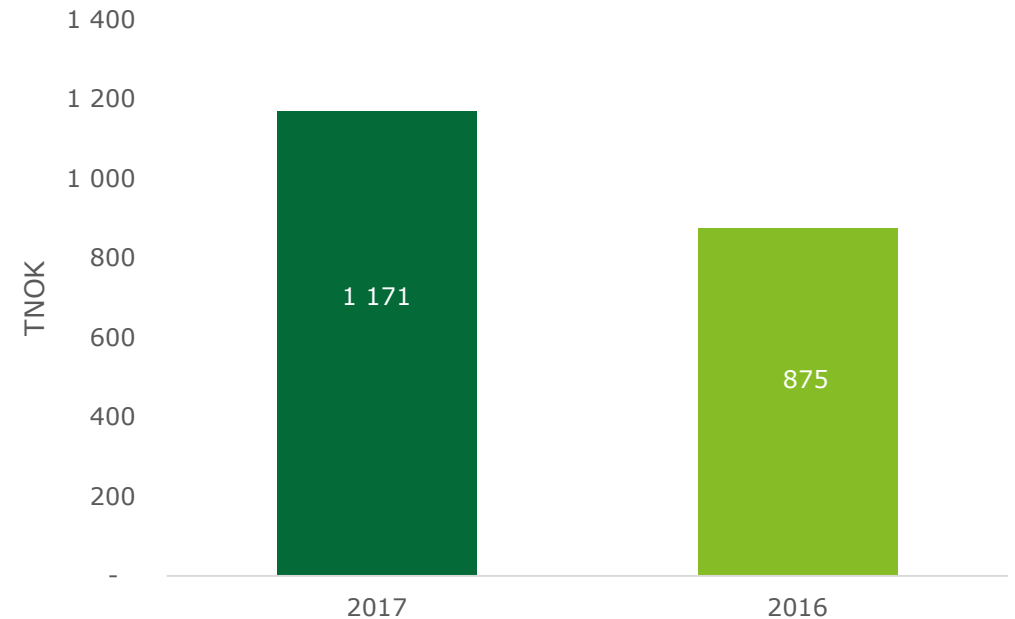
Antall fastgivere

Av organisasjonene som besvarte årets undersøkelse ble det oppgitt totalt 1.170.548 fastgiveravtaler i 2017, mot 874.601 i 2016.

Det er fortsatt en vekst i antall fastgivere, dog noe avtagende i forhold til tidligere år.

Ved å trekke ut Stiftelsen Norsk luftambulansse får vi en økning på ca. fem prosent i fastgiveravtaler fra 2016 til 2017. Undersøkelsen for 2015 viste en økning på 9,3 prosent fra 2014 til 2015.

Vi ønsker å presisere at samme person kan være registrert som fastgiver i flere organisasjoner.



*Stiftelsen Norsk Luftambulansse har konvertert alle støttemedlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret.

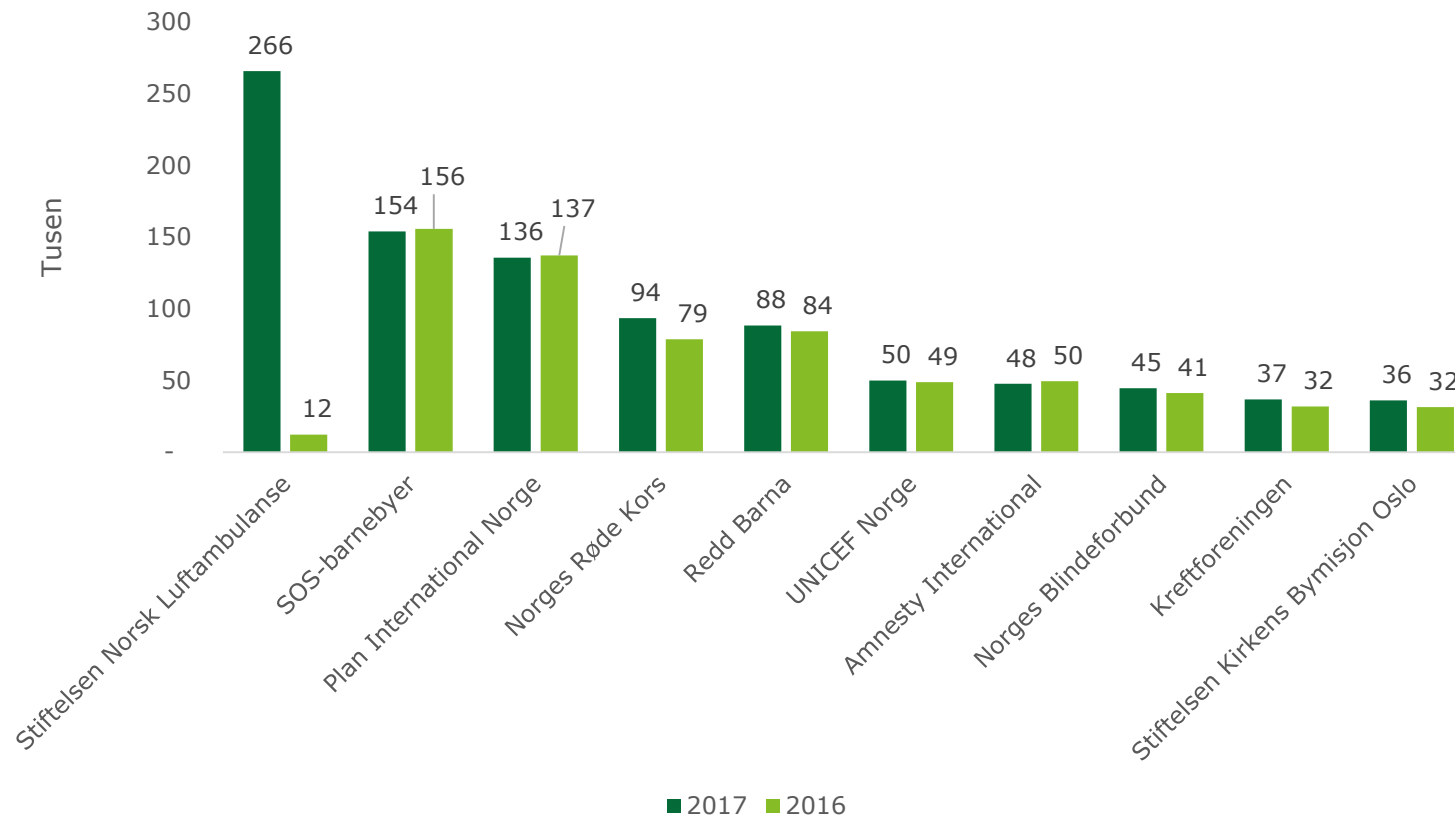
Antall fastgiveravtaler

Stiftelsen Norsk Luftambulansse har flest fastgiveravtaler med 265.701 i 2017. Deretter følger SOS-barnebyer og Plan International med henholdsvis 153.865 og 135.700.

Nivået på antall fastgiveravtaler viser relativt små endringer for organisasjonene med flest fastgiveravtaler.

Norges Røde Kors fortsetter den positive trenden vi har sett over flere år. Med 19 prosent flere fastgiveravtaler hadde Norges Røde Kors den størst økningen av organisasjonene med flest fastgiveravtaler.

Dyrevernalliansen hadde størst prosentvis økning på 203 prosent fra 2016 til 2017.



*Stiftelsen Norsk Luftambulansse har konvertert alle støttemedlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret.

Nærhet, omsorg og langsiktighet er grunnsteiner i alle barns utvikling. Våre faddere og givere muliggjør den barndommen barna trenger. Vi er derfor svært takknemlig for det engasjement og den støtten vi får fra våre langsiktige givere

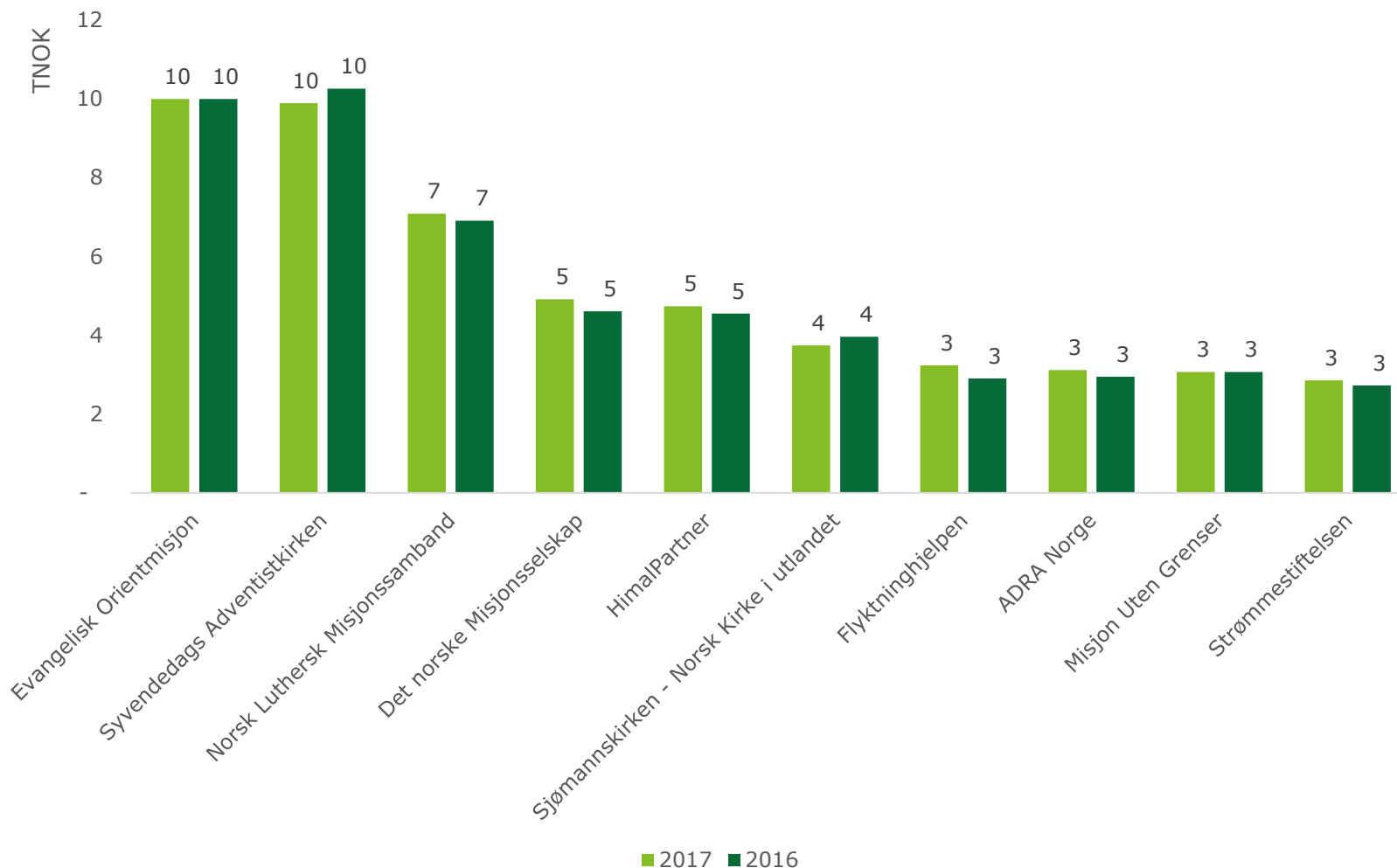
- Bente Lier, generalsekretær SOS-barnebyer

Gjennomsnittlig fastgiverinntekt

Det er ingen vesentlige endringer i gjennomsnittlig inntekt fra fastgivere, hverken i denne eller i forrige undersøkelse.

Ved å justere for Norsk luftambulans har gjennomsnittlig beløp per giver økt med én prosent fra 2.155 kroner i 2016 til 2.167 kroner i 2017. Forrige undersøkelse viste en reduksjon på 0,3 prosent.

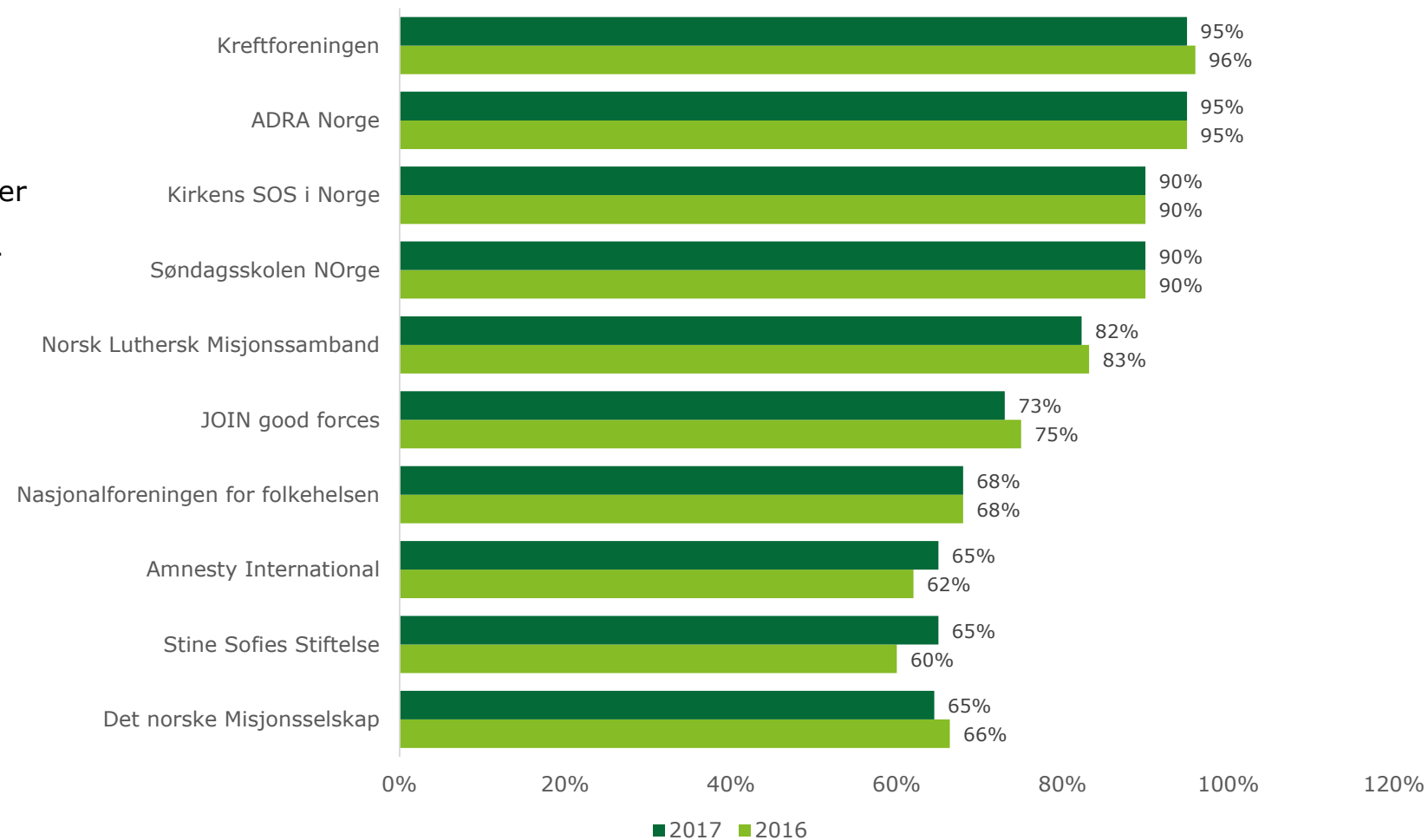
Evangelisk Orientmisjon har økt gjennomsnittlig inntekt per fastgiver vesentlig fra forrige undersøkelse hvor de lå på 3.000 kroner. I årets undersøkelse er gjennomsnittlig inntekt 10.000 kroner.



Andel fastgiveravtaler med varighet på 5 år eller mer

Organisasjonene har lojale fastgivere.

Kreftforeningen, ADRA Norge, Kirkens SOS Norge og Søndagsskolen Norge oppgir at mer enn 90 prosent av deres totale fastgiveravtaler har varighet på fem år eller mer.

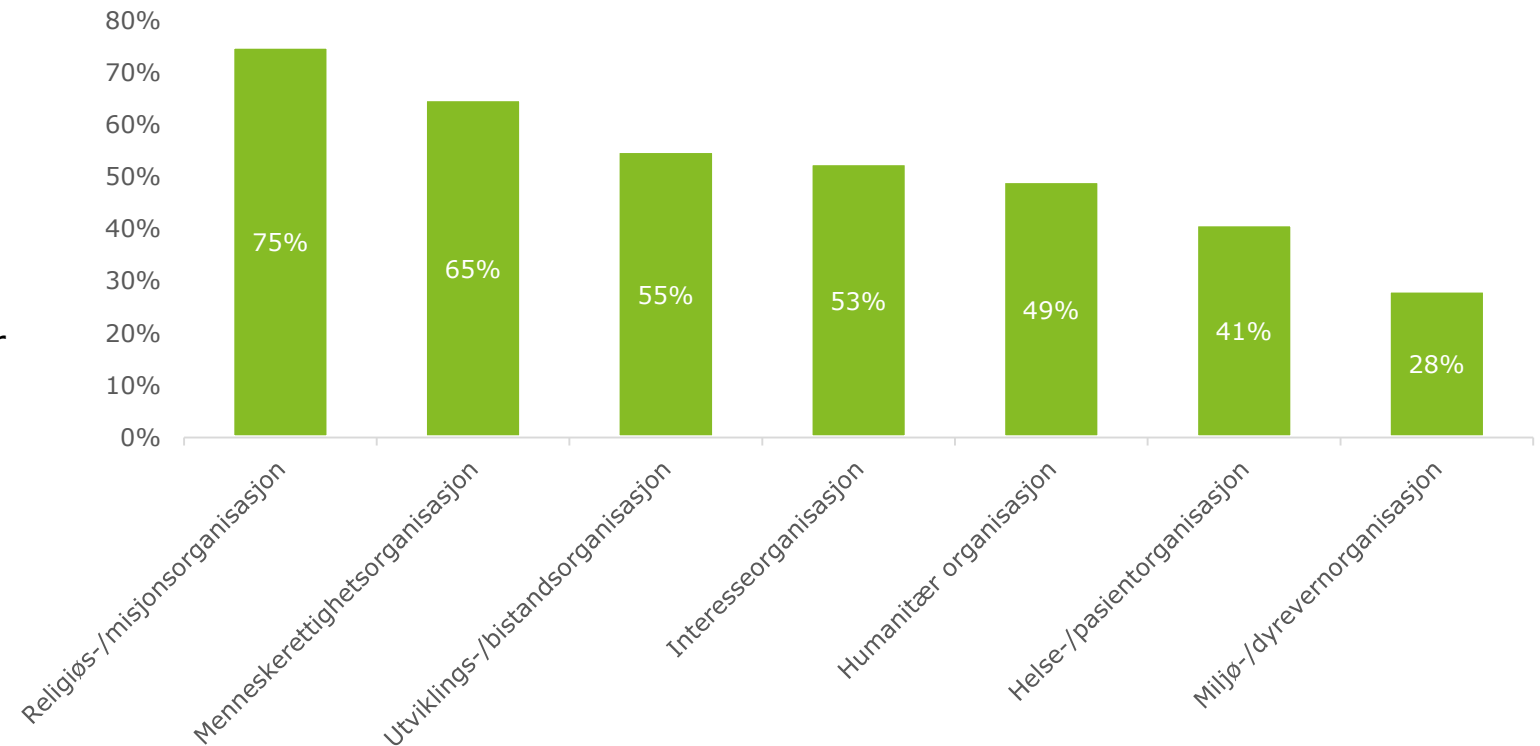


Inntekter fra fastgiveravtaler

Andel fastgiveravtaler med varighet på 5 år eller mer

Gruppen religiøs-/misjonsorganisasjon er den klart største gruppen i årets undersøkelse som har fastgiveravtaler med en varighet på fem år eller mer.

Fra forrige undersøkelse kom det frem at 73 prosent av religiøs-/misjonsorganisasjoner hadde fastgiveravtaler med varighet på fem år eller mer – for årets undersøkelse er det 75 prosent.



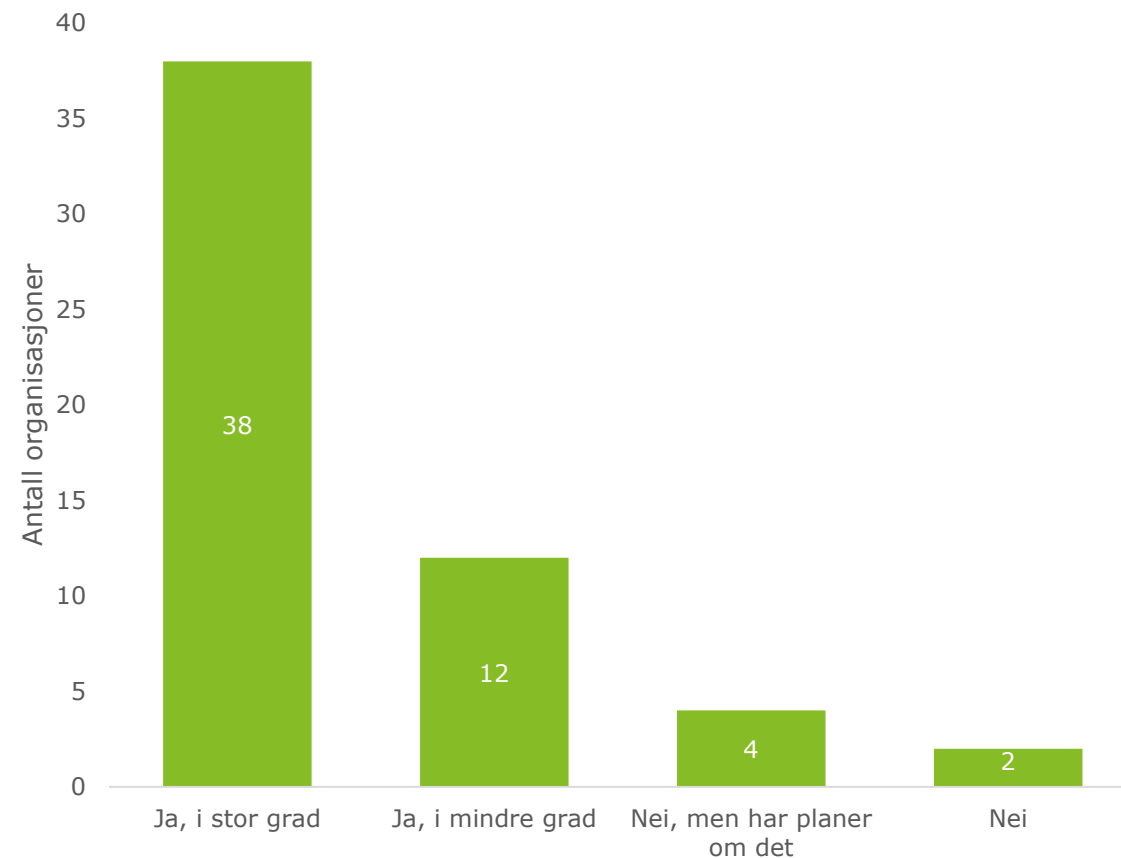
Arbeid med fastgiveravtaler

De fleste av organisasjonene arbeider med å få inntekter fra fastgiveravtaler, og det er en vesentlig økning sammenlignet med tidligere år.

I årets undersøkelse oppgir 38 organisasjoner at de arbeider med fastgiveravtaler. Ved forrige undersøkelse oppga 31 organisasjoner det samme.

Antall organisasjoner som oppgir at de ikke arbeider med fastgiveravtaler har i samme tidsperiode minket. Ved forrige rapport oppga elleve organisasjoner at de ikke arbeidet med dette, mens i årets rapport oppgir kun to organisasjoner at de ikke gjør det.

Trenden viser derfor at flere organisasjoner arbeider med fastgiveravtaler nå enn tidligere.

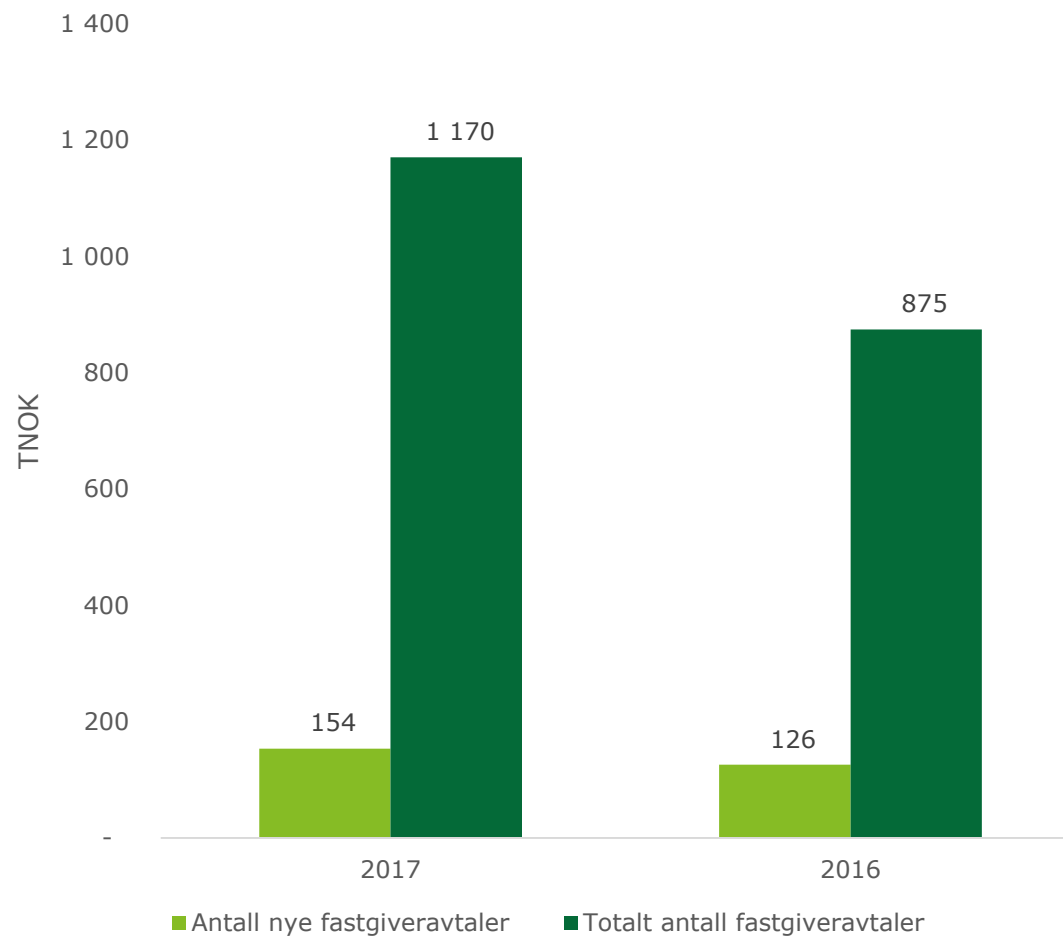


Antall nye fastgiveravtaler

Nye fastgiveravtaler er viktig for å sikre både vekst og hindre nedgang som følge av frafall.

For 2017 utgjør nye faddere i fastgiveravtaler 13,1 prosent av totalt oppgitt antall faddere. I 2016 ble dette oppgitt til å være 14,4 prosent.

Fra tidligere undersøkelser var økningen i nye fastgivere ti prosent fra 2013 til 2014, 19 prosent fra 2014 til 2015 og 22 prosent fra 2016 til 2017. Dette viser at det er en stødig økning i nye fastgiveravtaler hos organisasjonene.



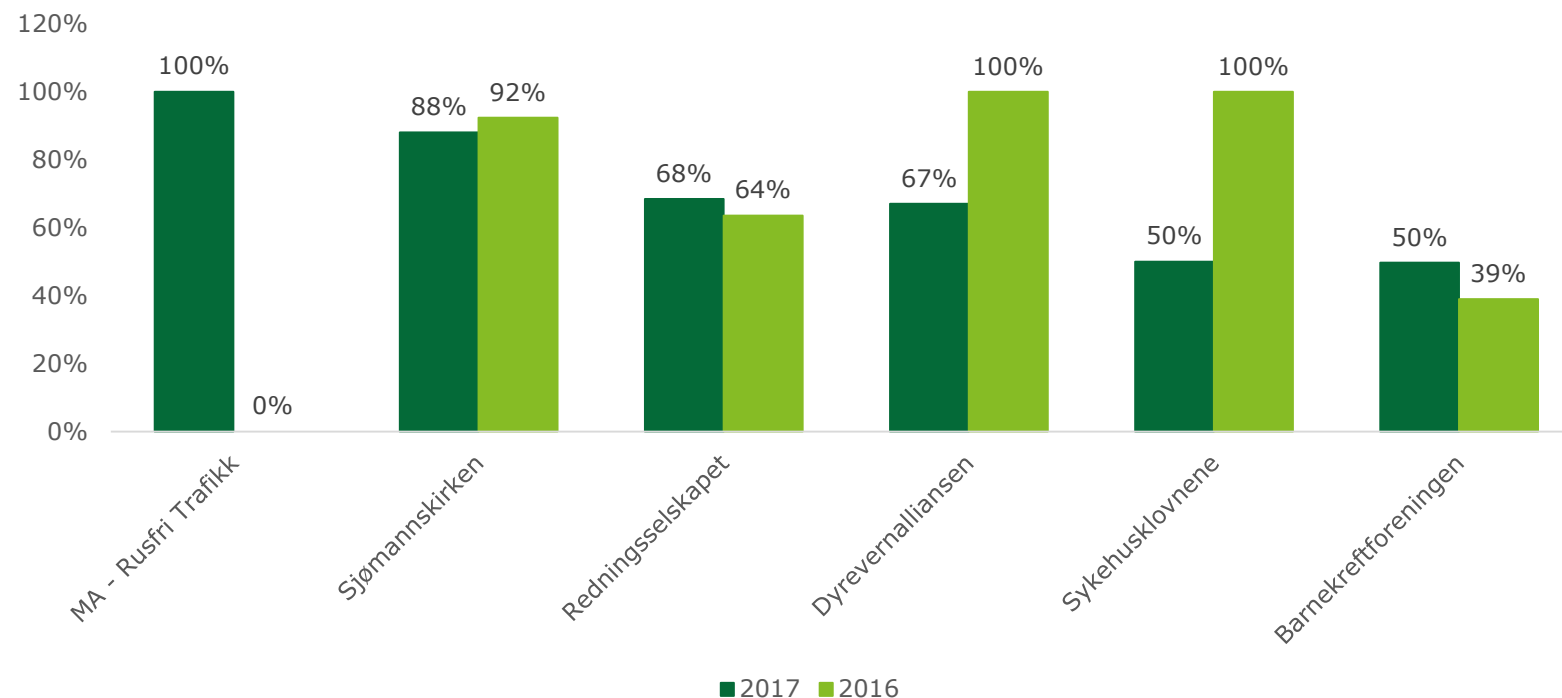
*Stiftelsen Norsk Luftambulansse har konvertert alle støtte-medlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret

Organisasjoner med størst andel nye fastgiveravtaler av totalt antall fastgiveravtaler

Mange organisasjoner har lagt inn en flott innsats for å skaffe nye fastgivere.

Det er flere som har en relativt høy andel nye fastgiveravtaler av totalt antall fastgiveravtaler. Det kan indikere at organisasjonene er i oppstartsfasen for fastgivere.

Dyrevernalliansen har ikke hatt fastgiveravtaler før i 2016. Videre informerer MA – Rusfri Trafikk at de begynte med fastgivere november 2017.



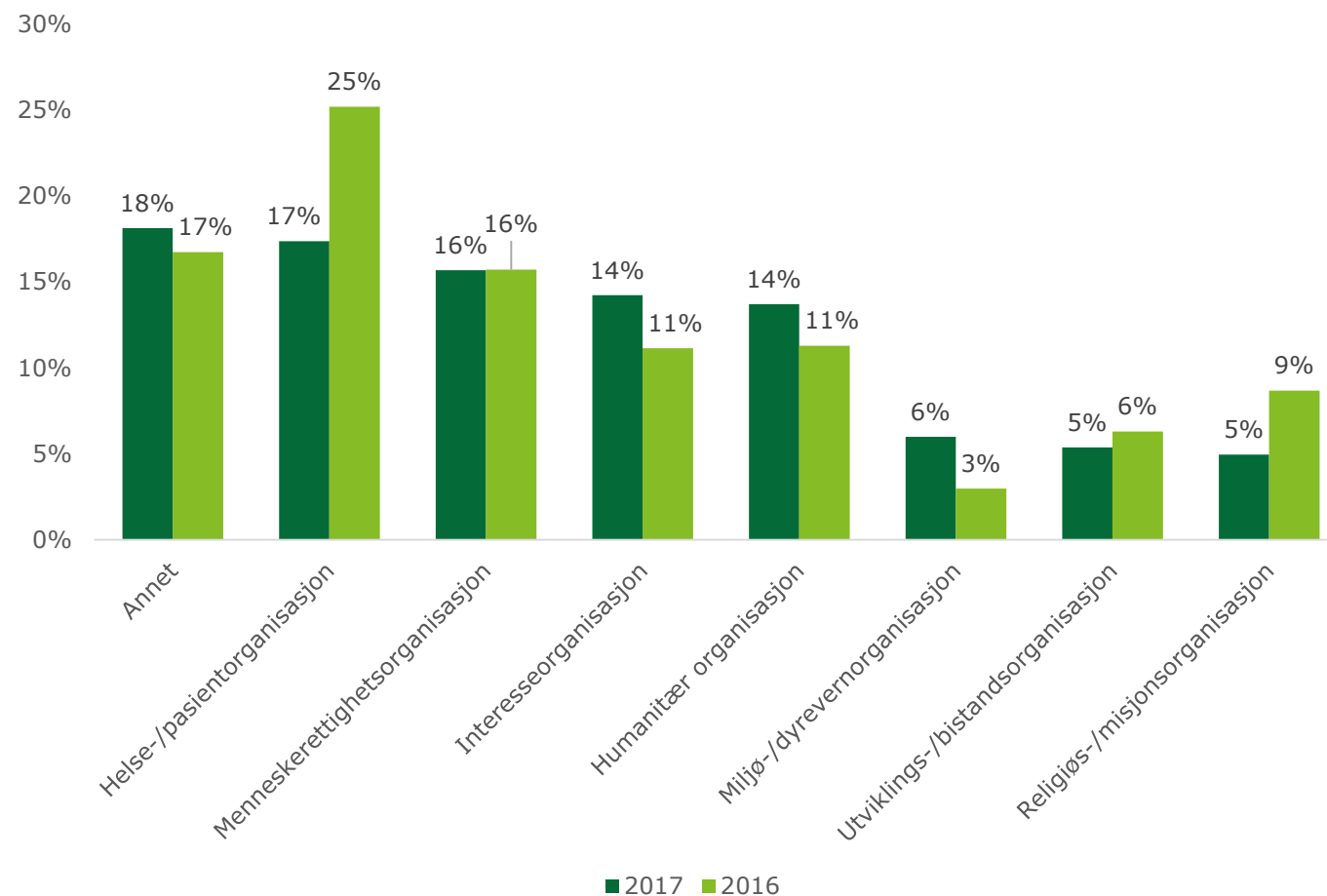
Frafall fastgivere fordelt på underkategorier

Frafallet fra fastgiveravtaler er redusert fra 2016 til 2017, men høyere enn tidligere undersøkelser.

I 2017 hadde fastgiveravtalene ti prosent frafall, mot 11,6 prosent i 2016.

Frafallet i helse-/pasientorganisasjoner gått betydelig ned fra 2016 til 2017.

Generelt er frafallet høyere for organisasjonene i årets undersøkelse sammenlignet med forrige undersøkelse hvor gjennomsnittet lå på 6,8 prosent i 2015.



*Stiftelsen Norsk Luftambulans har konvertert alle støttemedlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret.

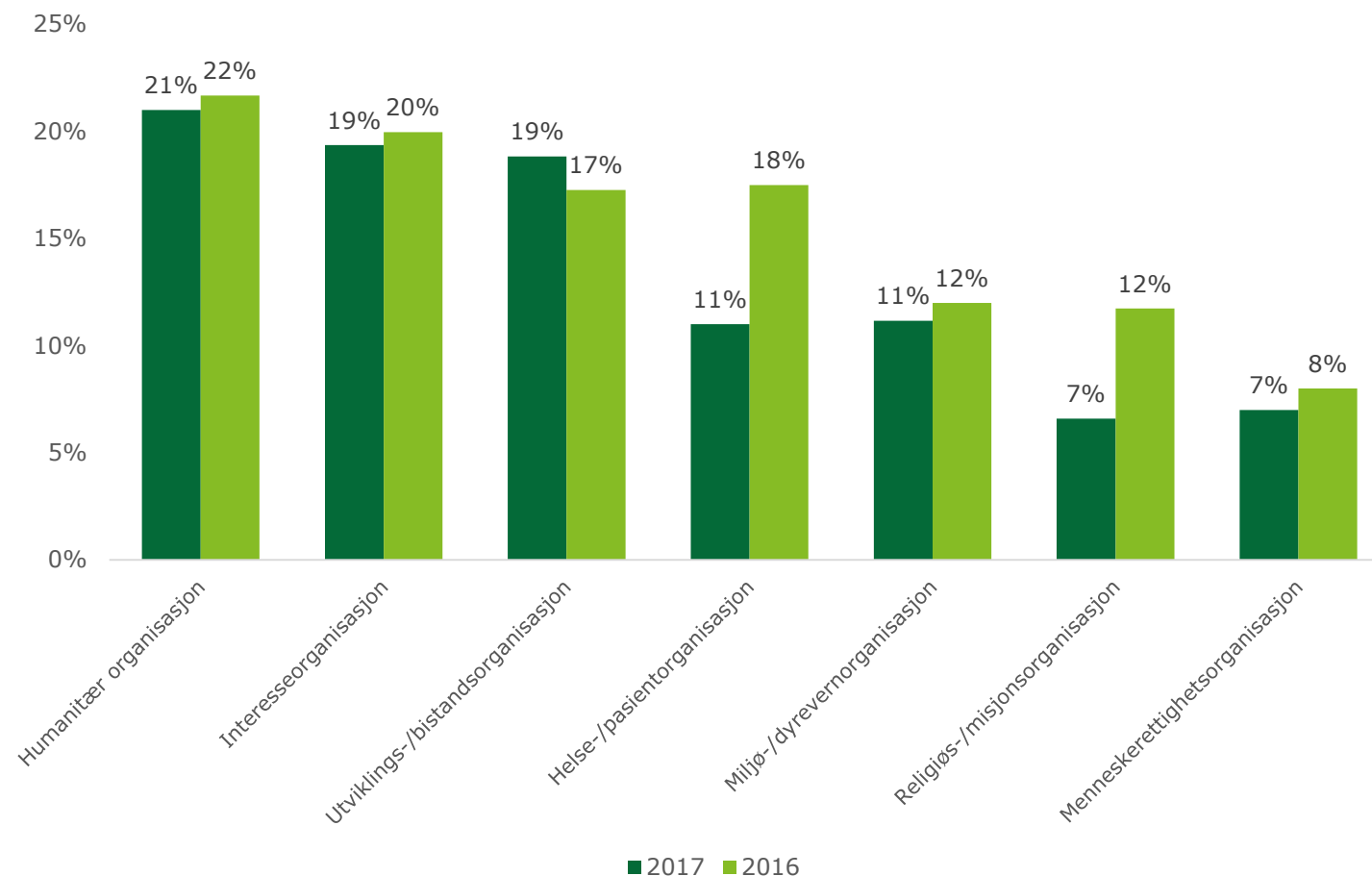
Andel frafall av fastgivere 12 måneder etter første innbetaling

Det var totalt 20 organisasjoner som besvarte dette spørsmålet.

Disse oppgir at gjennomsnittlig frafall 12 måneder etter første innbetaling er 13,6 prosent i 2017, og 15,4 prosent i 2016. Dette viser en betydelig nedgang i frafallet.

Menneskerettighetsorganisasjoner og Religiøs-/misjonsorganisasjoner opplyser lavest frafall i årets undersøkelse.

Vi ser gjennomgående at flere av organisasjonene har redusert frafallet fra 2017 til 2016. Sammenlignet med forrige undersøkelse er det gjennomsnittlige frafallet på samme nivå som tidligere.



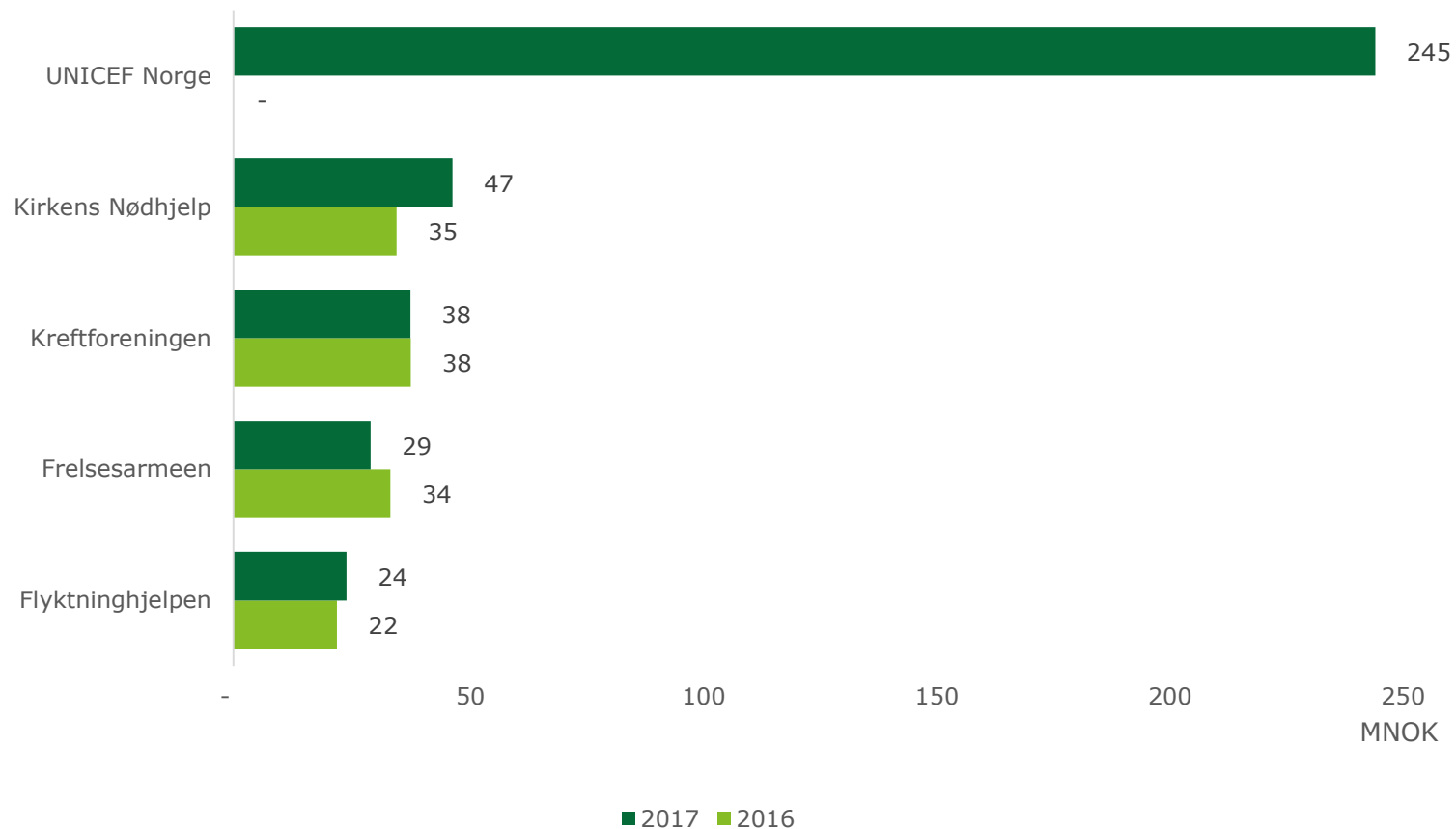
Inntekter fra aksjoner

Inntekter fra aksjoner omfatter tv-aksjoner, artistgallaer, store arrangementer og lignende.

Inntekter fra TV-aksjonen utgjør en vesentlig del av inntekter fra aksjoner.

UNICEF hadde tv-aksjonen i 2017 hvor det ble samlet inn penger til utdanning for barn som lever i områder med krig og konflikt. I 2016 ble TV-aksjonen gjennomført til inntekt for Norges Røde kors, hvor 230 millioner kroner ble samlet inn til deres arbeid.

Økning i inntekter fra aksjoner er på 15,9 prosent fra 2016 til 2017. Inntekter fra aksjoner tilsvarer 2,2 prosent av totale inntekter i 2017.



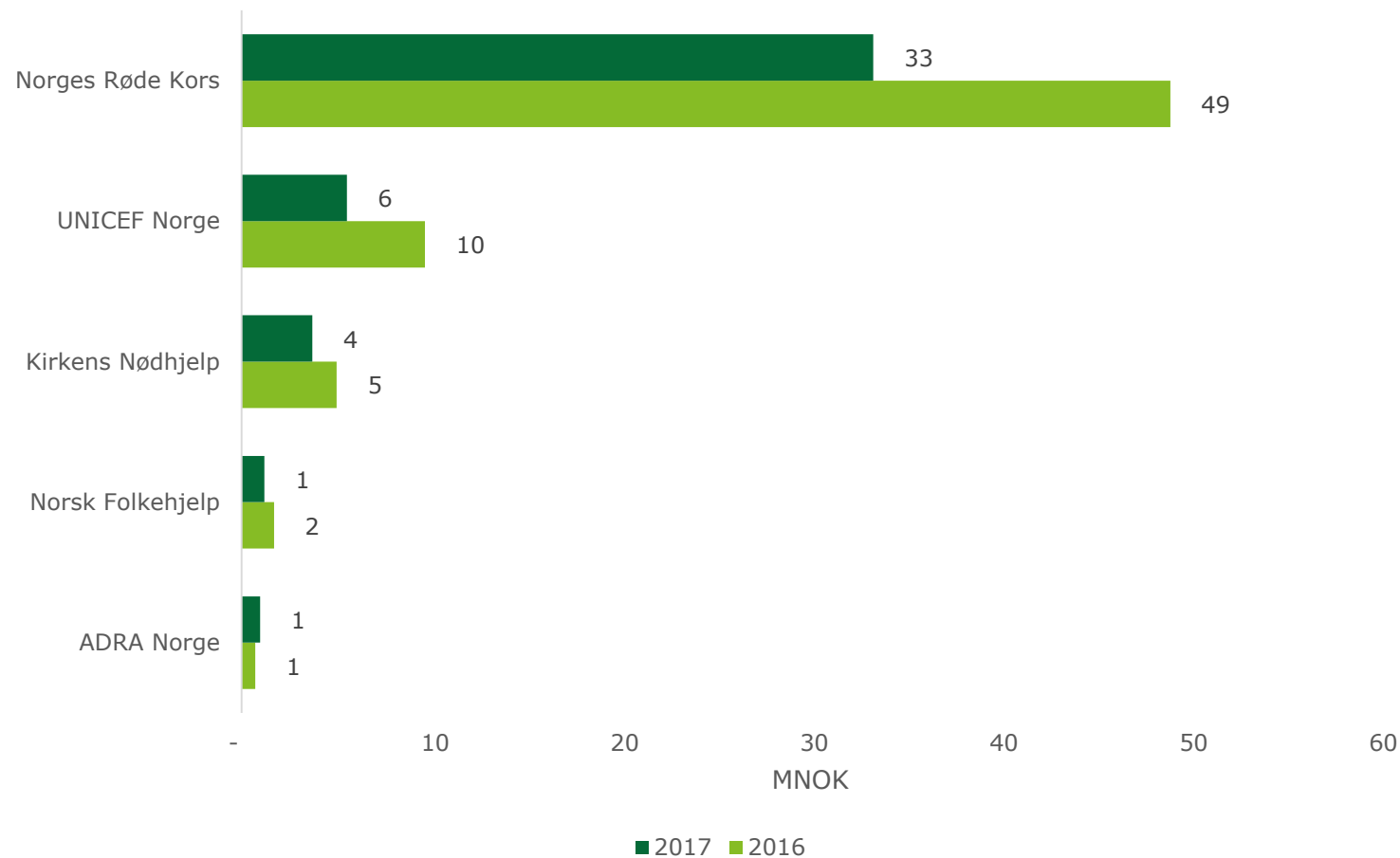
Innsamling i forbindelse med uforutsette og langvarige nødssituasjoner

Årets rapport viser at det har vært samlet inn relativt lite i forbindelse med uforutsigbare og langvarige nødssituasjoner sammenlignet med tidligere år.

Inntektskategorien defineres som innsamlinger i forbindelse med nødssituasjoner eller katastrofer som er ekstraordinære tiltak ved en plutselig, uforutsett eller langvarig hendelse.

Inntekter i forbindelse med uforutsette og langvarige nødssituasjoner har blitt redusert fra 69 MNOK i 2016 til 47 MNOK i 2017.

Forrige undersøkelse viste at inntektskilden økte fra 41 MNOK i 2014 til 214 MNOK i 2015. Inntekter fra innsamling i forbindelse med uforutsette og langvarige nødssituasjoner har vært vesentlig høyere og varierer veldig basert på omfanget av nødssituasjoner det enkelte året.



Testamentariske gaver

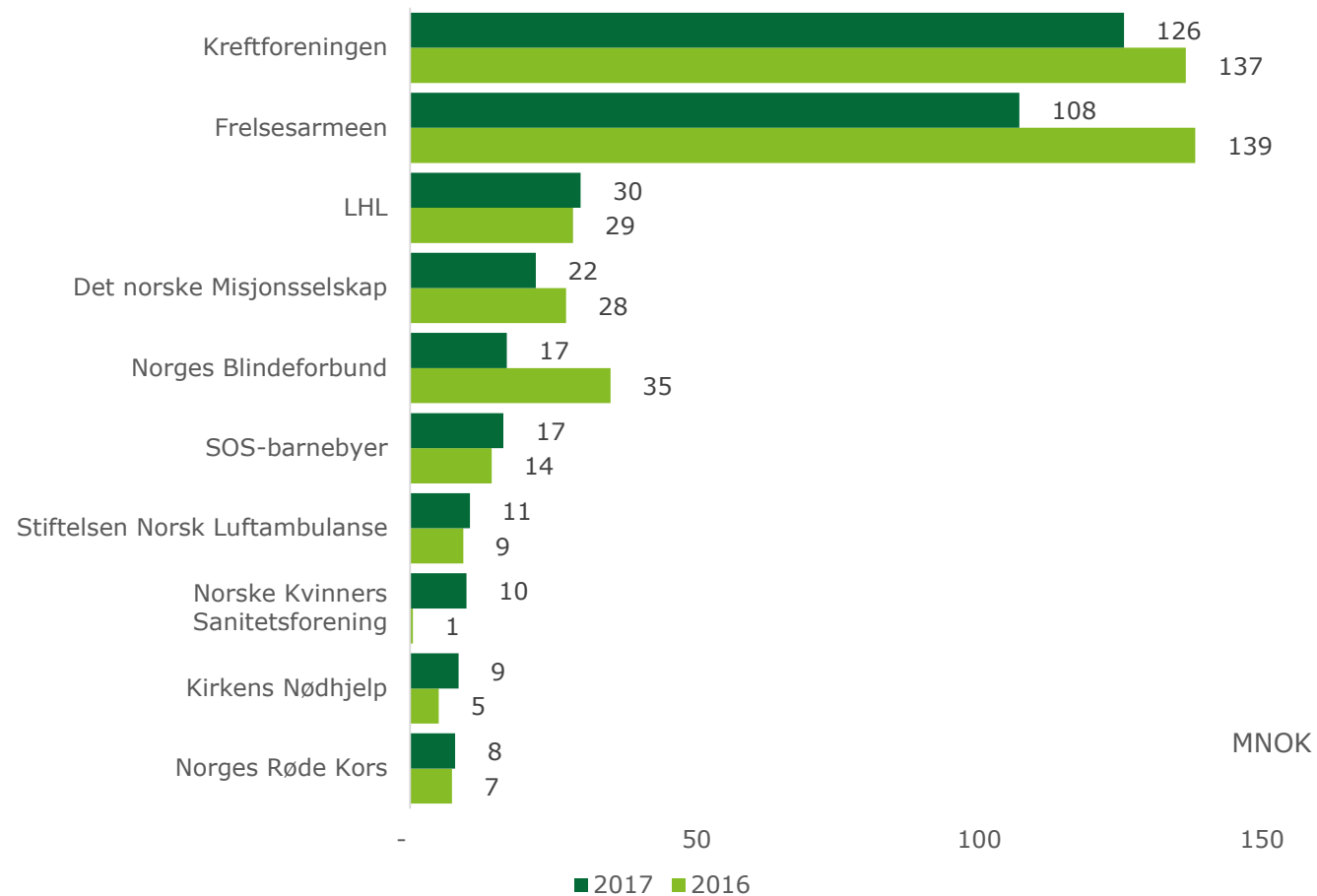
Testamentariske gaver er en viktig inntektskilde for flere av organisasjonene. Testamentariske gaver er generelt en uforutsigbar inntektskilde som kan variere mye fra år til år.

For organisasjonene som besvarte undersøkelsen utgjorde testamentariske gaver totalt 399 MNOK i 2017 mot 532 MNOK i 2016. Dette gir en reduksjon på 25 prosent fra 2016 til 2017. I forrige rapport hadde testamentariske gaver en økning på 4,8 prosent. Kreftforeningen og Frelsesarmeen har rapportert om høyest inntekter fra testamentariske gaver i 2017.

26 prosent av organisasjonene jobber i stor grad med å få inntekter fra testamentariske gaver.

I forrige undersøkelse var det 20 prosent som arbeidet i stor grad med testamentariske gaver.

2018 var første gang bransjen samlet seg om en felles informasjonskampanje på tematikken arv og testamentariske gaver. 36 organisasjoner gikk sammen om konseptet "La ditt hjerte banke videre for din hjertesak". Dette viser at organisasjonene ønsker fokus på inntekter fra testamentariske gaver.



Minnegaver

Minnegaver tilhører kategorien innsamling initiert av andre.

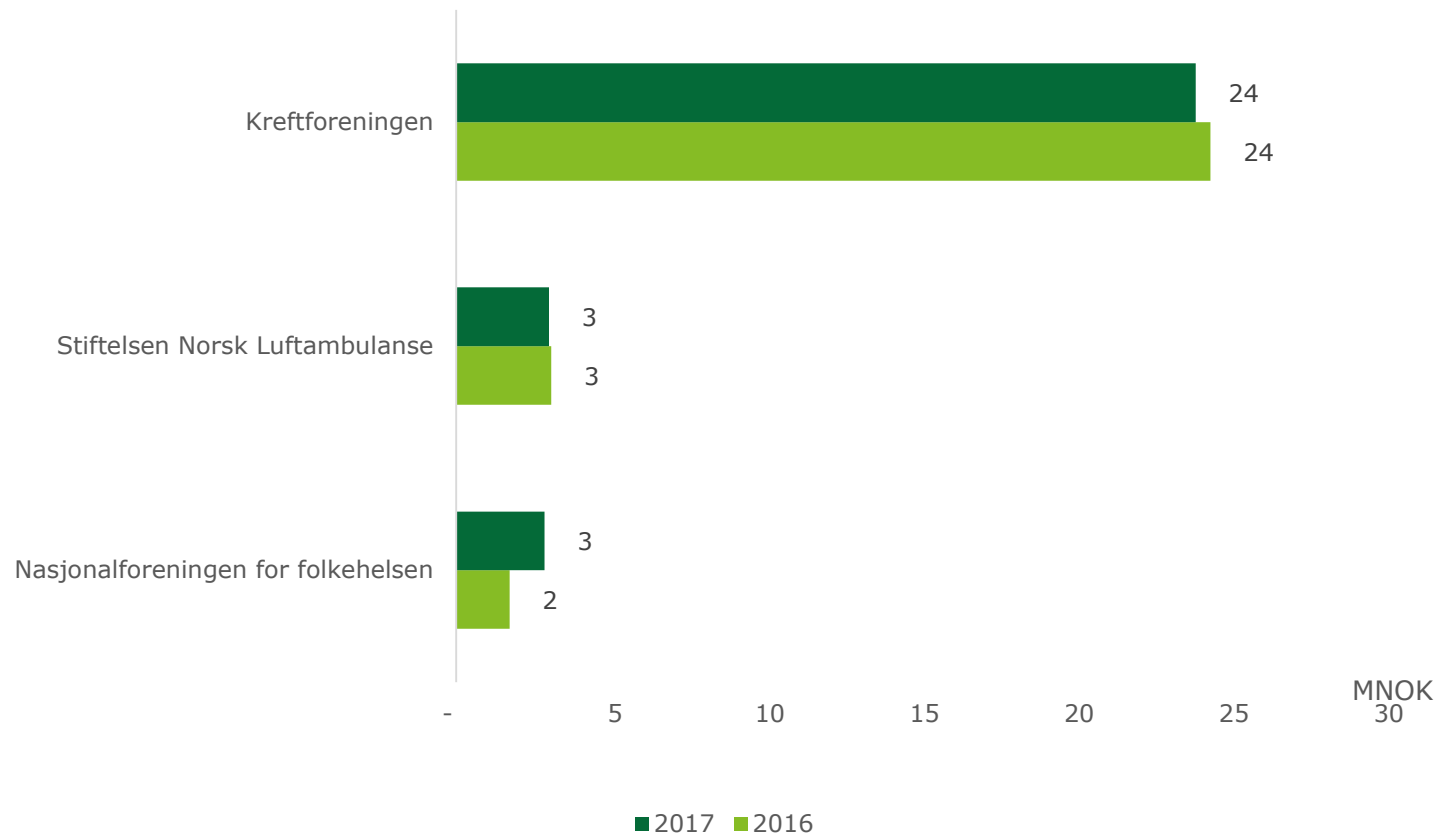
Minnegaver er en stabil inntektskilde for de store organisasjonene som mottar mest.

Minnegaver utgjorde om lag 29 MNOK i både 2017 og 2016. Dette tilsvarer 0,2 prosent av totale inntekter i både 2017 og 2016.

Diagrammet viser en oversikt over de tre organisasjonene med høyest inntekter fra minnegaver.

Kreftforeningen har høyest inntekter fra minnegaver, og disse inntektene tilsvarer i overkant av fire prosent av foreningens totale inntekter.

Organisasjonene opplyser at de i mindre grad arbeider med innsamling av minnegaver.



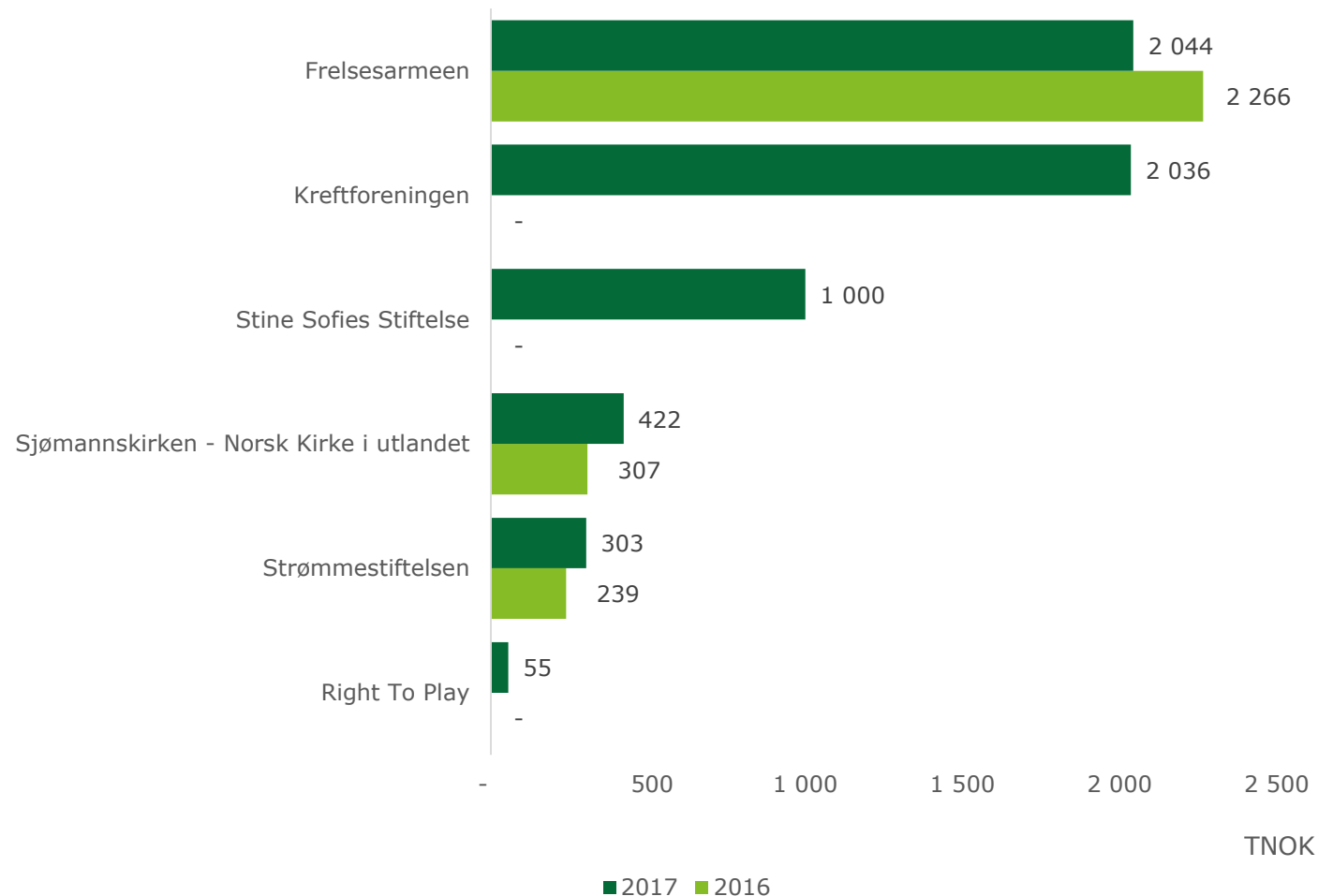
Facebook

Mot slutten av 2017 kom Facebook Fundraisers/Donate button til Norge. Innsamling gjennom Facebook Fundraisers/Donate button er en plattform hvor privatpersoner kan starte innsamlingsaksjoner på vegne av ideelle organisasjoner.

I årets undersøkelse er det seks organisasjoner som har oppgitt inntekter gjennom Facebook Fundraisers/Donate button. Totalt er det samlet inn 5,8 MNOK i 2017 mot 2,8 MNOK i 2016. Det utgjør en økning på 108 prosent.

Flere organisasjoner opplyser at de startet med Facebook Fundraisers i 2018, og at det har tatt helt av. Det forventes økte inntekter i fremtiden.

Ser vi på tallene fra årets undersøkelse er det også 84 prosent av respondentene som bruker Facebook som innsamlingskanal. Facebook er i tillegg på andreplass av innsamlingskanalene som er mest inntektsgivende. Samtidig er det 91 prosent som bruker eller har tatt i bruk Facebook som markedsføringskanal.



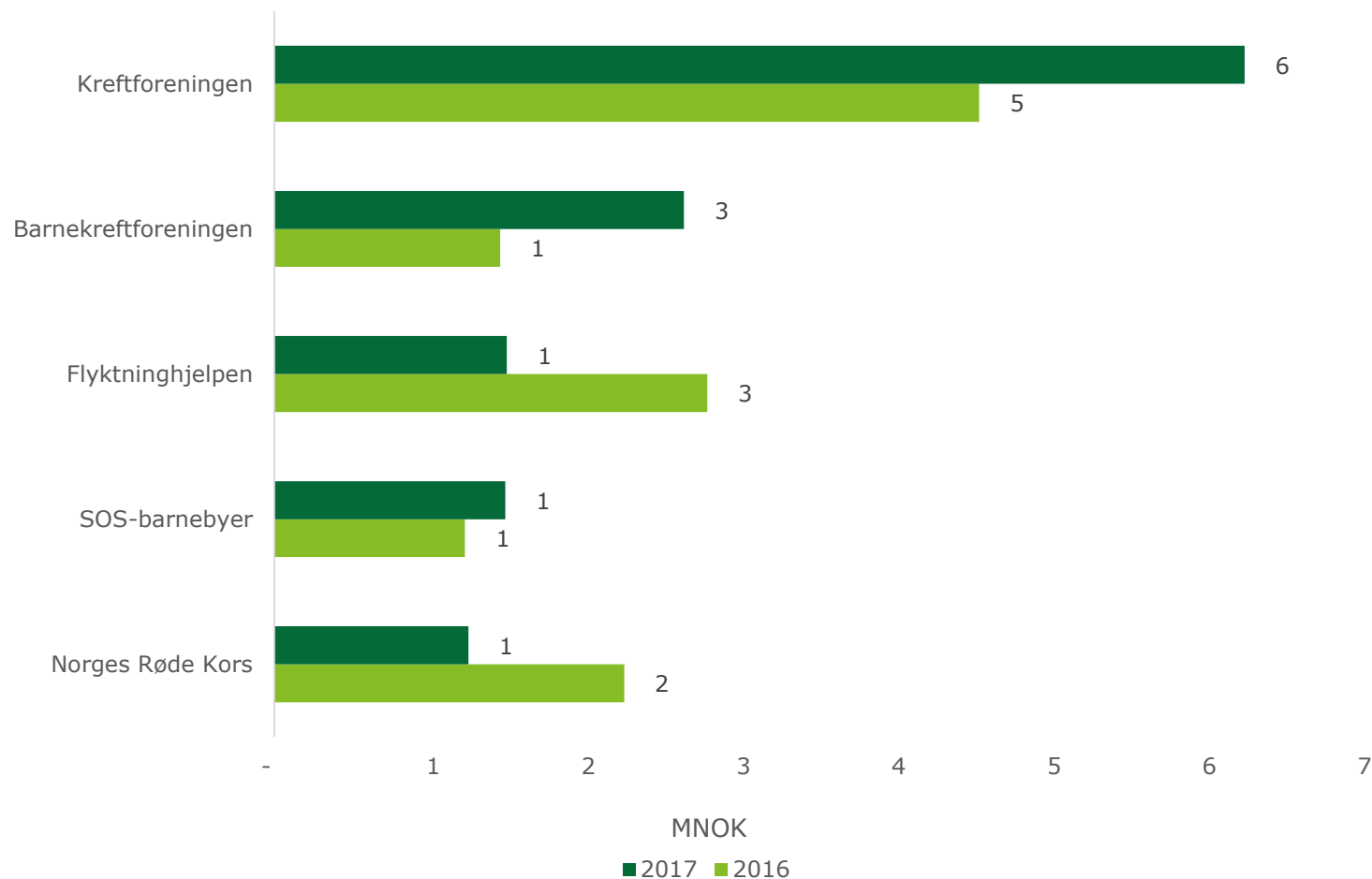
Inntekter fra annen innsamling initiert av andre

Inntekter fra annen innsamling initiert av andre varierer betydelig fra år til år.

Inntekter fra annen innsamling initiert av andre har økt fra 15,9 MNOK i 2016 til 18,5 MNOK i 2017. Dette utgjør en økning på 16 prosent.

Kreftforeningen hadde en økning på 38 prosent fra 2016 til 2017. Flere av de små organisasjonene som WWF og JOIN good forces hadde en økning på flere hundre prosent fra 2016 til 2017.

Noen av de største organisasjonene som fikk inn mest inntekter fra innsamling initiert av andre i forrige undersøkelse har ikke samme nivå på innsamlingen som tidligere.

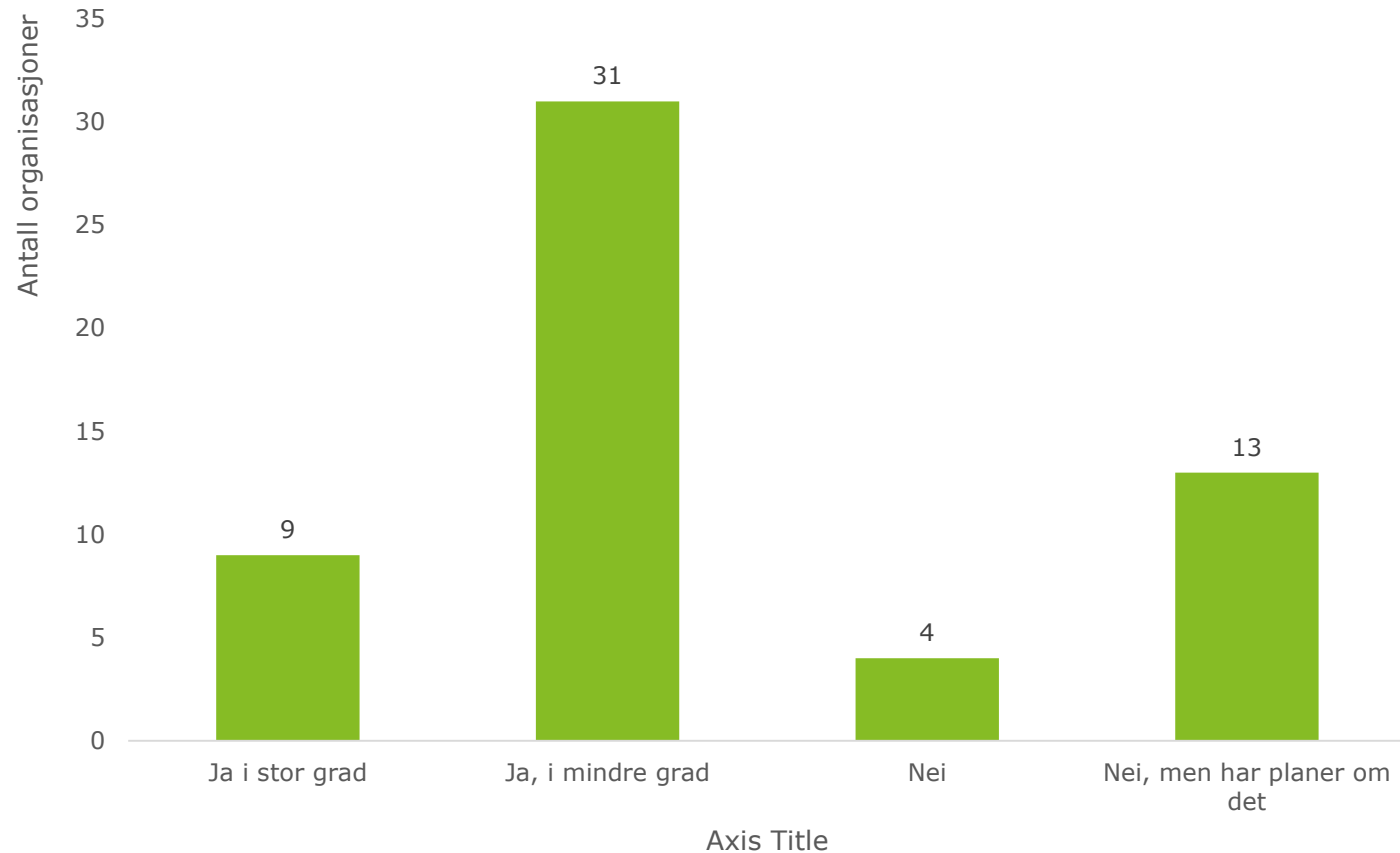


Arbeid med inntekter fra annen innsamling initiert av andre

I årets undersøkelse oppgir ni organisasjoner at de i stor grad arbeider med inntekter fra annen innsamling initiert av andre. I forrige rapport var det kun fire som svarte det samme.

Antallet som oppgir at de ikke arbeider med dette i det hele tatt har sunket fra 17 ved forrige undersøkelse til 13 i årets undersøkelse.

Vi ser at et økende antall organisasjoner som arbeider med inntekter fra annen innsamling initiert av andre.



Inntekter fra næringslivet, skoler, foreninger og lag

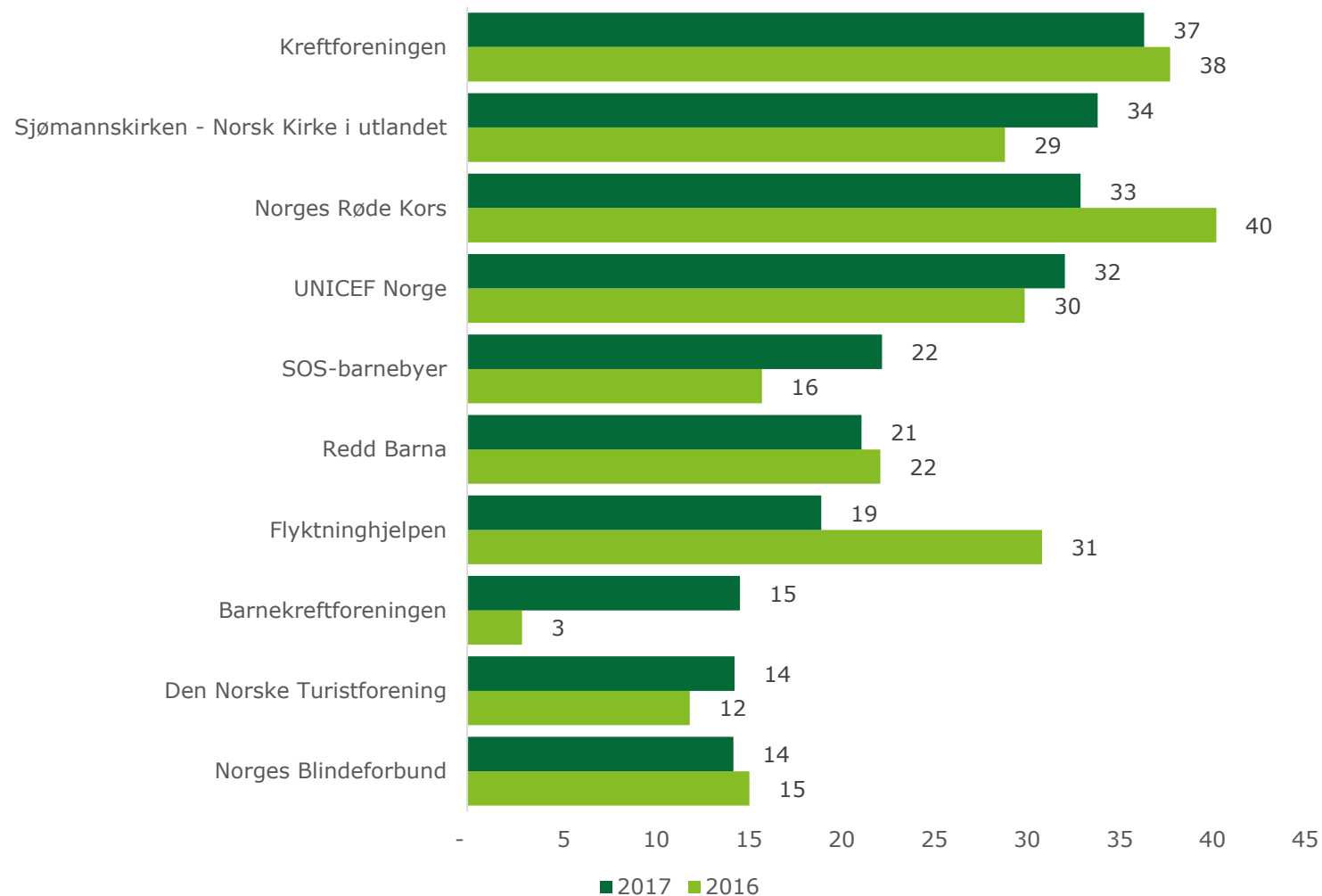
Inntekter fra næringslivet

Inntekter fra næringslivet har økt fra 342 MNOK i 2016 til 361 MNOK i 2017. Dette utgjør en økning på 5,4 prosent. Forrige rapport hadde en økning på 20,4 prosent fra 2014 til 2015.

Vi ser at flere av de større organisasjonene har hatt en negativ utvikling i inntekter fra næringslivet.

Dagens givere fra næringslivet donerer oftere kompetanse til organisasjoner. På tross av dette og et generelt vanskeligere sponsormarked, har vi sett en økning i samlede inntekter fra næringslivet.

SOS-barnebyer har økt inntekter fra næringslivet fra 2016 til 2017 med 41 prosent og Sjømannskirken viser en økning på 17 prosent.



«Vi ser et helt tydelig skifte i norsk næringslivs engasjement knyttet opp til samarbeid med organisasjoner. Tallene totalt viser en økning i antall kroner gitt. Det er imidlertid en trend at det er vanskelig for våre medlemmer å inngå nye avtaler, men også utvide og fornye måten vi samhandler med næringslivet på.

De som lykkes med næringslivssamarbeid eller «sosiosponsing», som det også kalles, er de som har gode konsept og felles strategimål som man kan jobbe sammen om å nå. Oftere og oftere ser vi at organisasjonen gir næringslivsaktøren en ny måte å synliggjøre sin kompetanse på – gjerne knyttet opp til FNs bærekraftsmål. Vi oppfordrer imidlertid organisasjonene til å fortsatt be om økonomisk støtte fra næringslivet, ikke kompetanse alene.»

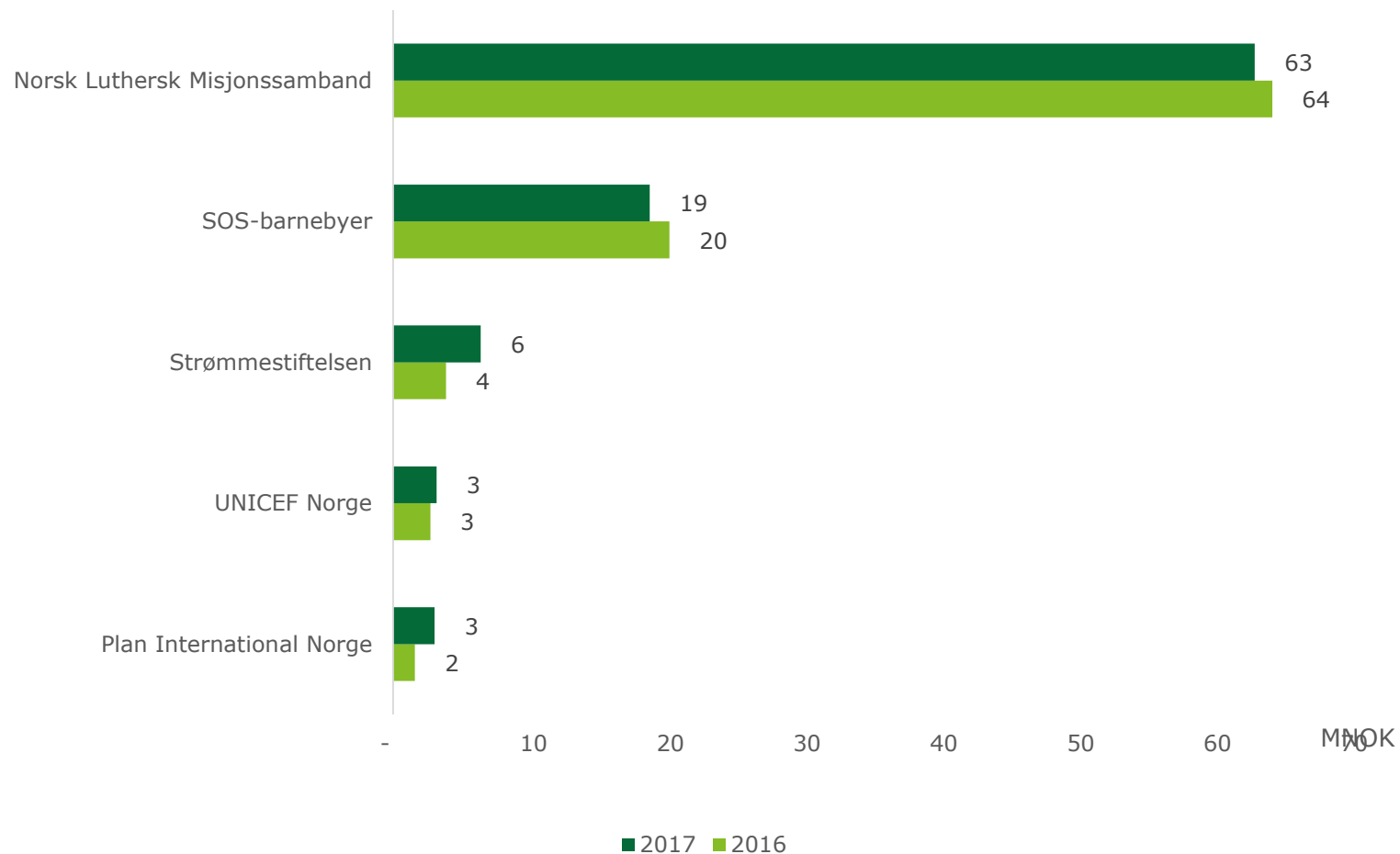
- Siri Nodland - Innsamlingsrådet

Inntekter fra skoler/foreninger/lag

Inntektene fra skoler, foreninger og lag har økt fra 103 MNOK i 2016 til 104 MNOK i 2017.

Over tid er det to organisasjoner som har initiert mest inntekter fra skoler/foreninger og lag.

Norsk Luthersk Misjonssamband har høyest inntekter fra skoler, foreninger og lag med 63 MNOK. Dette er på nivå med forrige rapport. Deretter følger SOS-barnebyer med 19 MNOK.



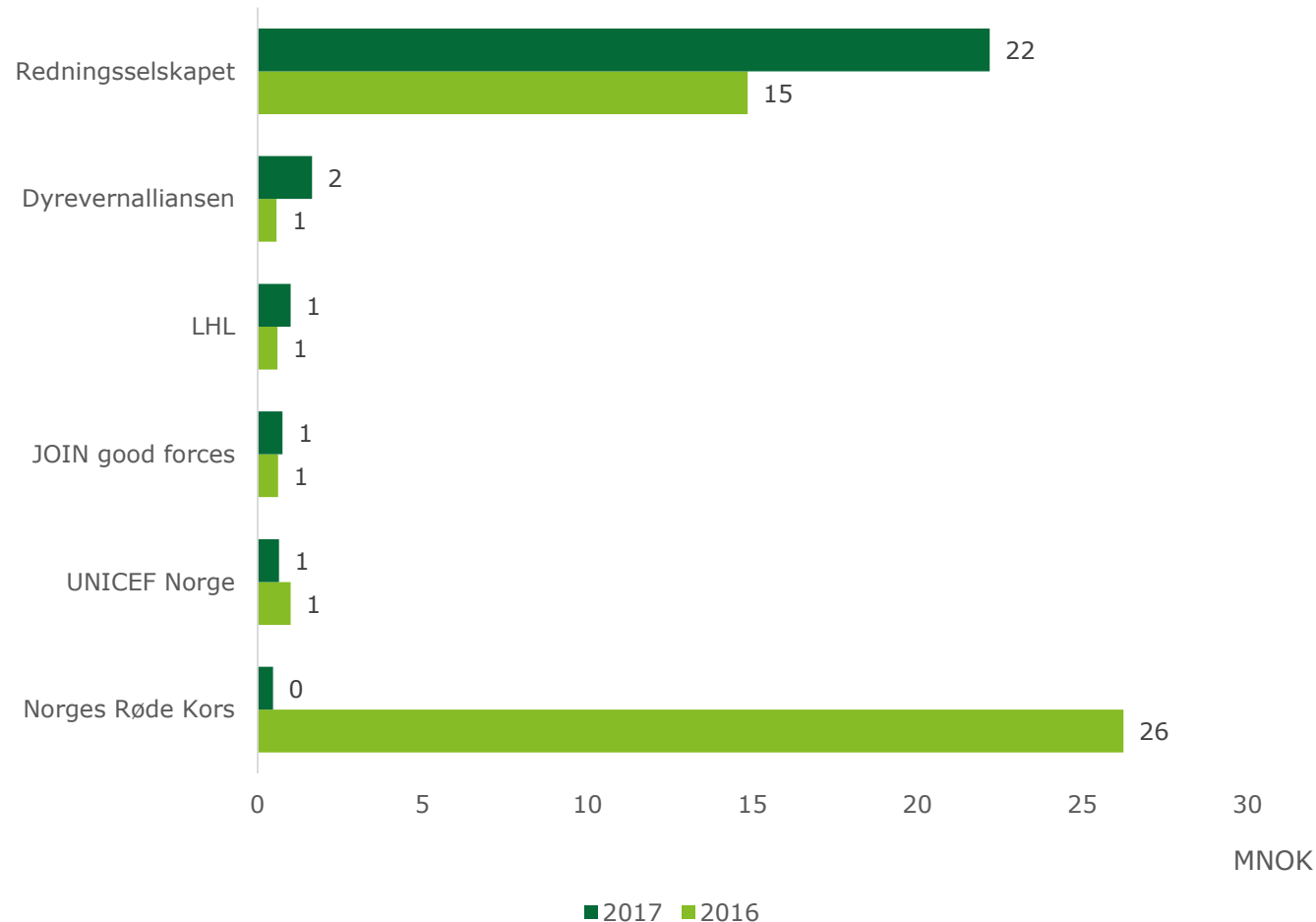
Inntekter fra «major donors»

«Major donors» beskrives som et individ eller en familie som har potensial til å gi en gave som kan ha en vesentlig påvirkning på organisasjonen.

Inntekter fra «major donors» utgjorde 44 MNOK i 2016 og 27 MNOK i 2017. Totalt har det vært en nedgang på 41 prosent i inntekter fra «major donors». Dette kan i stor grad forklares med endringen hos Norges Røde Kors, som har opplyst at de i 2016 fikk en stor enkeltgave på 20 MNOK.

For Redningsselskapet utgjorde inntekter fra «major donors» 22 MNOK og 15 MNOK i henholdsvis 2017 og 2016.

Internasjonalt utgjør inntekter fra «major donors» en vesentlig inntektskilde for mange organisasjoner. I Norge er det relativt få organisasjoner med betydelige inntekter fra «major donors».

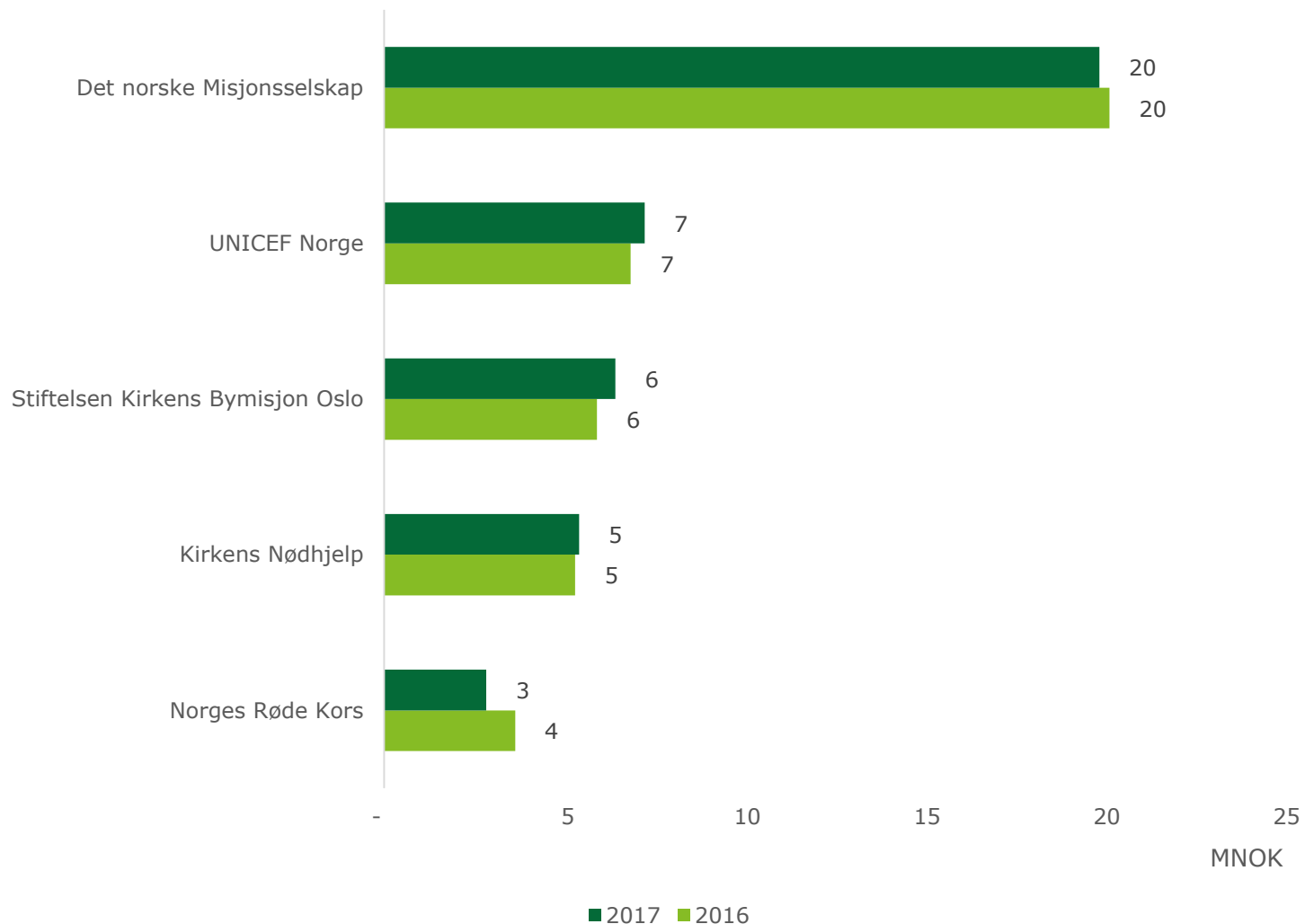


Alternative gaver

Alternative gaver utgjorde i 2017 48,2 MNOK mot 47,6 MNOK i 2016. Det tilsvarer en økning på 1,2 prosent.

Alternative gaver er symbolske gaver, gaver med mening, men også fysiske gaver. Det kan være gaver som ikke er økonomiske overføringer. Et eksempel på alternative gaver kan være middag, hjelp på feltsykehus eller varme tepper.

Inntekter fra alternative gaver har hatt en positiv utvikling fra forrige undersøkelse. Organisasjonene viser et større fokus på alternative gaver enn tidligere.



Øvrige innsamlinger og gaver

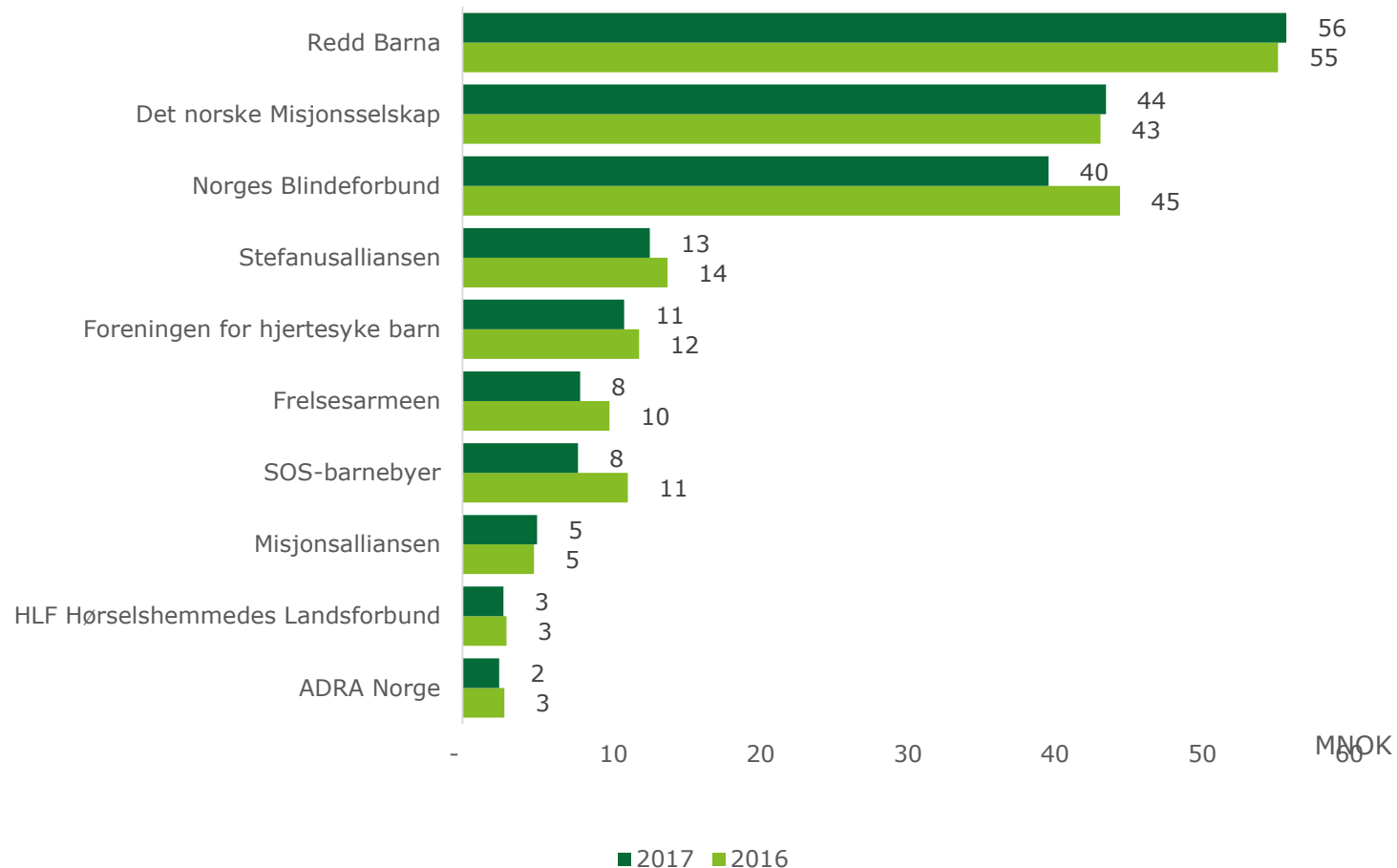
Øvrige innsamlinger og gaver omfatter gaver som ikke faller inn under de øvrige kategoriene, som for eksempel sporadiske gaver. Totale inntekter fra øvrige innsamlinger og gaver utgjorde 194 MNOK i 2017 og 206 MNOK i 2016.

Dette er en reduksjon på 5,8 prosent. Førrige undersøkelsen viste økning.

Redd Barna oppgir høyest inntekt fra øvrig innsamling og gaver i 2017 på 56 MNOK. Dette utgjør seks prosent av Redd Barna sine totale inntekter.

Kun fire av de 16 som har svart at de har inntekter fra øvrig innsamling og gaver har hatt en økning, mens resten har hatt en nedgang.

Det ser derfor ut til å være en negativ trend for øvrige innsamlinger og gaver.



Medlemsinntekter

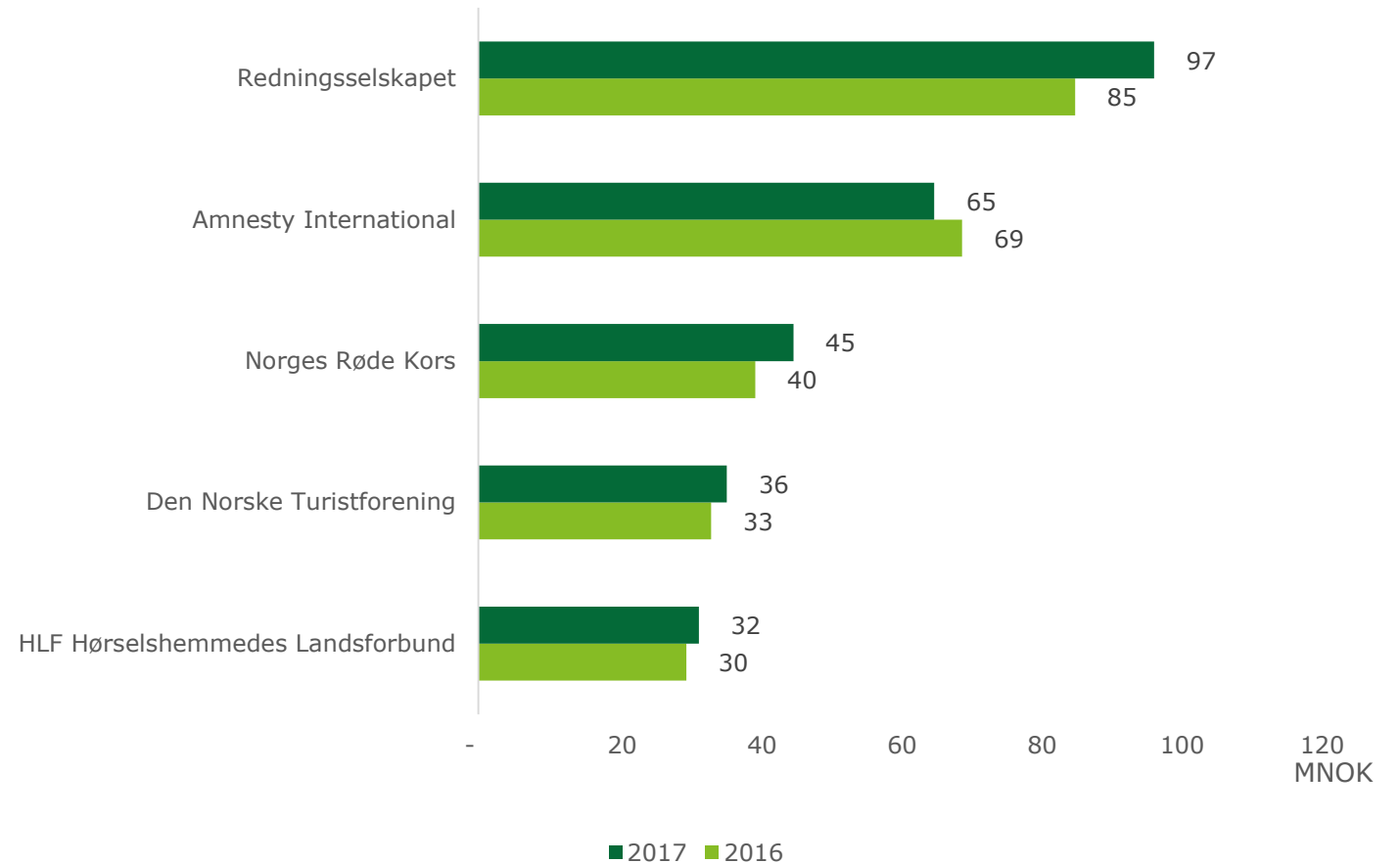
Medlemsinntekter er kontingenter og lignende for medlemskap i organisasjonene.

Årets undersøkelse viser at medlemsinntekter utgjør 3,1 prosent av totale inntekter i 2017 og 3,2 prosent i 2016.

Ved å se på medlemsinntektene justert for Stiftelsen Norsk Luftambulansen har medlemsinntektene hatt en økning fra 345 millioner i 2016 til 366 millioner i 2017.

Inntektsøkningen fra medlemsinntekter har vært på seks prosent. Organisasjonene får stadig flere medlemmer.

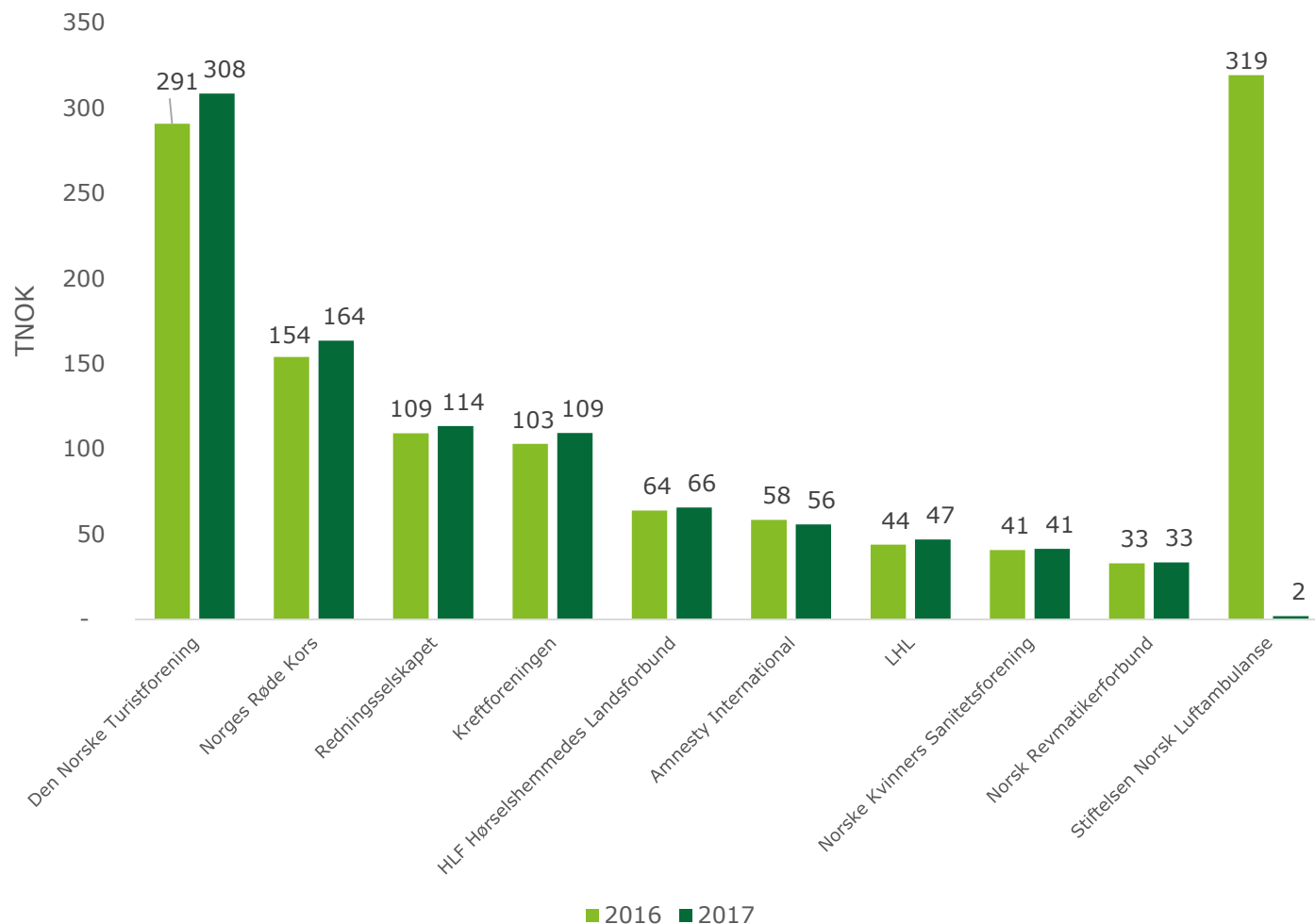
Oversikten viser de fem organisasjonene med høyest medlemsinntekter.



Antall medlemmer

Antall medlemmer har økt med 3,6 prosent. Dette innebærer en økning i gjennomsnittsbeløpet som genereres per medlem siden medlemsinntektene har økt med 6 prosent. Gjennomsnittlig inntekt per medlem utgjør 330 kroner i 2016 og 338 kroner i 2017 som gir en økning på 2,3 prosent.

LHL og Norges Røde kors har hatt størst prosentvis økning i antall medlemmer med henholdsvis 6,9 prosent og 6,2 prosent.



*Stiftelsen Norsk Luftambulans har konvertert alle støtte-medlemmer til fastgivere i løpet av 2017, og dette gjør derfor et stort utslag sammenlignet med fjoråret.

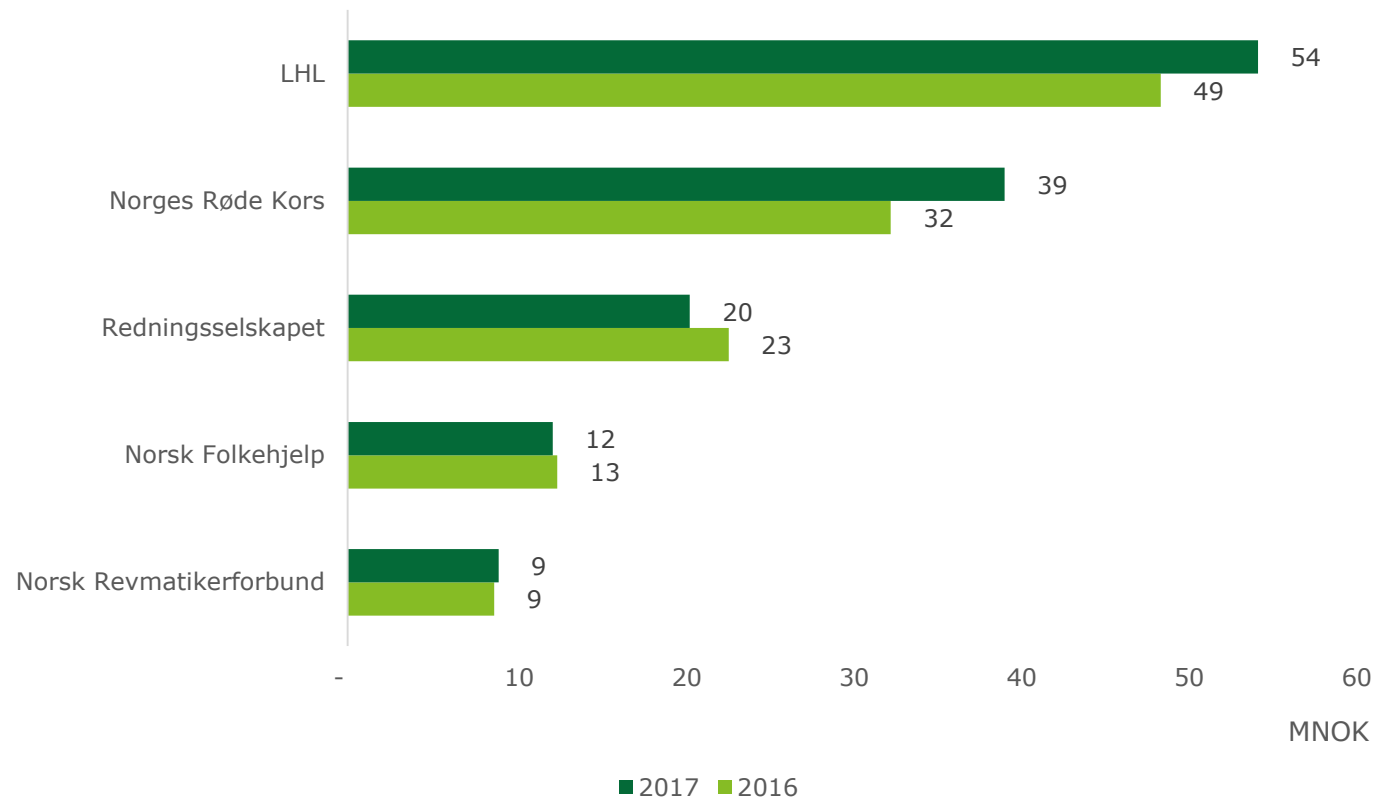
Øvrige inntekter

Inntekter fra egne lotterier og spill

De samlede inntektene fra egne lotterier og spill er 170 MNOK i 2017 og 163 MNOK i 2016. Det tilsvarer en økning på fire prosent.

LHL og Norges Røde Kors' inntekter fra egne lotterier og spill står for omtrent halvparten av de totale inntektene fra denne kategorien.

Norges Røde Kors' årlige inntekt fra Pantelotteriet har steget kraftig siden starten, og utgjorde hele 37 millioner kroner av de 39 millioner kronene de samlet inn i 2017.



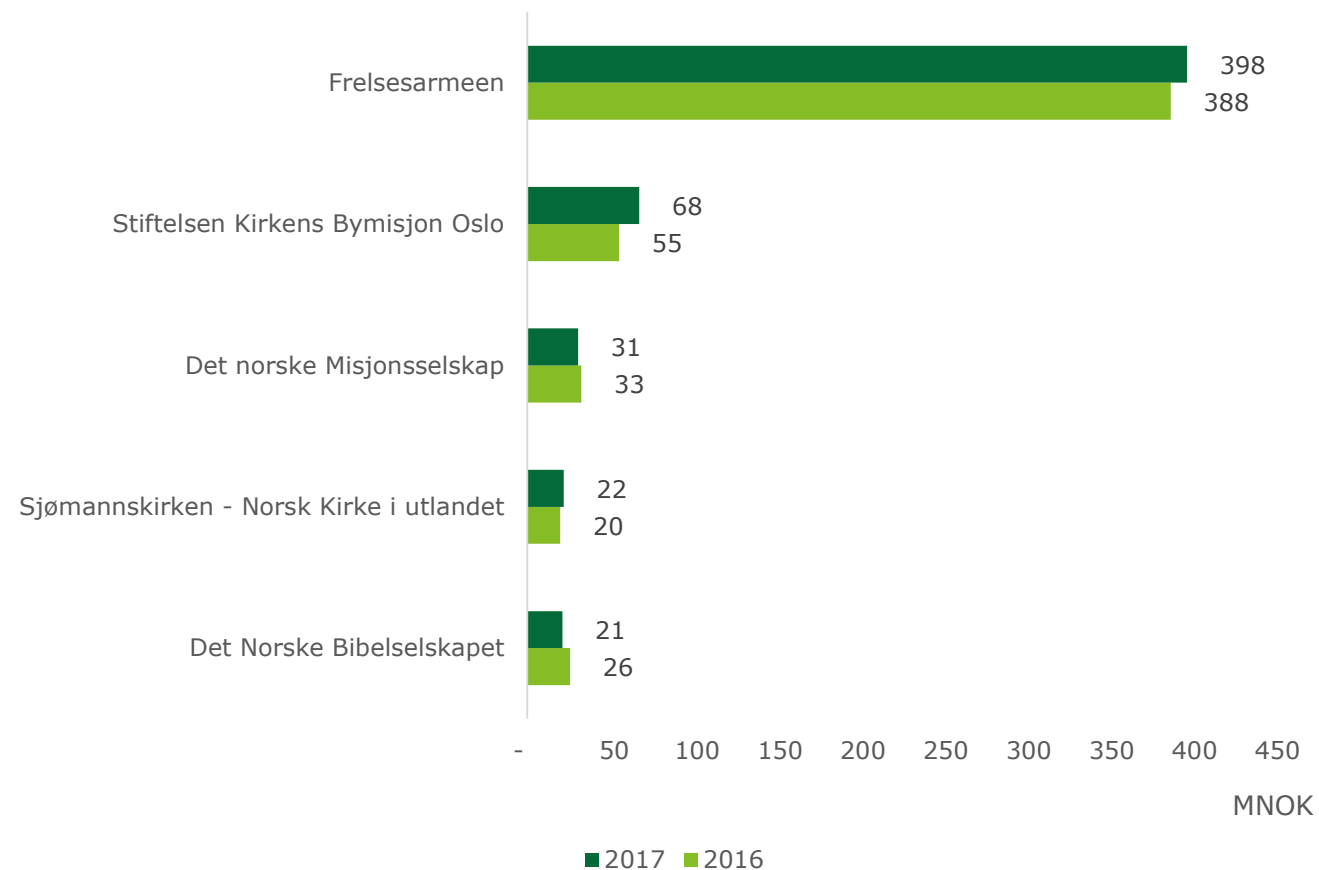


Inntekter fra salg av varer og tjenester

Inntekter fra salg av varer og tjenester har økt med 3,6 prosent, fra 605 MNOK i 2016 til 627 MNOK i 2017.

Andelen inntekter fra salg av varer og tjenester i forhold til totale inntekter er forholdsvis stabil mellom 2016 og 2017, og utgjør fire prosent av totale inntekter.

Frelsesarmeen rapporterer om de høyeste inntektene fra salg av varer og tjenester. Inntektene er på henholdsvis 398 MNOK og 388 MNOK i 2016. Det utgjør 23 prosent av de totale inntektene til Frelsesarmeen.





Oversikt over organisasjonene som besvarte undersøkelsen

ADRA Norge
Amnesty International
Barnekreftforeningen
Barnevakten
CARE Norge
Den Norske Turistforening
Det Norske Baptistsamfunn
Det Norske Bibelselskapet
Det norske Misjonsselskap
Dyrevernalliansen
Evangelisk Orientmisjon
Flyktninghjelpen
Foreningen for hjertesyke barn
Frelsesarmeen
Greenpeace
HimalPartner
HLF Hørselshemmedes Landsforbund
JOIN good forces
Kirkens Nødhjelp
Kirkens SOS i Norge
Kolibri - Children At Risk Foundation
Kreftforeningen
Kronprinsparets Fond
Landsforeningen uventet barnedød
Stiftelsen Norsk Luftambulanse

LHL
MA - Rusfri Trafikk
Misjon Uten Grenser
Misjonsalliansen
Nasjonalforeningen for folkehelsen
Naturvernforbundet
Norges Blindeforbund
Norges Handikapforbund
Norges Miljøvernforbund (NMF)
Norges Parkinsonforbund
Norges Røde Kors
Norsk Folkehjelp
Norsk Luthersk Misjonssamband
Norsk Revmatikerforbund
Norske Kvinners Sanitetsforening
Plan International Norge
Redd Barna
Redningsselskapet
Right To Play
Sjømannskirken - Norsk Kirke i utlandet
Skandinavisk Barnemisjon
SOS-barnebyer
Stefanusalliansen
Stiftelsen Kirkens Bymisjon Oslo
Stiftelsen Signo

Stine Sofies Stiftelse
Strømmestiftelsen
Sykehusklovnene
Syvendedags Adventistkirken
Søndagsskolen NORge
UNICEF Norge
Velferdsalliansen, EAPN Norge
WWF Verdens naturfond

Kontakt oss

Skulle det være spørsmål i forbindelse med rapporten eller undersøkelsen, vennligst kontakt:

Grete Elgåen: 900 43 722 (gelgaaen@deloitte.no)

Celine Tyssen Walstad: 408 859 80 (cwalstad@deloitte.no)

Sara Svela: 986 68 939 (ssvela@deloitte.no)

Organisasjoner og Foreninger

Innen bransjegruppen for organisasjoner har Deloitte samlet revisorer, konsulenter og advokater. Til sammen utgjør vi drøyt 70 personer på landsbasis. Vi følger med når det skjer vesentlige endringer i organisasjonenes rammebetingelser. Deloitte har betydelig kompetanse og relevant erfaring fra frivillige organisasjoner.

Spesialisering og erfaring gir oss muligheten til å tilby service av høy kvalitet, ved at vi på teamet:

- Forstår særskilte utfordringer og behov
- Har kunnskap om beste praksis og leverer løsningsorienterte tjenester
- Holder oss og våre klienter orientert om endringer

www.deloitte.no



Deloitte AS and Deloitte Advokatfirma AS are the Norwegian affiliates of Deloitte NWE LLP, a member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.no for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte Norway conducts business through two legally separate and independent limited liability companies; Deloitte AS, providing audit, consulting, financial advisory and risk management services, and Deloitte Advokatfirma AS, providing tax and legal services.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our network of member firms in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte's approximately 264,000 people make an impact that matters at www.deloitte.no.