TILLIT OCH FÖRDOM

En undersökning om allmänhetens inställning till ideella organisationer

2018



pwc

FRII
FRIVILLIGORGANISATIONERNAS INSAMLINGSRÅD

Förord

För femte året tar FRII och PwC i samarbete fram kunskap för att ge bättre insikt om förutsättningar, verklighet och framtid för finansieringen av civilsamhället i stort och gåvofinansiering specifikt.

I år har vi valt att göra en serie om fyra rapporter för att få möjlighet att gå mer på djupet inom ett antal viktiga områden. Denna rapport är den första i serien och handlar om allmänhetens uppfattning om ideella organisationer med tonvikt på organisationer som samlar in gåvor.

Allmänheten är den sektor i samhället som bidrar mest till ideella organisationer. De är dels via gåvor, medlemsavgifter och köpta tjänster troligen den största finansiären, dels förser allmänheten den ideella sektorn med hundratusentals helårstjänster ideellt arbete.

Deras uppfattningar generellt om sektorn och specifikt om givande är viktig kunskap för hur organisationer ska kunna motivera till ökat givande. Och ett ökat givande är en av flera viktiga faktorer för att skapa engagemang och breddad finansiering för civilsamhället.

Övriga rapporter kommer att beröra insamlingsstatistik och gåvogivande 2017, finansiering av civilsamhället i stort samt organisationernas uppfattning om framtida utvecklingsmöjligheter och utmaningar.

Tillsammans bildar rapporterna en kunskapsbas som organisationer, beslutsfattare, företag och andra intressenter har nytta av för att bättre förstå förutsättningarna för finansiering av ideell verksamhet. Vi hoppas på detta sätt bidra till den ideella sektorns utveckling i samklang med omvärlden och de förändringar som ständigt pågår.

Vår förhoppning är också att fler ska intressera sig för att bidra till att bygga upp kunskap om civilsamhället och dess förutsättningar. Vi är övertygade om att faktabaserade beslut bidrar till att bygga ett hållbart samhälle.

Charlotte Rydh
Generalsekreterare
FRII

Johan Sverker
Senior rådgivare, Ideell sektor
PwC

Kontakt

Rapporten är ett samarbete mellan FRII och PwC.
Rapportförfattare är Linda Jacobsson, projektledare analys och intressepolitik på FRII.

Kontakta oss gärna

FRII

Charlotte Rydh, generalsekreterare
tel. 08-661 22 93
e-post: charlotte@frii.se

Linda Jacobsson, projektledare analys och intressepolitik
tel. 08-661 22 91
e-post: linda@frii.se

PwC

Johan Sverker, senior rådgivare, Ideell sektor
tel. 010-213 39 17
e-post: johan.sverker@pwc.com

Kort om undersökningen

Med hjälp av Novus har FRII och PwC för femte året undersökt allmänhetens inställning till ideella organisationer och deras syn på givande.

Vissa av frågorna har ställts på samma sätt över åren vilket innebär att vi kan se förändringar över tid. Några frågor är nya och kommer att kunna utvärderas i kommande rapporter. Syftet med undersökningen är att få kunskap om allmänhetens syn på givande, och hur aspekter som förtroende och attityder ser ut nu jämfört med tidigare års studier.

Målgruppen för undersökningen är den svenska allmänheten i åldersgruppen 18-79 år. Undersökningen är genomförd i Novus riksrepresentativa Sverigepanel som är slumpmässigt rekryterad. Undersökningen har genomförts som en webbenkät under perioden 18-23 januari 2018.

Totalt omfattar undersökningen 1011 intervjuer. Deltagarfrekvensen är 59 procent.

Innehållsförteckning

1. Hur ser givandet ut och förändras det?
   - 1.1 Tre av fyra positiva till ideella organisationer
   - 1.2 Sex av tio har skänkt senaste halvåret
   - 1.3 Vilka är de typiska givarna?
   - 1.4 Vilka är de som inte skänker?
   - 1.5 Tre av tio tror att de kommer att skänka
   - 1.6 Månadsgivande ingenting för yngre
   - 1.7 Givarna har blivit mer generösa
2. Tillit och fördom
   - 2.1 Fyra av tio tror pengarna når fram
   - 2.2 Många tycker organisationerna gör nytta
3. Synen på ideella organisationer är i förändring
   - 3.1 Öppenhet viktigast för förtroendet
   - 3.2 Högre krav på att visa effekt och nytta
   - 3.3 Vad påverkar valet av organisation?
   - 3.4 Sex av tio förväntar sig information
   - 3.5 Många vill ha information om nyttan
4. Hur vill man ge?
   - 4.1 Minnesgåvor populärt sätt att ge
   - 4.2 Få tänker på att testamentera
   - 4.3 Tre av tio vill ge till en väns insamling
   - 4.4 Unga vill att det ska gå snabbt

Sammanfattning

Undersökningen visar att 3 av 4 generellt är positiva till ideella organisationer. Fler är mycket positiva jämfört med tidigare år och de som skänker gåvor uppger att de ger mer än tidigare.

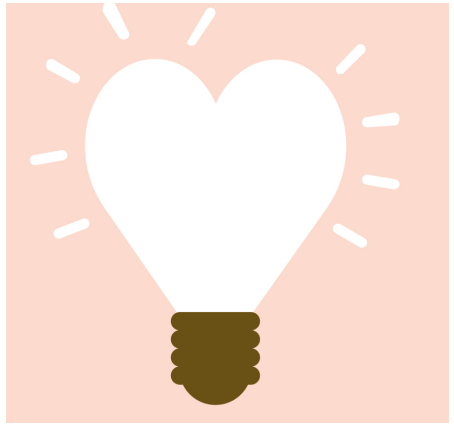
Bland de som anger att de inte har skänkt pengar de senaste 6 månaderna är en majoritet (61%) allmänt positiva till ideella organisationer. En fjärdedel av de som inte ger är till och med mycket positiva.

Även om man kan skönja en förtroendeklyfta* mellan ”genomsnittssvensken” och en minoritet av befolkningen verkar människor generellt ha en positiv inställning till ideella organisationer.

4 av 10 har förtroende för att pengarna når fram till ändamålen. Däremot är det betydligt fler (6 av 10) som litar på att organisationerna gör nytta.

Den viktigaste faktorn för att givarna ska känna förtroende är att organisationen är öppen med hur verksamheten bedrivs.

Det finns en stor skillnad mellan hur de äldre och yngre generationerna ser på vilka andra faktorer som är viktiga för att man ska känna förtroende för en ideell organisation. För 65-79-åringarna är det viktigt att organisationen har 90-konto (62%), att jämföra med 16% av 18-29 åringarna. Hälften av 18-29 åringarna tycker istället att det är viktigt att organisationen redovisar hur pengarna som skänks används.



3 av 4 är positiva till ideella organisationer



*Här syftar vi på den förtroendeklyfta mellan ”genomsnittssvensken” och en minoritet som med jämna mellanrum lyfts upp i debatten och i flera undersökningar. Se ex. Holmberg, Sören & Rothstein, Bo (2015) ”Hög mellanmänsklig tillit i Sverige – men inte bland alla”; och Dahlström, Carl, Johannes Lindvall & Bo Rothstein 2013. “Corruption, Bureaucratic Failure and Social Policy Priorities.” *Political Studies* 61 (3).

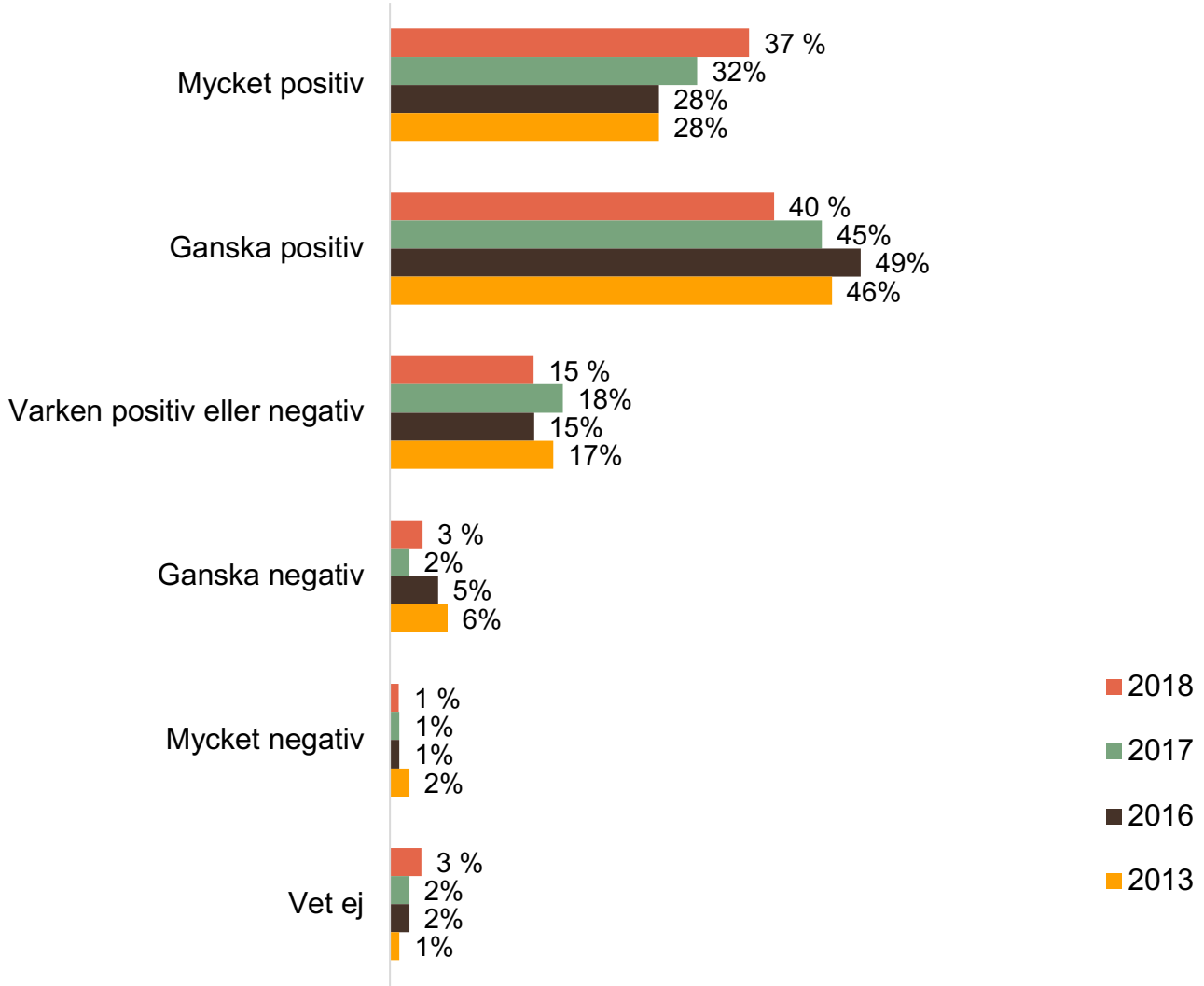
1. Hur ser givandet ut och förändras det?

1.1 Tre av fyra positiva till ideella organisationer

Fråga: ”Vad är din allmänna inställning till ideella organisationer?”

Den positiva inställningen till ideella organisationer håller i sig: 3 av 4 ställer sig positiva.

- Andelen mycket positiva har ökat med 5% jämfört med 2017 (från 32% till 37%).
- Högutbildade och kvinnor är de grupper som i högst grad ställer sig positiva (86% respektive 81% anger att de är mycket eller ganska positiva).



Fråga: ”Vad är det som gör att du har en positiv inställning till ideella organisationer?”



Många av de som är positivt inställda lyfter upp värdet av engagemanget och att arbetet utförs ”med hjärta”. Många tycker också att ideella organisationer fyller en viktig funktion i samhället där det offentliga inte räcker till.

Fråga: ”Vad är det som gör att du har en negativ inställning till ideella organisationer?”



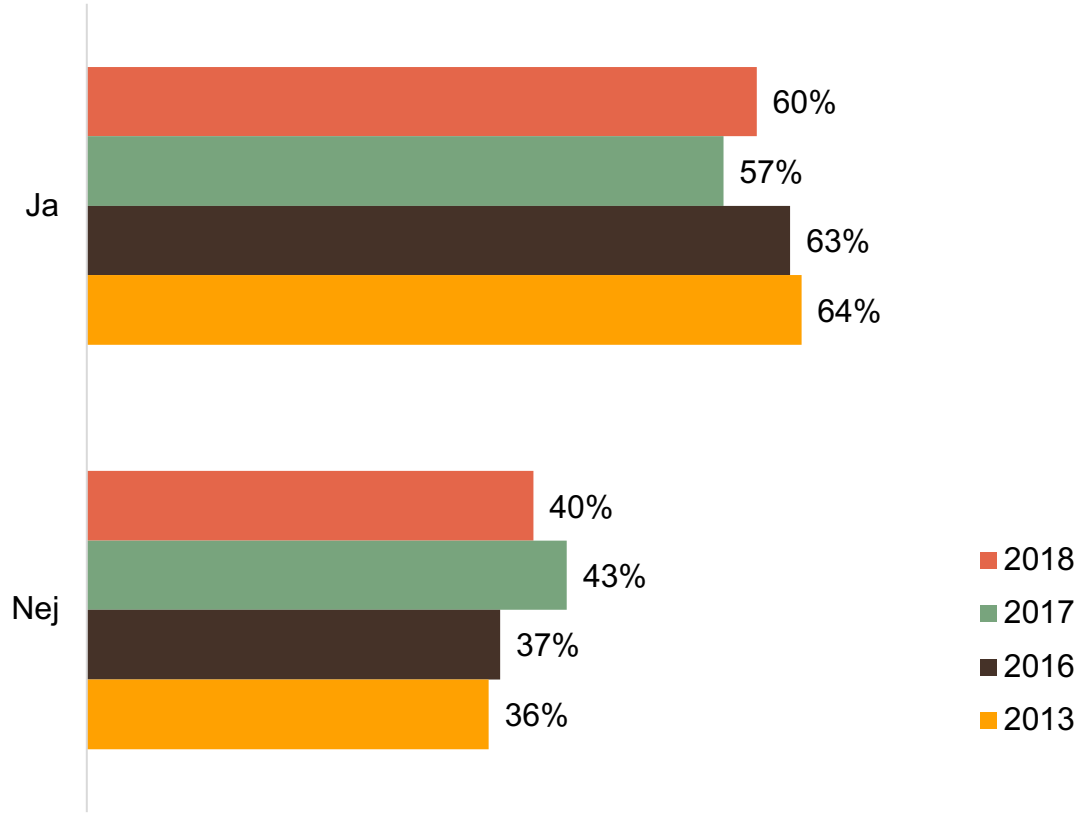
Bland de som är negativt inställda finns en misstänksamhet att organisationerna luras och fuskar. Vissa tycker också att det finns en vänsterpolitisk agenda. Många ur den här gruppen lyfter upp att för mycket pengar går till administration och höga chefslöner och att pengarna inte når fram till ändamålen.

1.2 Sex av tio har skänkt senaste halvåret

Fråga: ”Har du under de senaste sex månaderna skänkt pengar till en ideell organisation?”

6 av 10 uppger att de har skänkt pengar det senaste halvåret, vilket är i nivå med hur givandet har sett ut de senaste åren. Att andelen givare inte ökat de senaste åren tyder på att organisationerna inte lyckas engagera nya givare.

Det finns ett samband mellan allmän inställning till ideella organisationer och viljan att skänka pengar. De grupper som i högre grad har en positiv inställning till ideella organisationer visar också generellt större vilja att skänka pengar, och vice versa. Av de som har skänkt pengar det senaste halvåret är 88% positiva till ideella organisationer.

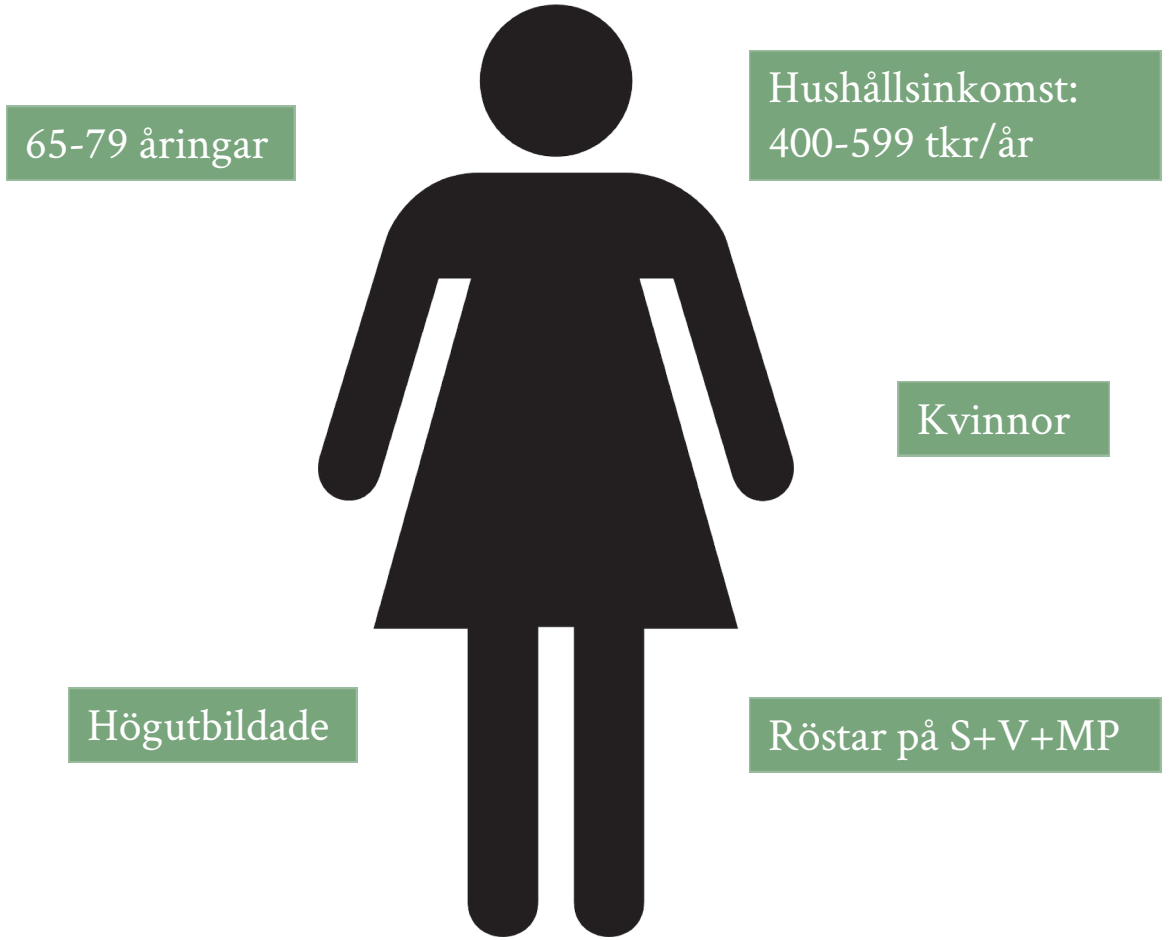


1.3 Vilka är de typiska givarna?

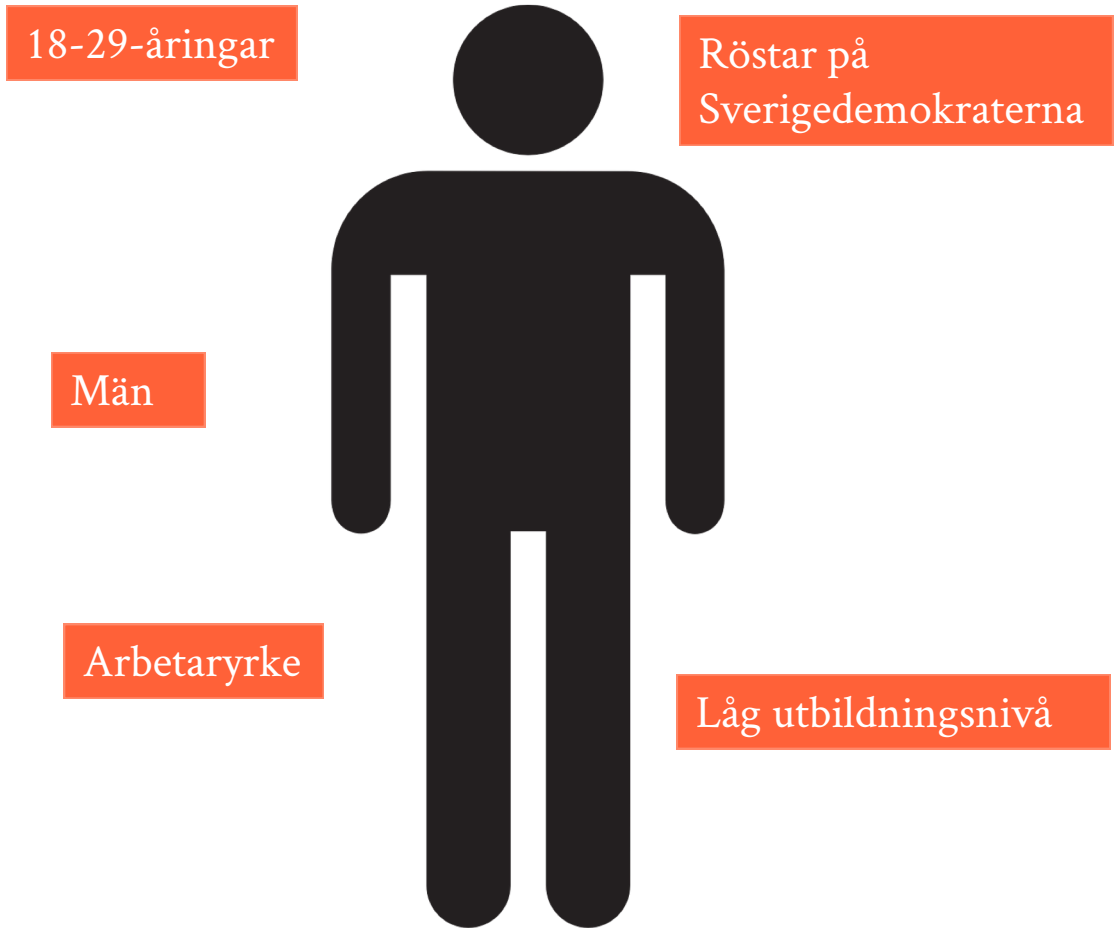
De grupper som i högre utsträckning skänker pengar till ideella organisationer jämfört med andra grupper, är kvinnor, personer mellan 65-79 år, högutbildade och röstar på Socialdemokraterna, Vänsterpartiet eller Miljöpartiet.

- 72% av pensionärerna har skänkt pengar senaste halvåret, jämfört med 54% av de med arbetaryrken.
- 64% av kvinnorna har skänkt jämfört med 56% av männen.
- Högutbildade skänker också i större utsträckning än de med lägre utbildningsnivå. 71% av de med universitetsutbildning har skänkt det senaste halvåret, jämfört med 51% av de som har grundskoleutbildning.
- Personer med en årlig hushållsinkomst på 400-599 tkr eller mer svarar oftare att de har skänkt pengar (68%).

Många av de som är positivt inställda lyfter upp värdet av engagemanget och att arbetet utförs ”med hjärta”. Många tycker också att ideella organisationer fyller en viktig funktion i samhället där det offentliga inte räcker till.



1.4 Vilka är de som inte skänker?



Den grupp som i låg utsträckning skänker pengar till ideella organisationer jämfört med andra grupper är yngre män i 18-29 årsåldern som har ett arbetaryrke. Personer som röstar på Sverigedemokraterna är den väljargrupp som i minst utsträckning skänker. Drygt 3 av 10 SD-väljare har skänkt det senaste halvåret. SD-väljare är också den av alla väljargrupper som har lägst förtroende för att pengarna når fram.

Tittar man på frisvaren till frågan om vad det är som gör att man har en negativ inställning till ideella organisationer får vi några ledtrådar till varför. Bland de som är negativt inställda finns en misstänksamhet att organisationerna luras och fuskar. Många ur den här gruppen lyfter upp att för mycket pengar går till administration och höga chefslöner och att pengarna inte når fram till ändamålen.

Att det finns en uppfattning att lönenivåer och administrations-kostnader bidrar till att gåvor inte når fram är visserligen känt sedan tidigare men svaren i undersökningen visar att insamlande organisationer måste bli bättre på att förtydliga varför både avlönad personal och administrativa stödsystem är viktiga pusselbitar för att öka organisationens effektivitet och förmåga att göra insatser.

1.5 Tre av tio tror att de kommer att skänka

Av de som inte har skänkt pengar det senaste halvåret tror ändå 3 av 10 att de kommer göra det under 2018. När samma fråga ställdes 2017 uppgav även då 3 av 10 av de som inte skänkt att de trodde att de skulle skänka under det kommande året. Eftersom andelen som skänkt pengar det senaste halvåret inte har ökat jämfört med 2017 verkar det dock inte som att denna tanke omsatts i praktiken.

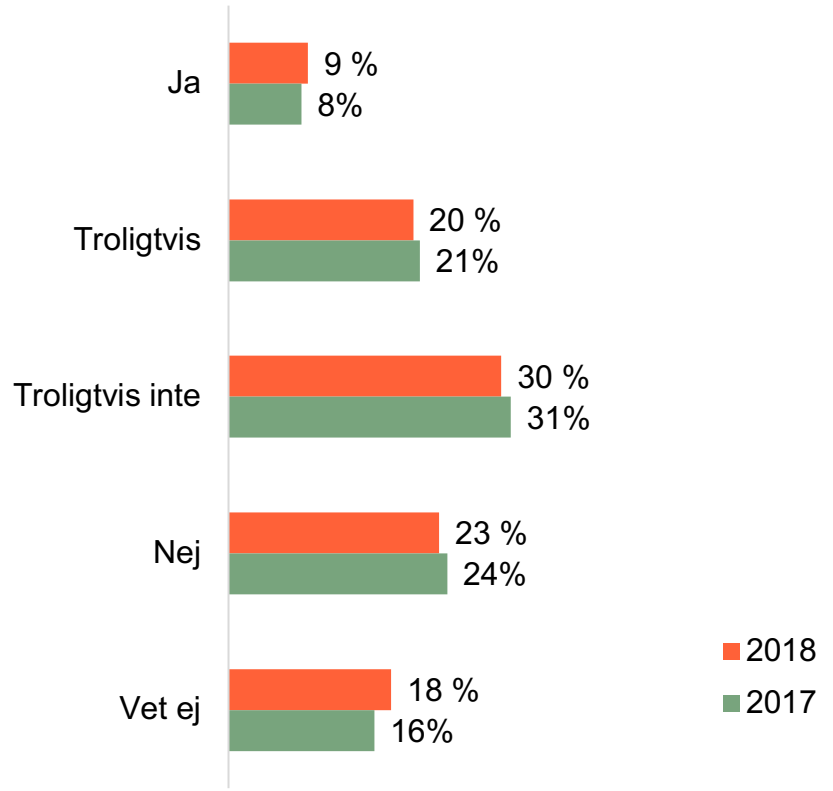
Bland de som inte skänkt men tror att de kommer göra det under 2018 är majoriteten yngre personer och kvinnor. Framförallt är det den yngre åldersgruppen som i högre grad tror att de kommer att ge.

Med tanke på att den gruppen i högre grad också svarar att de inte har skänkt pengar det senaste halvåret kan detta ses som ett tecken på att givarvilja och engagemang trots allt finns. Men att det egna givandet av olika anledningar ännu inte är så stort som de skulle önska eller att de sätt att skänka pengar som erbjuds inte passar dem.

Av de som uppger att de inte har skänkt pengar de senaste 6 månaderna är ändå en majoritet (61%) allmänt positiva till ideella organisationer.

En fjärdedel av de som inte ger är till och med mycket positiva. Det kan vara så att denna grupp är positiva till andra typer av ideella organisationer än de som upplevs samla in pengar. Man kan tänka sig att det finns en potential att ”vinna över” de som är allmänt positiva, men som inte har för vana att skänka pengar. Tittar man på hur gruppen som inte har skänkt pengar det senaste halvåret har svarat på andra frågor handlar det dock till stor del om att de inte har förtroende för att pengarna når fram till ändamålen. Så för att vinna över de som inte ger behöver organisationerna arbeta för att öka detta förtroende.

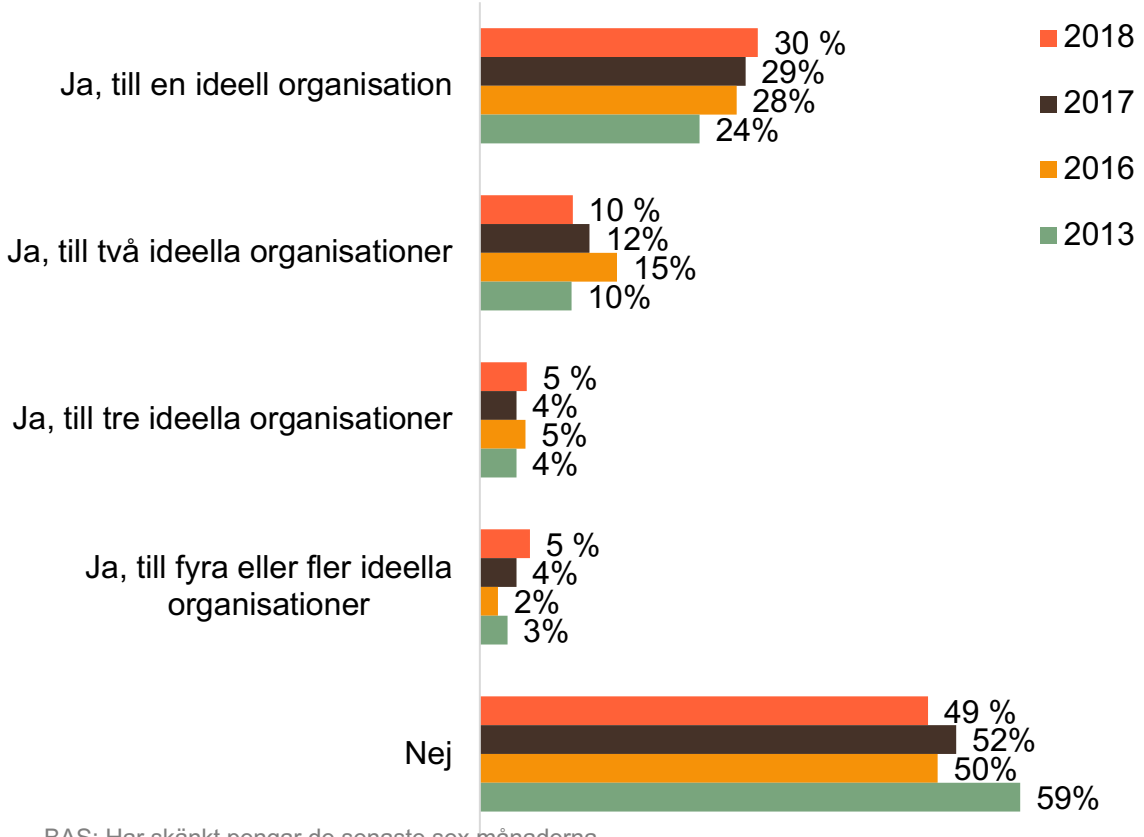
Fråga: ”Tror du att du kommer att skänka pengar/ ge en gåva till en ideell organisation under 2018?”



BAS: Har inte skänkt pengar de senaste sex månaderna 2018.

1.6 Månadsgivande ingenting för yngre

Fråga: ”Skänker du idag pengar månadsvis, via exempelvis autogiro, till någon ideell organisation?”



BAS: Har skänkt pengar de senaste sex månaderna.

Hälften av de som har skänkt pengar det senaste halvåret är månadsgivare.

Andelen månadsgivare har ökat något, men vi ser inga signifikanta skillnader jämfört med förra året. Den typiska månadsgivaren är 30-49 år (59%), universitetsutbildad (57%) och bosatt i Stockholm (60%), alternativt Mellansverige (58%). Månadsgivandet har också ett positivt förhållande till hur stor den årliga hushållsinkomsten är.

Detta är att jämföra med gruppen 18-29 år där endast 34% av de som ger gör det regelbundet. Den låga andelen yngre månadsgivare är i nivå med tidigare års mätningar och ser ut att vara en tydlig trend.

Till skillnad från 30-49-åringarna har de flesta yngre inte etablerat sig på arbetsmarknaden och har därför oregelbundna eller låga inkomster, vilket skulle kunna minska intresset för att göra ett månatligt åtagande. Det kan också bottna i att den yngre generationen är mer intresserade av att bidra till olika frågor eller kampanjer än att vara lojala mot en viss organisation.

1.7 Givarna har blivit mer generösa

Fråga: ”Ungefär hur mycket uppskattar du att du har skänkt till ideella organisationer de senaste sex månaderna?”

	2018	2017
I snitt har de som skänkt pengar de senaste månaderna skänkt:	Medelvärde: 1375 kr	Medelvärde: 1136 kr
Det värde som kommer i mitten i storleksordning av alla summor är:	Median: 600 kr	Median: 600 kr



1 583 kr 1 173 kr

Män uppger att de skänker **33%** mer än kvinnor.

De som har skänkt pengar under det senaste halvåret uppger att de under den perioden skänkt i genomsnitt 230 kronor per månad. Det är 40 kronor mer än vad givarna svarade i 2017 års undersökning.

Män uppger att de skänker ungefär 66 kronor mer än kvinnor, vilket motsvarar en skillnad på 33%. Denna relativt stora skillnad kan delvis vara kopplad till att män generellt har en högre disponibel inkomst än kvinnor.

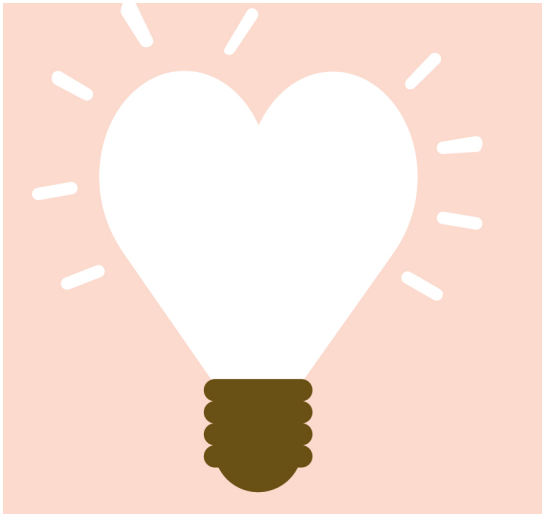
Enligt SCBs siffror från 2016 var skillnaden i medelinkomst mellan kvinnor och män (20-64 år) 25%. Dock är det, som vi sett ovan, fler kvinnor än män som skänker pengar. 64% av kvinnorna uppger att de skänkt pengar det senaste halvåret, jämfört med 56% av männen.

Till skillnad från medelvärdet, som alltså ökat, ligger medianen (mittenvärdet) på 100 kr/månad för både kvinnor och män, ett värde som har varit stabilt under flera år. Om båda siffrorna stämmer kan det tolkas som att medelvärdet har ökat på grund av att ett mindre antal givare ger större belopp, medan den vanligaste gåvan inte förändrats i samma takt.

De som skänker mest är högutbildade och högavlönade personer som arbetar inom tjänstesektorn, och är i 30-49 årsåldern.

De som är gifta skänker betydligt mer (26%) än de som är sambo eller som bor ensamma.

De som skänker störst belopp bor inte i storstäderna utan i övriga landet.



Män uppger att de skänker ungefär 66 kronor mer än kvinnor, vilket motsvarar en skillnad på 33%.

2. Tillit och fördom

Blandade uppfattningar hos olika grupper
om ideella organisationernas arbete

2.1 Fyra av tio tror pengarna når fram

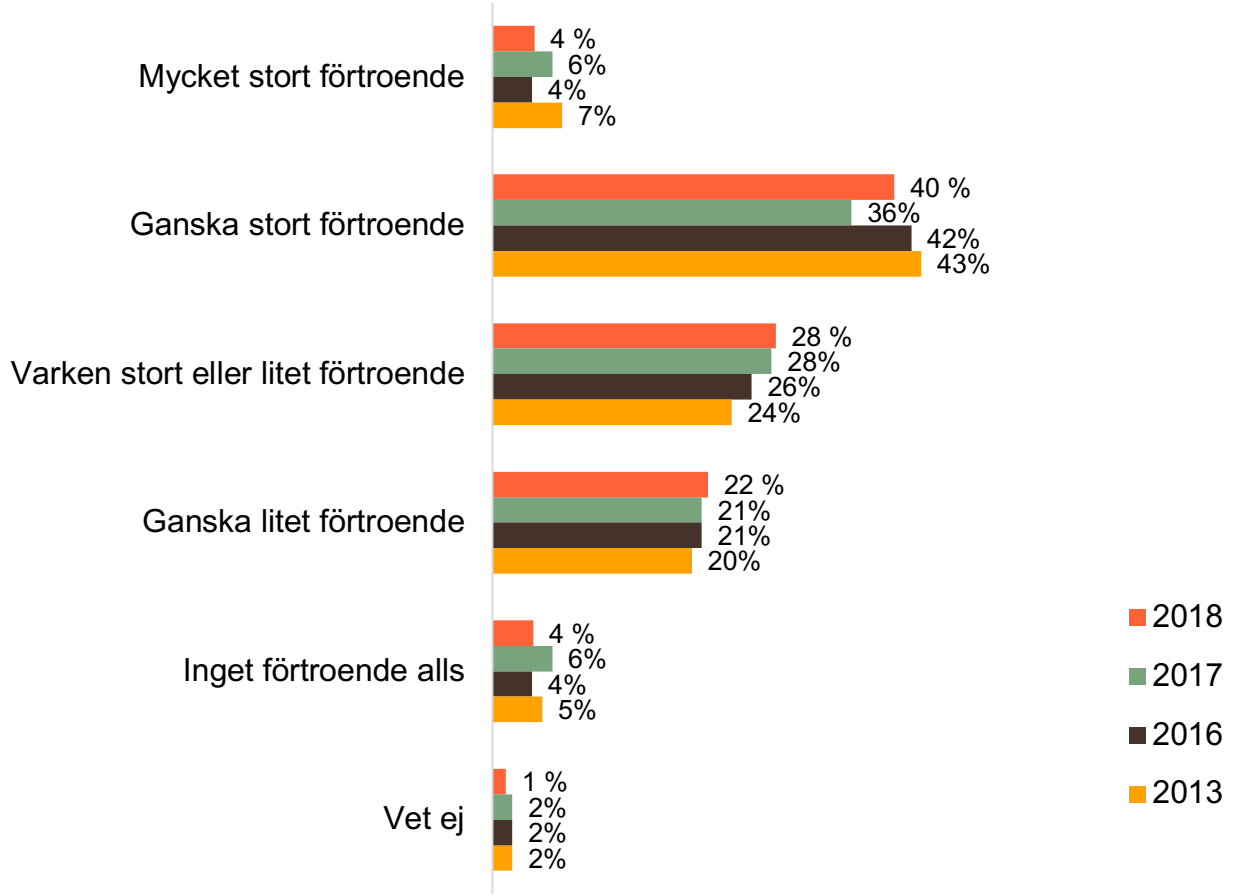
Fråga: ”Hur stort eller litet förtroende har du generellt när det gäller att de pengar som skänks till ideella organisationer når fram till de personer och projekt som de är avsedda för?”

För den som arbetar inom en organisation som samlar in gåvor, brukar en av de vanligaste frågorna från givare och andra vara om ”pengarna når fram”.

Människors uppfattning om att de pengar som skänks når de ändamål (personer och projekt) som de är avsedda för, är en viktig fråga som påverkar människors förtroende och därmed viljan att ge.

I årets undersökning ser vi liksom tidigare år att en fortsatt liten andel, drygt 4 av 10, har förtroende för att pengarna når fram till ändamålen.

Kvinnor har större förtroende för att pengarna når fram jämfört med män (50% av kvinnorna och 39% av männen).



Låginkomsttagare, grundskoleutbildade och personer som röstar på SD har lågt förtroende.

Förtroendet för att pengarna når fram varierar också med utbildningsnivå: ju högre utbildning man har desto större förtroende har man för att pengarna når fram (54% för universitetsutbildade jämfört med 37% för grundskoleutbildade).

Enligt samma mönster har låginkomsttagare, arbetslösa och personer som röstar på Sverigedemokraterna betydligt lägre förtroende för att pengarna når fram till ändamålen än andra grupper.

Detta relativa förhållande är väldigt likt det som SOM-institutet mäter upp i sin undersökning av social (eller mellanmänsklig) tillit. År 2014 var andelen personer med hög social tillit 74% hos högutbildade men bara 47% hos lågutbildade. Samma avvikande låga sociala tillit återfinns även bland arbetslösa, personer med dålig hälsa och utrikes födda.

* Se Sören Holmberg & Bo Rothstein (2015), Hög mellanmänsklig tillit men inte bland alla, s 44-45.

I studien konstaterar författarna Sören Holmberg och Bo Rothstein (2015)* att:

”…vi i Sverige nu har en relativt stor minoritet som förenas av att de inte har samma tilltro till människor i allmänhet som de flesta svenskar och som politiskt förenas av att de inte finner sig till rätta med de etablerade partierna eller ideologierna i Sverige.”

Författarna menar att när det i samhället finns grupper med påtagligt lägre nivåer av social tillit kan det på sikt leda till en negativ spiral och en fortsatt sänkning av den sociala tilliten.

Hur kommer det sig att arbetslösa, låginkomsttagare och SD-väljare inte litar på ideella organisationer? Och vad kan organisationerna göra för att öka förtroendet? Precis som för alla samhällets institutioner är detta frågor som ideella organisationer måste diskutera och förhålla sig till.

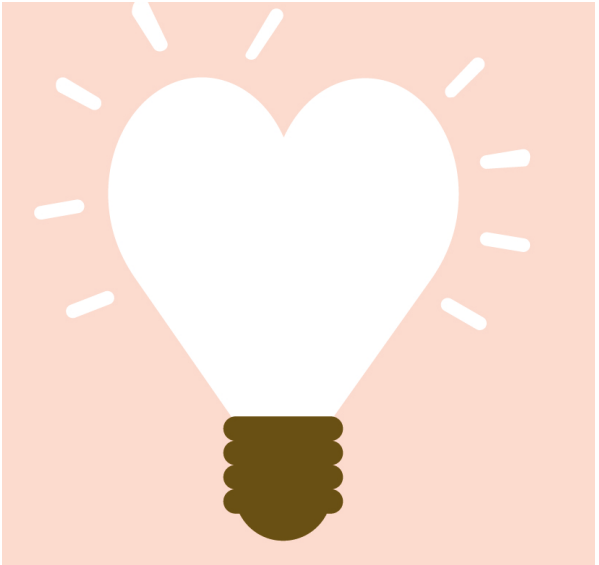
Förtroendet för att pengarna når fram hänger också, föga förvånande, ihop med om man skänker pengar eller inte.

Det är en tydlig skillnad i uppfattning mellan de som uppger att de har skänkt pengar och de som inte gör det. De som har stort eller mycket stort förtroende för att pengarna når de personer/projekt som de är avsedda för, utgörs till största delen av personer som uppger att de har skänkt pengar till någon ideell organisation under de senaste sex månaderna (80%). Bland de som uppger att de har litet eller inget förtroende alls för att pengarna når fram är mönstret det omvända. 66% av de som inte skänkt pengar de senaste sex månaderna svarar att de har lågt eller inget förtroende för att pengarna når fram till ändamålen.

Osäkerheten kring om gåvorna når fram är en uppfattning som har hållit i sig under alla de mätningar som vi har gjort, och förtroendet för att pengarna når fram har även minskat något sedan 2013 (från 50% till 45% år 2018). Osäkerheten bidrar inte till ett ökat givande och ett breddat engagemang i civilsamhället.

Den stora skillnaden i uppfattning mellan de som skänker en gåva och de som inte gör det, visar på utmaningen för insamlande organisationer att nå ut till och kommunicera till de som inte skänker pengar, vilket sannolikt är en mindre mottaglig grupp.

Att så stor andel som 34% av de som skänkt anger att de har lågt förtroende för att pengarna når fram signalerar att organisationerna också måste lägga mer kraft på att bättre redovisa för givarna hur pengarna används. Organisationerna behöver också i större utsträckning förklara varför en viss andel av insamlade medel behöver gå till administration och löner.



De som i större utsträckning har förtroende för att pengarna når fram är också oftare månadsgivare jämfört med de givare som inte skänker regelbundet.

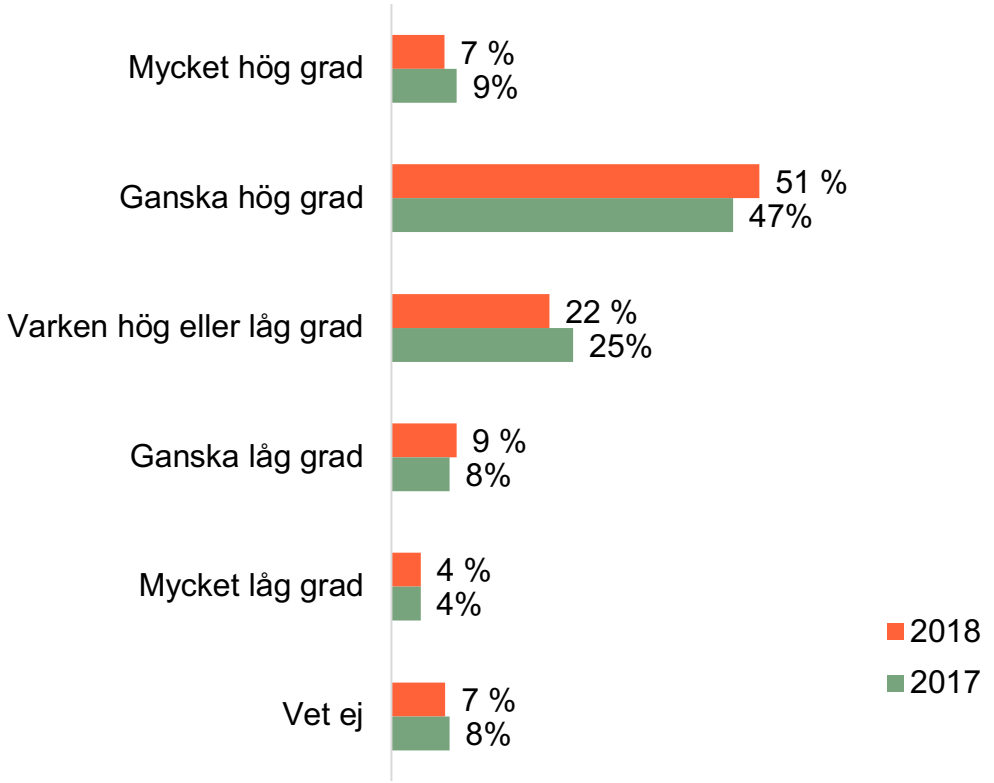
2.2 Många tycker organisationerna gör nytta

Att pengarna når avsedda ändamål och på vägen dit används så effektivt som möjligt är viktiga grundstenar både för att driva en ideell organisations verksamhet och för givares och potentiella givares förtroende. Men det räcker inte. Att visa på effekten av verksamheten är också en faktor som denna undersökning visar har allt större betydelse för givares förtroende och särskilt tycks det gälla för yngre personer. Därför ställer vi en fråga om vilken uppfattning allmänheten har om projekt eller ändamålen som bedrivs av insamlande organisationer gör nytta.

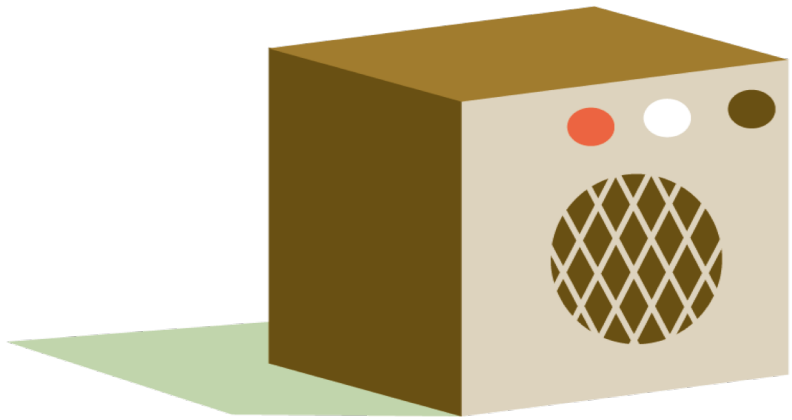
Trots att bara drygt 4 av 10 uppger att de har förtroende för att pengarna når fram bedömer ändå knappt 6 av 10 att organisationerna gör nytta. Det är något fler än i 2017 års mätning. Det vill säga, även om man inte tror att pengarna når fram till de personer och projekt som de är avsedda för så tror man i större utsträckning att organisationerna ändå gör nytta. Här är det ingen stor skillnad mellan män och kvinnor. Liksom i 2017 års undersökning är det den äldsta åldersgruppen (nästan 70% av 65-79 åringarna) och högutbildade (66%) som har högst förtroende för att organisationerna gör nytta.

Det är positivt att fler upplever att organisationerna driver verksamheter som har nytta eller effekt för ändamålet, men andelen skulle kunna vara större. Och den stora osäkerheten kring om pengarna når fram är en signal på att man trots allt inte känner att man har fått tillräcklig information. Det innebär att organisationerna i mycket högre grad behöver fokusera på att lyfta fram effekten av det arbete som görs.

Fråga: ”I vilken grad bedömer du att de projekt/ändamål som ideella organisationer samlar in gåvor till gör nytta, dvs åstadkommer resultat, utveckling eller förändring?”

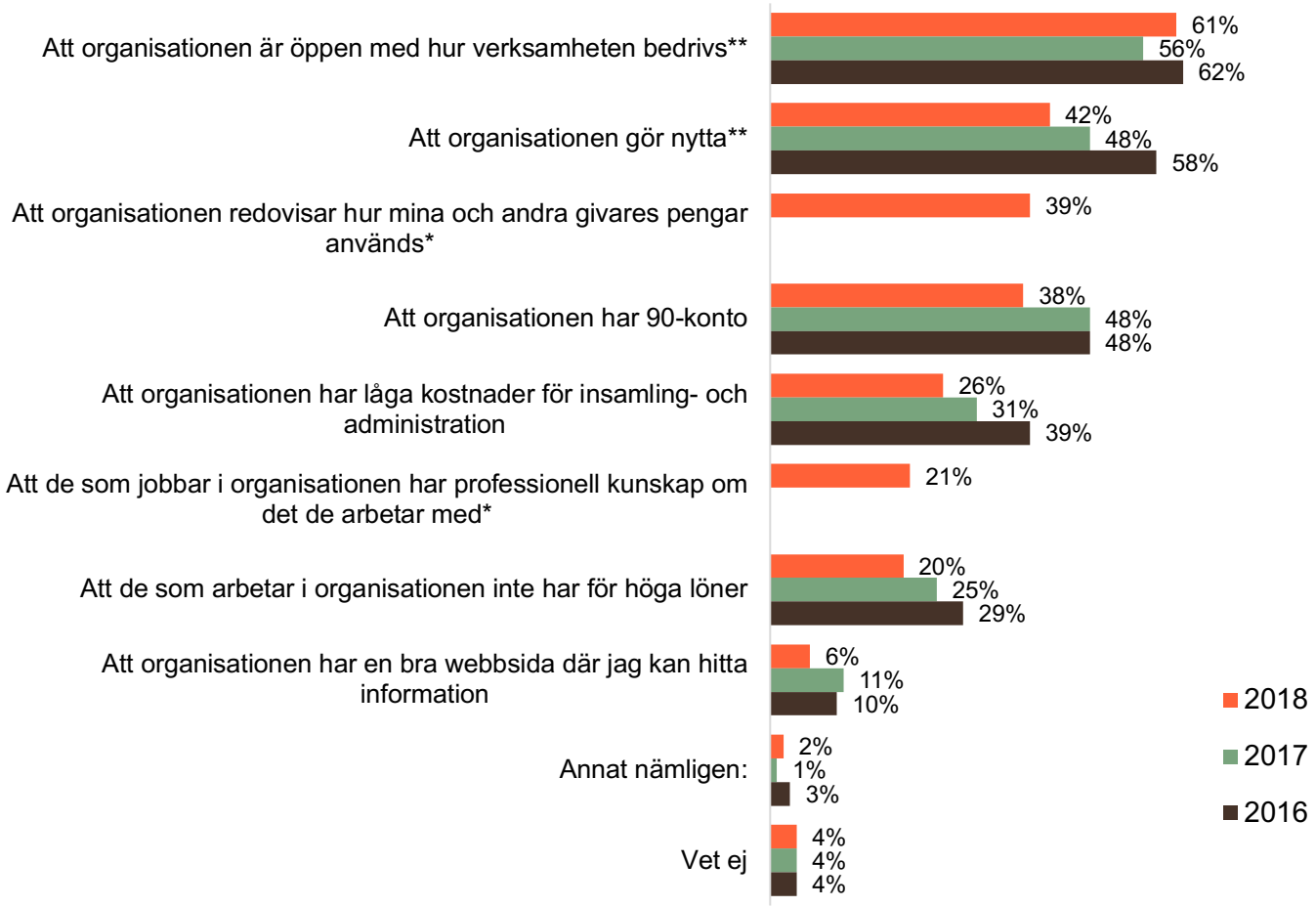


3. Synen på ideella organisationer är i förändring



3.1 Öppenhet viktigast för förtroendet

Fråga: ”Vilka faktorer är viktigast för dig för att du ska känna förtroende för en ideell organisation? Rangordna de tre alternativ du tycker är viktigast.”



För att kunna öka människors förtroende för ideella organisationer är det viktigt att veta vilka faktorer som värderas högst när det kommer till att känna förtroende.

Därför ställer vi också en fråga kring detta där vi bett respondenterna att välja de tre faktorer de anser är viktigast. Det innebär att svaren summerar till mer än 100%.

Vilka faktorer som är viktiga för att man ska känna förtroende varierar mycket beroende på ålder. Men att organisationen är öppen med hur verksamheten bedrivs är den faktor som alla åldersgrupper värderar högt, och totalt sett är det den viktigaste faktorn för att man ska känna förtroende för en ideell organisation. 6 av 10 tycker att öppenhet är viktigt. De yngre är den grupp som värderar öppenhet allra högst: 68% av de som är mellan 18-29 år tycker att det är viktigt för förtroendet, jämfört med 58% bland de som är 50-79-år.

3.2 Förväntningar på att visa effekt och nytta

Stor åldersskillnad i vad man tycker är viktigt för förtroendet.

Ju yngre man är desto mindre håller man med om att det är viktigt att organisationen har 90-konto. Den viktigaste faktorn för att den äldsta åldersgruppen ska känna förtroende är att organisationen har 90-konto (62%), att jämföra med 16% av 18-29 åringarna. Hälften av 18-29 åringarna tycker att det är viktigt att organisationen redovisar hur pengarna används, jämfört med lite över en fjärdedel bland 65-79 åringarna. Att organisationen gör nytta är också betydligt viktigare för att de yngre ska känna förtroende. 6 av 10 bland de yngre, jämfört med 3 av 10 bland de äldre tycker att det är viktigt för förtroendet att organisationen gör nytta.

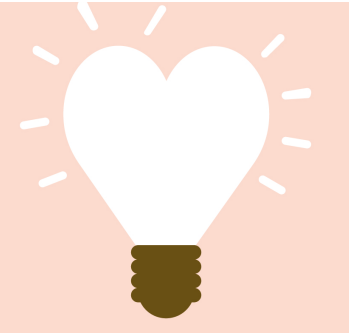
En förklaring skulle kunna vara att de äldre litar på att om organisationerna har 90-konto är det en garant, och då blir det inte så viktigt att organisationerna redovisar för givarna hur pengarna används. För de yngre har inte 90-kontot samma betydelse - de vill istället se med egna ögon hur organisationerna har använt pengarna. De här resultaten är i linje med den megatrend vi ser i Sverige såväl som globalt, att allt större vikt läggs vid att organisationerna kan redovisa vilken effekt och nytta de bidrar till för ändamålen. I dagens informationssamhälle räcker det inte längre att det finns kontrollorgan som ska garantera att organisationerna gör nytta.

* Se Pamela Davidsson och Anders Thoresson , ”Svenskarna och Internet” (2017), Internetstiftelsen i Sverige.

Givarna ställer i allt högre utsträckning krav på att själva få se hur organisationerna använder pengarna och så exakt som möjligt se vilken effekt de bidrar till. Rapporten *Svenskarna och Internet* (2017)* pekar också på att yngre personer värderar information på internet mer skeptiskt än vad äldre gör. Medan de äldre litar på det mesta de hittar på internet har de yngre i större utsträckning skolats i att värdera information på internet. På samma sätt kan man tänka sig att den äldre generationen i högre grad litar på att ideella organisationer gör nytta så länge de ser att organisationerna har 90-konto. De yngre är mer skeptiska och vill själva ha information om hur pengarna används.

En annan åldersskillnad man kan se, om än inte lika markant, är att det verkar vara viktigare med låga kostnader för insamling och administration bland de äldre (19% av den yngsta åldersgruppen jämfört med 33% bland den äldsta).

Givarna ställer i allt större utsträckning krav på att själva få se hur organisationerna använder pengarna och så exakt som möjligt se vilken effekt de bidrar till.



Professionalitet är viktigt för ungdomar.

Ett nytt alternativ vi lagt till för i år i frågan om vilka faktorer som påverkar förtroendet är ”att de som jobbar i organisationen har professionell kunskap om det de arbetar med”.

Även för det alternativet ser vi skillnader mellan åldersgrupperna. Bara 16% av 65-79-åringarna har angett att de tycker att professionalitet i organisationerna är viktigt för att de ska känna förtroende, jämfört med 27% av 18-29 åringarna.

Att döma av hur de olika åldersgrupperna har prioriterat sina tre svarsalternativ finns alltså en skillnad mellan hur de äldre och yngre generationerna ser på hur ideella organisationer ska arbeta.

Medan de yngre prioriterar alternativen att organisationerna ska arbeta professionellt och redovisa hur pengarna används, är det få av de äldre som prioriterar dessa alternativ.



De med lågt förtroende är den grupp som i störst utsträckning tycker att det är viktigt att organisationerna redovisar hur de använder givarnas pengar. De tycker också att det är viktigt att de som jobbar i organisationen inte har för höga löner.

Vad är viktigt för de med högt förtroende?

Tittar man på gruppen som har angett att de generellt har stort förtroende för att pengarna når fram till ändamålen, tycker de i större utsträckning än de med lågt förtroende att det är viktigt att organisationen är öppen med hur verksamheten bedrivs. De tycker också i större utsträckning att det är viktigt att organisationen gör nytta och att de som arbetar i organisationen har professionell kunskap om det de arbetar med.

Vad är viktigt för de med lågt förtroende?

Respondenterna i gruppen med lågt förtroende är för få för att vi ska kunna dra några större slutsatser om vad de tycker är viktigt. Vi kan ändå peka på att en övervägande del av den här gruppen verkar tycka att det är viktigt att organisationen redovisar hur pengarna används (44% jämfört med 33%). Många tycker också att det är viktigt att organisationerna inte har för höga kostnader för insamling och administration.

3.3 Vad påverkar valet av organisation?

Fråga: ”Vilka av följande skäl/faktorer påverkar ditt val av ideell organisation att skänka pengar till mest? Rangordna de 3 av nedanstående skäl/faktorer som är viktigast för dig. (1 för det viktigaste, 2 för det näst viktigaste etc.)”



Vi bad respondenterna att rangordna de tre skäl eller faktorer som har störst påverkan på deras val av organisation att skänka pengar till. Den faktor som man totalt sett tycker är viktigast är att man har förtroende för verksamheten.

- För 18-29 åringar är det istället viktigast att de brinner för ändamålet. 37% ur den yngre åldersgruppen rangordnar det alternativet som viktigast, jämfört med bara 8% av 65-79 åringarna och 16% av männen.
- För kvinnor är förtroendet viktigast men en stor andel av kvinnorna tycker också att det är viktigast att de brinner för ändamålet.
- Att organisationen är bra på att visa hur de använder pengarna de får och att organisationen har gott rykte är också relativt viktigt totalt sett.

Att man har förtroende för verksamheten är som viktigast för män och 50-64-åringar.



3.4 Sex av tio förväntar sig information

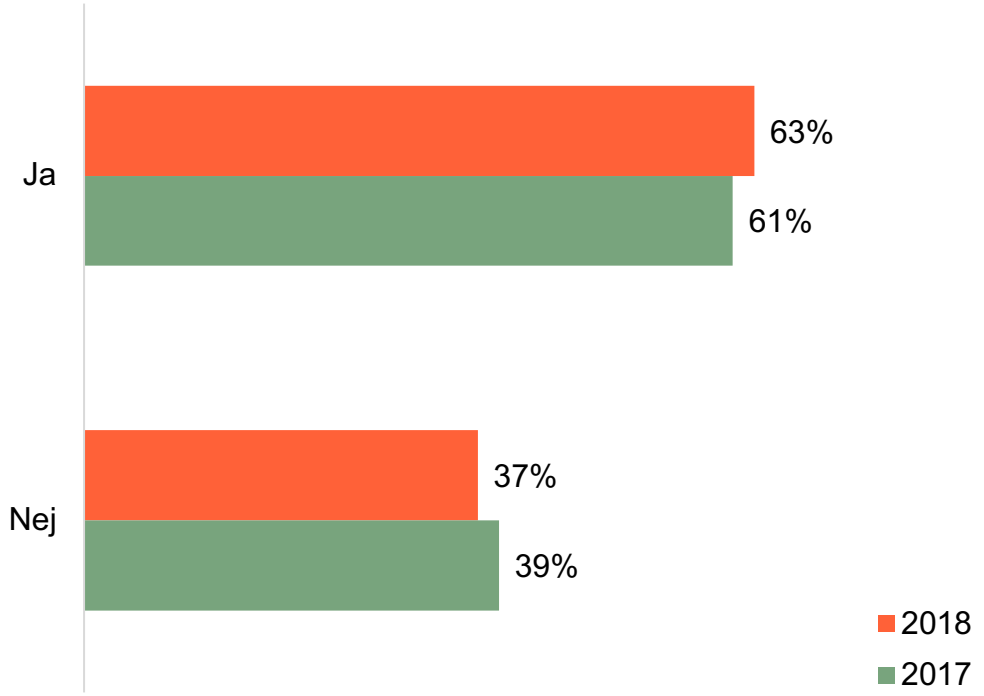
Bland de yngre är det fler (7 av 10) som förväntar sig information än bland de äldre.

Att engagera givare så att de vill ge regelbundet eller återkommande till samma organisation är en av de centrala målsättningarna för insamlande organisationer. Organisationerna vill skapa både ett stort intressemässigt och ekonomiskt stöd för ändamålen. Det är också mer kostnadseffektivt med givare som ger under längre tid. Det blir helt enkelt lägre kostnader för organisationerna jämfört med om de ständigt skulle behöva hitta nya givare.

Ett sätt att skapa de här långsiktiga relationerna är genom löpande kommunikation med givare. Det är dock en balansgång för organisationerna kring hur ofta, hur mycket och vad som ska kommuniceras. Därför ställer vi frågor kring om givarna vill ha information och i så fall om vad.

Svaren visar att drygt 6 av 10 givare förväntar sig information från den organisation de skänker till, vilket är i nivå med förra årets resultat.

Fråga: ”Förväntar du dig någon information från den ideella organisation du skänker till?”



3.5 Många vill ha information om nyttan

Fråga: "" Vilken typ av information vill du ha?"



BAS: Förväntar sig information

För att få bättre kunskap om vilken typ av information givarna förväntar sig ställdes en följdfråga där de svarande kunde ange flera alternativ.

- Givarna vill framför allt veta vilken nytta organisationen åstadkommit för ändamålet (61%).
- Detta alternativet är tätt följt av information om att pengarna nått fram till ändamålet (57%).
- Att få ett tack för gåvan hamnar långt efter.
- I mätningen sticker gruppen 18–29-åringar ut. De svarar oftare att de förväntar sig information (70%), vilket är i nivå med 2017 års undersökning.
- De unga vill också veta vad pengarna har bidragit till för ändamålet (65%) och vad organisationen har åstadkommit för resultat totalt sett för ändamålet (72%).
- 3 av 10 vill även ha löpande information om aktuella händelser relaterat till organisationens arbete.

Det finns alltså ett stort behov och intresse bland givarna av att ha kontakt och få information från de insamlande organisationerna.

4. Hur vill man ge?



4.1 Minnesgåvor populärt sätt att ge



Fråga: ”Om du skänker/skulle skänka pengar till en ideell organisation, vid vilka tillfällen/situationer skulle du föredra att göra det?” Flera svar möjliga

**Dessa alternativ är modifierade från förra årets undersökning 2017. Samt är några nya svarsalternativ tillagda för årets undersökning.*

Eftersom det finns många olika sätt eller tillfällen att ge en gåva har vi liksom i förra årets undersökning ställt frågan om vilka tillfällen eller sätt man föredrar.

I årets undersökning har vi ändrat och lagt till nya svarsalternativ och därför är det svårt att jämföra med 2017 års resultat. Alternativet att ge ”minnesgåvor i samband med begravning” står som eget alternativ till skillnad från förra året då minnesgåvor ingick i alternativet ”som present till någon”. Resultatet är att minnesgåvor är det mest populära sättet att ge. Nära hälften svarar att de skulle föredra att ge en minnesgåva framför andra sätt att ge.

- Det är framförallt äldre (50+) och kvinnor som föredrar minnesgåvor.
- Många föredrar också att skänka pengar i samband med särskilda händelser, som kris- eller katastrofhjälp (38%), och att betala för en produkt som går direkt till ändamålet (32%).

Minnesgåvor verkar vara nära till hands också för dem som vanligtvis inte brukar ge. Av de som inte har gett det senaste halvåret svarar fler än en tredjedel att de kan tänka sig att skänka en minnesgåva.

Också bland dem med litet eller inget förtroende för att pengarna når fram är det en stor del som ändå kan tänka sig att ge en minnesgåva. 4 av 10 av de som har ganska litet förtroende kan tänka sig att ge en minnesgåva. Det tyder på att de flesta i första hand ser på minnesgåvan som ett sätt att hedra den avlidne, snarare än som en gåva till en ideell organisation.

När man tittar på det här resultatet är det dock viktigt att komma ihåg att respondenterna svarar hypotetiskt på frågan och att det inte återspeglar hur man agerar i verkligheten.

Tittar man på andelen minnesgåvor som organisationerna faktiskt får in varje år så utgör de bara 3% av totalt insamlade medel. Med tanke på att en individ generellt sett i livet får väldigt få tillfällen att skänka minnesgåvor är detta inte så konstigt.

Men svaren på frågan kan ändå ge en indikation på vad som kan motivera de som vanligtvis inte skänker gåvor att göra det. Vad skulle motivera en minnesgåvogivare att ge igen? Här kan det finnas en möjlighet för insamlingsorganisationer att bygga förtroende för givande.

4.2 Få tänker på att testamentera

Att ge i sitt testamente är fortfarande ett sätt som få föredrar (5%) vilket sannolikt både beror på att det är relativt få som skriver testamente i Sverige (ca 20 %) och att det för många inte känns som en brådskande åtgärd.

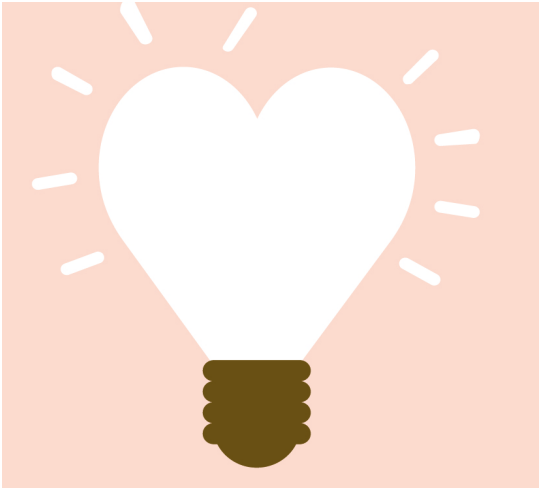
Dessutom är kunskapen fortsatt låg om möjligheten att inkludera en organisation i sitt testamente varför det sannolikt inte känns som ett naturligt sätt att ge.

Enligt FRII:s projekt Goda Testamentets undersökning bland allmänheten har drygt 6 % angett att de har skrivit in en eller flera ideella organisationer i sitt testamente vilket också ligger i linje med denna undersökning.

Den här undersökningen visar också att viljan att testamentera faktiskt minskar med åldern. Medan 10% ur åldersgruppen 18-29 år anger att de föredrar att ge i samband med testamente är det bara 1% av 65-79-åringarna som har valt det alternativet.

FRIIs medlemsstatistik visar att testamenten i genomsnitt utgör närmare 14 % av insamlade medel (baserat på 2016 års siffror), vilket indikerar att även om det inte är utbrett att testamentera till en ideell organisation så utgör testamentsgåvorna stora belopp.

Medan 10% ur åldersgruppen 18-29 år anger att de föredrar att ge i samband med testamente är det bara 1% av 65-79-åringarna som har valt det alternativet.



4.3 Tre av tio vill ge till en väns insamling

När man tittar på vilka övriga sätt att ge som respondenterna har angivit att de föredrar, är skillnaderna mellan åldrarna mer väntade.

Medan de äldre föredrar traditionella sätt, som att ge i samband med att de blir tillfrågade via brev eller e-post (20% av 65-79-åringarna jämfört med 4% av 18-29-åringarna), föredrar de yngre mer moderna sätt, som att runda upp när de handlar, skänka pantpengarna eller att köpa en vara där hela eller delar av försäljningspriset går till organisationen (44% av 18-29-åringarna jämfört med 21% av 65-79-åringarna).

Allt fler ideella organisationer erbjuder givarna att bidra genom att starta egna insamlingar. Det kan vara i samband med en aktivitet, som ett lopp eller en särskild dag för att upp märksamma organisationens ändamål, eller genom att via organisationens hemsida skapa en egen insamling där alla kan följa hur mycket gåvor som kommer in.

Det ger människor möjlighet att ge själva, men också engagera andra för något de tycker är viktigt och samtidigt tillsammans kunna ge ett större belopp.

Det här sättet att ge en gåva är inte helt jämförbart med andra sätt att ge, eftersom det kräver en betydligt större ansträngning. Detta återspeglas också i undersökningen då bara 4% anger att de föredrar att skänka en gåva genom att göra en egen insamling. Eftersom vi ändrat i frågan går det inte att göra en jämförelse mellan åren. Däremot visar undersökningen att en betydligt större andel (28%) är mer benägna att skänka om en kompis ordnar en egen insamling.

Generellt är det väldigt få, oavsett åldersgrupp, som föredrar att bli tillfrågad på stan (totalt 7%). Andelen har också minskat från 16% jämfört med 2017 (se grafen i början av avsnittet).

4.4 Unga vill att det ska gå snabbt

Vilket betalningssätt man föredrar att använda när man skänker pengar är en tydlig åldersmarkör.

4 av 10 av samtliga som svarat på undersökningen föredrar att skänka pengar via Swish framför andra betalningsmetoder såsom banköverföringar, autogiro eller insamlingsbössor.

Bland 18-29 åringarna är siffran däremot 6 av 10, vilket pekar på att Swish är ett betalningssätt som växer i popularitet och som ideella organisationer bör anpassa sig till för att göra det enkelt för unga att ge gåvor.

Att de yngre givarna föredrar Swish framför andra sätt att ge hänger också ihop med att de i mindre utsträckning har ett regelbundet givande.

De äldre föredrar inbetalning via bankgiro eller plusgiro och regelbundna överföringar.

