giva SVERIGE
Branschorganisationen för tryggt givande

pwc

STATEN, KAPITALET ELLER MEDBORGAREN

-vem finansierar civilsamhället?

2019



Innehåll

Förändrade förutsättningar 2

Om rapporten 4

1. Omvärld och megatrender 5

   Demografiska förutsättningar 6

   Globalisering och en åldrande befolkning 7

   Hushållens förutsättningar 8

   Hushållens konsumtion 10

   Ett minskat utrymme för civilsamhället 11

2. Civilsamhällets finansieringskällor 12

   Medlemsavgifternas andel minskar 12

   Myndigheter och allmänheten viktigast för insamlingsorganisationer 14

   Ledarnas syn på framtida intäkter 15

3. Staten 19

   Kommunernas osäkra framtid 20

   Mer affär än bidrag på den lokala nivån 21

4. Kapitalet 24

   Motiv och drivkrafter för företagen 26

   De globala hållbarhetsmålen spelar en viktig roll 28

   Två röster om företagens engagemang 30

   En framtidsblick 31

5. Medborgaren 32

   Glassindex är stabilt 33

   Givaren 33

   Medlemmen 37

   Volontären 39

Kontakt 41

Förändrade förutsättningar

Den ideella sektorns finansieringskällor har varit relativt stabila under de sex år Giva Sverige och PwC sammanställt rapporten om civilsamhällets finansiering. Förändringar sker generellt långsamt, det är sällan dramatiskt från år till år. Inte desto mindre är det vår bedömning att förutsättningarna för finansiering av ideell verksamhet i Sverige håller på att förändras.

Det finns tydliga demografiska förändringar. Sverige är ett växande land med allt fler invånare. Tillväxten är dock ojämnt fördelad och sker främst i storstäderna och i viss mån de större städerna. Det är också en allt större del av befolkningen som är födda i ett annat land än Sverige, en del nära, en del längre bort. I vissa åldersgrupper är det så mycket som en tredjedel. Och som i många andra länder har Sverige också en åldrande befolkning.

Vad innebär detta för civilsamhället? Lyckas det traditionella civilsamhället anpassa sig till nya demografiska förutsättningar, eller kommer det att skapas nya former för engagemang? Vad innebär det för civilsamhällets finansiering och verksamhet att tillväxten av befolkning bara sker i större städer?

Vi skönjer också en förskjutning i intäkterna där försäljning till och gåvor från den privata sektorn tycks få en allt större betydelse för civilsamhällets finansiering. Medlemsavgifter minskar som relativ andel av finansieringen, även om det i absoluta tal är i stort sett oförändrat när det gäller de ideella föreningarna.

Om det är så att medlemmarna, åtminstone för delar av civilsamhället har mindre och mindre betydelse för organisationernas finansiering, hur påverkar det civilsamhället. Kommer vi att få se en ökad "kundifiering" där anställda snarare letar köpare/kunder än nya medlemmar? Är en ökad särkoppling mellan demokratiskt inflytande och finansiering av godo eller ondo? Hur påverkar det organisationernas oberoende?

Flera prognosmakare, bland dem även PwC, bedömer att den kommunala sektorn står inför stora utmaningar i att finansiera sin verksamhet. Även här spelar de demografiska förändringarna stor roll med en ökad försörjningskvot.

Hur kommer det att förändra förutsättningarna för ideell verksamhet i Sverige. Kommer kommunerna att fokusera på sina kärnuppdrag och dra ner på bidrag till civilsamhället? Innebär kommunernas sämre ekonomiska ställning en press på statens finanser som kanske påverkar civilsamhällets förutsättningar? Om den offentliga sektorn minskar sitt åtagande gentemot medborgarna, kommer det att leda till ökade åtaganden för civilsamhällets organisationer? Hur ska organisationer balansera arbetet med att företräda sina medlemmar eller andra grupper mot den offentliga sektorn, med att själva utföra välfärdstjänster eller andra samhällsuppdrag.

De minskade offentliga resurserna innebär sannolikt att civilsamhället behöver öka sin finansiering från den privata sektorn. Glassindex, som vi introducerat i den här rapporten som ett sätt att belysa gåvogivandet i relation till konsumtionen av glass och sötsaker, visar på en viss stabilisering men den relativa ökningen av givandet under 2012 – 2015 har inte fortsatt. Det är ett tecken, som tillsammans med annan statistik, visar på att trots en stark tillväxt av givandet i absoluta termer har ideell sektor svårt att ta "marknadsandelar" från t ex annan konsumtion.

I årets rapport har vi ett särskilt fokus på företagens samhällsengagemang och relationen till ideell sektor. I analysen av företagens engagemang finns tydliga tecken på en vilja till ett ökat samhällsengagemang. Till viss del tycks detta drivet av de globala hållbarhetsmålen och en önskan att bidra till samhället, till viss del för att det uppfattas som förväntan från kunder och befintliga och kommande medarbetare.

Här bör det finnas möjligheter för civilsamhället både för finansiering och olika typer av samverkan där förening och företag kan arbeta tillsammans för att uppnå gemensamma ändamål och lösa samhällsutmaningar. Det kan finns en stor potential för intäkter, men det verkar då krävas en justering av arbets- eller förhållningssätt från organisationernas sida med en högre grad av pro-aktivt arbete. Det handlar inte heller alltid om direkta gåvor som slussas via en insamlingsenhet, utan kan i högre grad vara samarbeten inom ramen för företagets och organisationens verksamheter där finansieringen tar andra vägar. Det ställer nya krav på hur organisationer mäter företagens engagemang.

I och med de globala hållbarhetsmålen och företagens ökade engagemang ställs högre krav på de ideella organisationerna som en professionell partner. Både organisationerna och företagen ger uttryck för en ökad professionalisering av engagemanget. Den ideella organisationen måste förstå sin del i företagets affär. Företagen vill bli bemötta där de är och vill förstå hur den ideella organisationen kan bidra. Företagen ger uttryck för att de saknar proaktivitet från ideell sektor vilket visar på stora möjligheter för organisationerna att bidra i företagens ansvarstagande.

Hur ska civilsamhället förhålla sig till företagens intresse och ökade engagemang? Klarar organisationerna att möta upp med den professionalisering som företagen förväntar sig? Är organisationerna tillräckligt strategiska för att kunna driva sina egna krav i relation till företagens krav i ett samarbete? Är det bäst för ändamålet att behålla sitt oberoende, eller är det tvärtom så att ändamålet bäst uppnås i nära samverkan med ett ansvarstagande näringsliv?

När vi tittar bakåt och funderar framåt ser vi att det är troligt att förutsättningarna för finansiering, men också förutsättningarna för att driva ideell verksamhet kommer se annorlunda ut om 5 - 10 år. För en ideell organisation är det viktigt att ställa sig själv och andra frågor om hur förändringen kommer att se ut och hur den påverkar den egna organisationen. Det svenska civilsamhället är stort och differentierat. Trender och förändringar påverkar på olika sätt. Vår förhoppning är att den här rapporten blir en inspiration för styrelser, ledningar men också medlemmar, anställda och andra engagerade att ställa frågor, analysera och agera. Strategier är viktiga för inte tappa kursen i tider av förändring, men också för förmågan att improvisera och ta tillvara på möjligheter.

Stockholm i november 2019

Charlotte Rydh
Generalsekreterare Giva Sverige

Johan Sverker
Senior rådgivare, ideell sektor PwC

Om rapporten

Det här är sjätte året som Giva Sverige och PwC sammanställer kunskap i syfte att visa på förutsättningarna för finansiering av civilsamhället. Rapporten är tänkt att vara en kunskapsbas som organisationer, beslutsfattare, företag och andra intressenter kan ha 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.

Vi vill rikta ett särskilt tack till Brakeley Nordic och Reach for Change för att ni har medverkat i rapporten och bidragit till att fördjupa kunskapen om företagens samhällsengagemang.

Ett stort tack riktas också till Josefiina Ben Azzouz, Giva Sverige, och Sara Karlberg, PwC, som varit avgörande för sammanställning av underlag och analyser till denna rapport.

Rapportens källor

Offentligt tillgänglig statistik
Statistiska centralbyrån (SCB), Sveriges kommuner och landsting (SKL), Arbetsmarknadsstatistik, Konjunkturinstitutet, Svensk insamlingskontroll

Egna undersökningar
Ekonomi och nyckeltal för insamling av gåvor, Giva Sverige
Enkätundersökning bland högsta chefer inom civilsamhället, skickad till 352 , 53% svarsfrekvens, jul – sep 2019
Enkätundersökning bland insamlingsansvariga/ansvariga för företagssamarbeten Giva Sveriges medlemmar okt 2019, 140 tillfrågade, 38% svarsfrekvens
Djupintervjuer med VD och/eller hållbarhetsansvarig på sju stora eller medelstora företag, utförda i samarbete med Brakeley Nordic

Andra undersökningar
Kvantitativ telefonundersökning, utförd av Novus på uppdrag av Reach for Change, 100 högre chefer/VD på företag med mer än 50 anställda, maj 2019
Enkätundersökning utförd av Novus på uppdrag av Giva Sverige, 1000 personer allmänheten, jan 2019

Andra artiklar och rapporter
Veckans Affärer, Folk i rörelse (Ersta Sköndal Bräcke högskola), De ideella föreningarnas villkor 2018 (MUCF), PwC undersökning bland globala ledare

1. Omvärld och megatrender

Trender formar vår värld. Vi betraktar dem på avstånd men bäddas samtidigt in av dess kraft. Vi definierar en megatrend som ett antal storskaliga, sociala och makroekonomiska krafter som tillsammans pekar åt en riktning – på många håll även kallade drivkrafter.

Som definitionen anger är de stora och omfattar några av samhällets stora förändringar. Inom sig rymmer de både stora utmaningar och möjligheter. Det vi kan säga mer om dem gemensamt är att de kommer att påverka oss alla, både som människor och som organisationer. Några påverkas mer andra mindre. Megatrender är som stora vågor, vi kan inte förändra deras riktning men de är åtminstone delvis förutsägbara och det vi kan göra är att övervaka dess konsekvenser för oss under tiden. Det är säkert också så att en och annan organisation kommer att missbedöma vågen och antingen missa den helt och bli kvar i bakvattnet eller dras ner i dess underströmmar.

Det finns olika sätt att dela in och benämna dessa megatrender. Med utgångpunkt i den analys som PwCs globala ledare gjort har vi benämnt dem på följande sätt.

- Teknikutvecklingen
- Urbaniseringen
- Demografin
- Klimatförändringar och knapphet på resurser
- Den ekonomiska maktens förflyttning

De kopplar delvis i varandra och avgränsningen mellan dem och mot andra trender är inte entydig. Andra aktörer inom omvärldsbevakning benämner dem på andra sätt, det viktiga är inte vad de kallas utan att den egna organisationen tar ställning till om och hur ni ska förhålla er till dem och vad de ska benämnas som. Tillsammans kommer de att ha förändrat världen på så kort tid som fem till tio år.

Även om en del av förändringarna är mycket långsiktiga och att konsekvenserna av dem inte är helt tydliga och klara, bör de vara en del av det strategiska tänkandet för civilsamhällets organisationer.

I denna rapport berör vi inte teknikutveckling, den ekonomiska maktens förflyttning och klimatförändring och knapphet på resurser specifikt. Det är dock tydligt att teknikutvecklingen mycket direkt påverkar en ideell organisations möjlighet att bedriva verksamhet, nå medlemmar och genomföra påverkansarbete etc, liksom de påverkar människors möjligheter att engagera sig på olika sätt.

Indirekt berör vi klimatfrågan och knapphet på resurser i avsnittet om företagens finansiering av civilsamhället, där vi noterar att de globala hållbarhetsmålen, som berör mer än klimatfrågan men är

nära kopplade till kommande knapphet på resurser, enligt vår analys påverkat hur företagen tänker och agerar i sitt samhällsansvar.

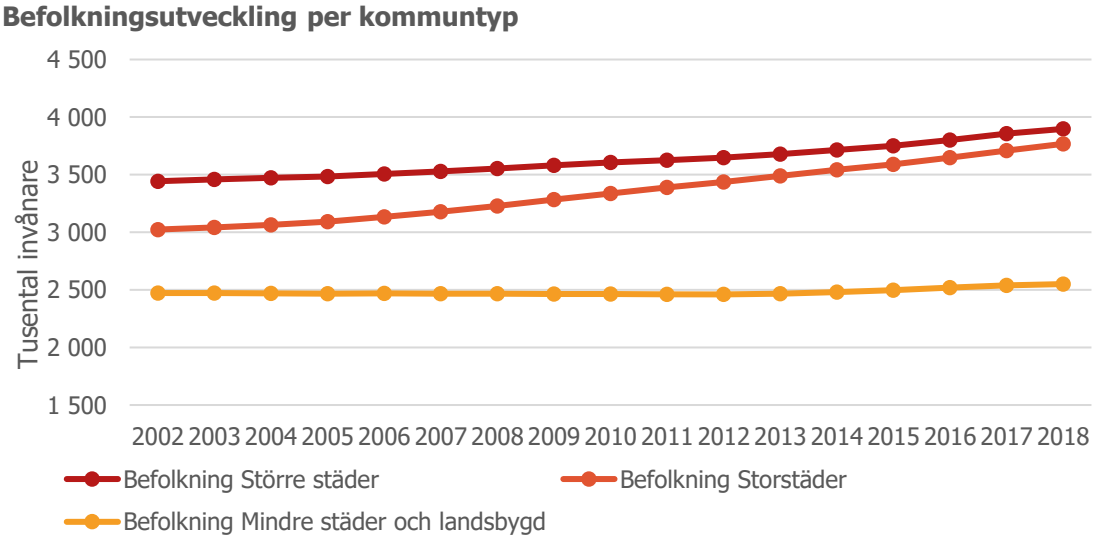
Den ekonomiska maktens förskjutning är kanske för det svenska civilsamhället mest abstrakt, men att flera av Sveriges större företag idag har ägare från Kina är ett tydligt tecken på den förskjutning av den ekonomiska makten tillbaka till Asien som pågått under ett tiotal år. På den globala arenan finns det numer flera konkurrerande samhällsmodeller. På sikt kanske detta är det som mest av allt påverkar civilsamhället, men det ligger sannolikt längre fram i tiden.

Demografiska förutsättningar

Demografiska förändringar påverkar civilsamhället på flera vis. Civilsamhället påverkas både direkt och indirekt av demografiska förutsättningar. Främst ur ett verksamhets- och ändamålsperspektiv, människor är ju både förutsättningen för och meningen med ett civilsamhälle. Men också ur ett finansierings- och resursperspektiv. Hur befolkningen är sammansatt, var den bor etc. är viktiga utgångpunkter för civilsamhällets planering. Dessa förändringar är generellt långsamma, men får över tid stort genomslag.

Urbanisering

Diagrammet nedan visar tydligt urbaniseringen i Sverige. Allt fler av svenskarna bor i större städer och storstäder, medan antalet som bor i mindre städer och på landsbygd har varit på ungefär samma nivå de senaste 16 åren. Det här kan påverka civilsamhället på olika sätt. Förutsättningarna i form av människor som vill betala medlems- och deltagaravgifter utvecklas på olika sätt. Tillgången till människor som vill göra frivilliginsatser ser också olika ut. Samtidigt kan det vara så att behoven av civilsamhällets tjänster ökat i storstäder och större städer, medan det där är svårare att engagera människor att vara volontärer. Att det är svårare att engagera människor i storstäder har Riksidrottsförbundet pekat på i sin kommunundersökning. Samtidig kan människor i de delar av landet som inte har befolkningsökning ha behov av ett starkt civilsamhälle. Med antagandet att stora delar av civilsamhället är byggt på medlemsdemokrati, innebär indirekt den demografiska förändringen att makten över civilsamhället i allt större grad också flyttar till de större städerna.

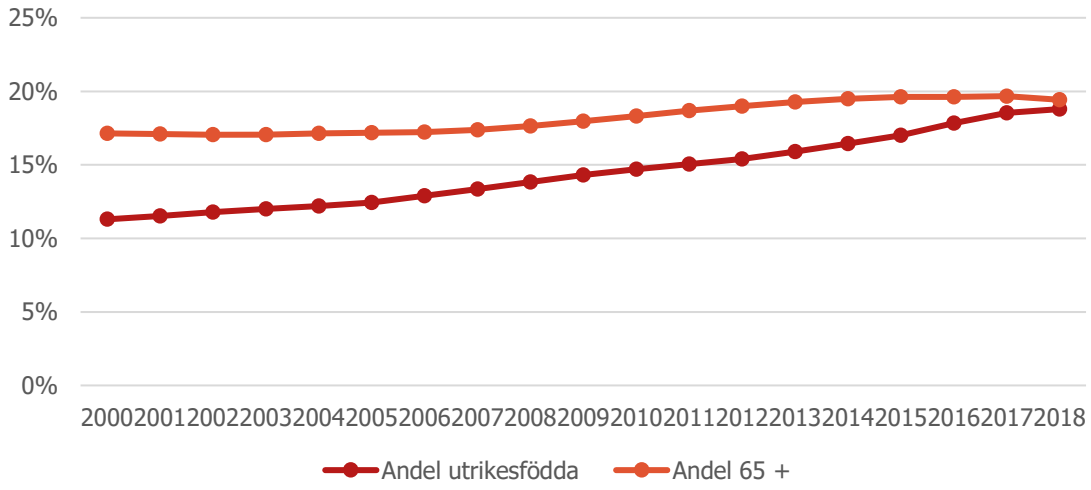


Källa: Statistiska centralbyrån (SCB)

Globalisering och en åldrande befolkning

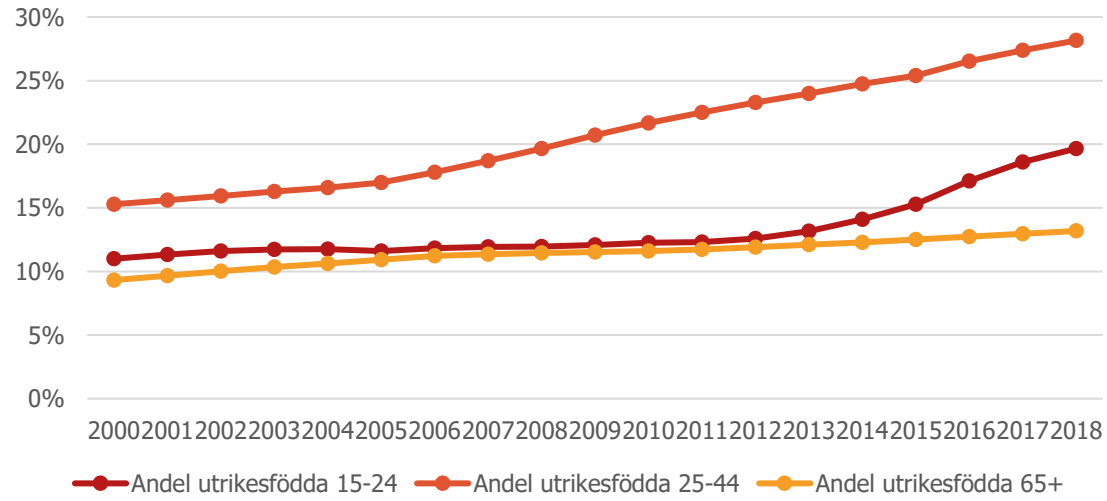
Befolkningens sammansättning påverkas av två trender, globaliseringen och en åldrande befolkning. De två diagrammen nedan ger exempel på detta och visar hur befolkningens sammansättning i Sverige ändrats över åren. Det första diagrammet visar att andelen av befolkningen som är 65 år eller äldre har ökat under de senaste 18 åren från 17% till knappt 20%, samt att andelen utrikesfödda har ökat snabbare, från 11% till 19%. Det andra diagrammet ger en fördjupad bild av andel utrikesfödda per åldersgrupp och visar att i åldersgruppen 25–44 år har andelen nästan fördubblats. De senaste åren har vi också sett en kraftig ökning av andelen utrikesfödda i gruppen ungdomar och unga vuxna, 15–24 år. Även om vi inte har statistik här över andelen utrikesfödda inom civilsamhällets traditionella organisationer vågar vi oss ändå på att säga att den inte ännu är en spegling av hur det ser ut i befolkningen i stort.

Andel utrikesfödda samt andel 65+ av total befolkning



Källa: Statistiska centralbyrån (SCB)

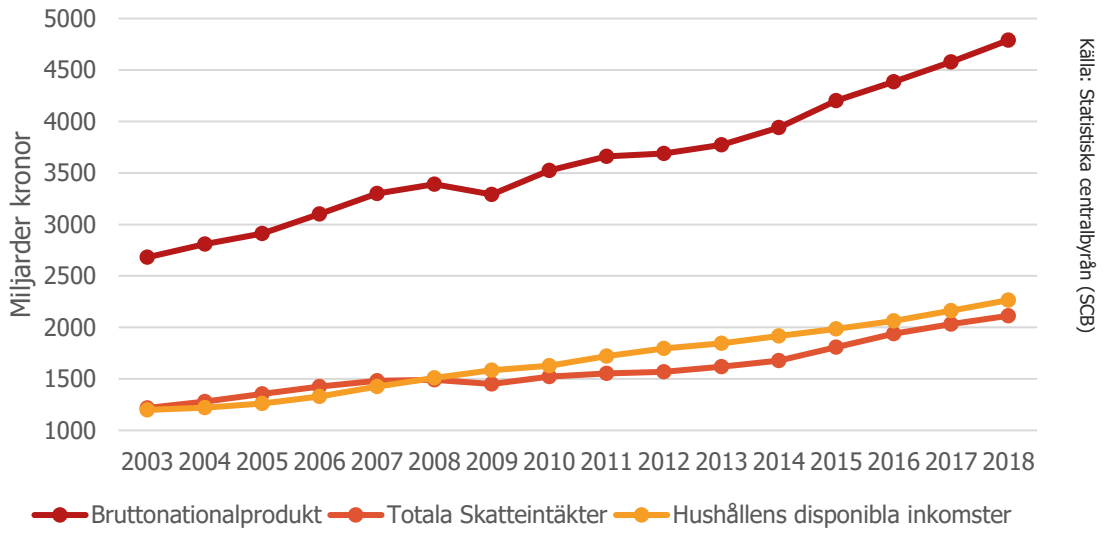
Andel utrikesfödda per åldersgrupp



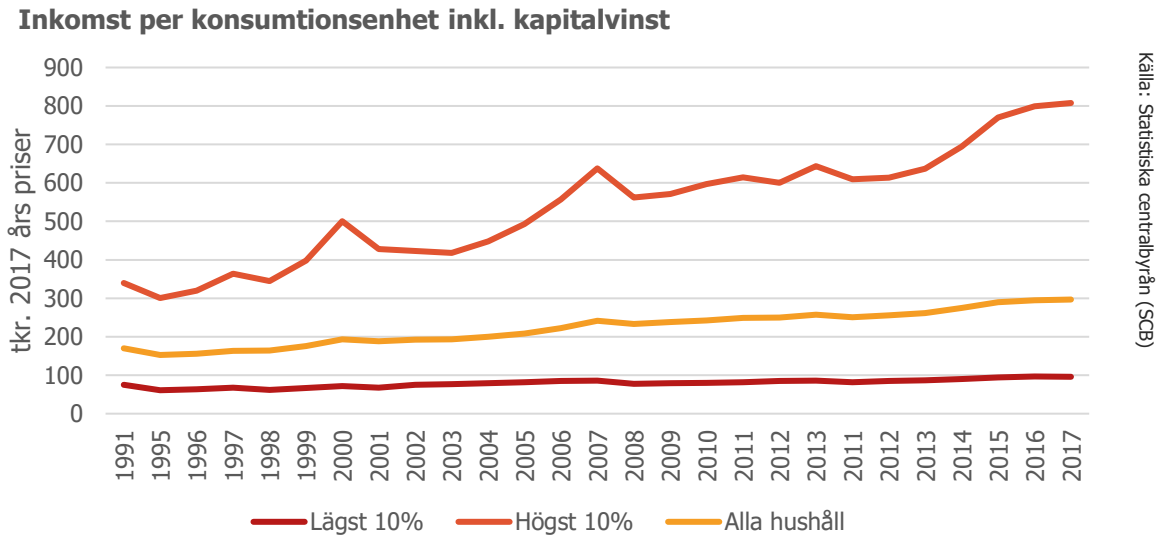
Källa: Statistiska centralbyrån (SCB)

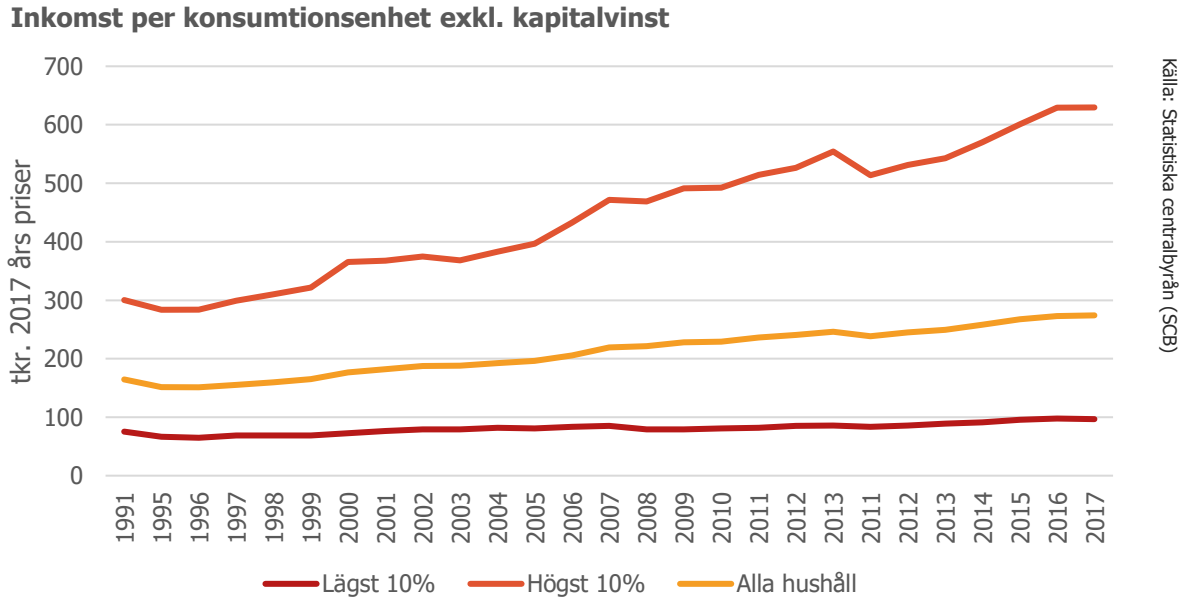
Hushållens förutsättningar

Kurvan för Sveriges BNP visar på fortsatt god utveckling. Diagrammet nedan visar att hushållens andel av tillväxten minskat de senaste åren och en större del går istället till den offentliga sektorn.



De två diagrammen nedan visar hushållens disponibla inkomster inklusive och exklusive kapitalinkomster per konsumtionsenhet. Konsumtionsenhet är ett begrepp som används för att ta hänsyn till försörjningsbördan där vuxna och barn har olika index. Som diagrammet visar har de 10% av befolkningen med högst inkomst fått ännu högre inkomster, medan de 10% med lägst inkomst inte har ökat sina inkomster de senaste åren. År 1991 hade de 10% av befolkningen med de högsta inkomsterna ca 4,5 gånger så mycket som de 10% av hushållen med de lägsta inkomsterna. Detta hade nästan fördubblats 2017 till 8,4 gånger. Skillnaderna mellan hushållens ekonomiska förutsättningar blir med andra ord större och större, samtidigt som alla hushåll, utom de allra sämst ställda, fått det bättre över tid. Något som dock är värt att notera är att eftersom kapitalvinster ingår, är det inte säkert att ett och samma hushåll befinner sig i den högsta percentilen från år till år. Med stigande bostadspriser i de större städerna kan en försäljning ett visst år föra upp ett hushåll till högsta kategorin just det året. Nästa år är det andra hushåll.





Vi har också studerat skillnader i inkomst med avseende på hur det skiljer sig beroende på var man bor i landet. SKL har gjort en indelning av kommuner i tre grupper: storstäder: 46 kommuner, större städer: 108 kommuner, mindre städer och landsbygd: 136 kommuner. Inkomsterna för befolkningen i större städer samt mindre städer och landsbygd har ökat 2018, medan inkomsterna för befolkningen i storstäder stått stilla. Fortfarande är dock kapitalinkomsterna större hos befolkningen i storstäderna (46 kommuner) än hos befolkningen i resten av landets kommuner tillsammans (totalt 244 kommuner). Även detta hänger delvis samman med fastighetsmarknaden där värdena i storstäder är mycket högre i andra kommuntyper. Inte desto mindre förstärker detta den demografiska förändringen, allt mer resurser koncentreras till storstäderna. Vad betyder det för civilsamhällets förutsättningar i olika delar av landet? Kan organisationer från mindre orter hämta resurser från större?

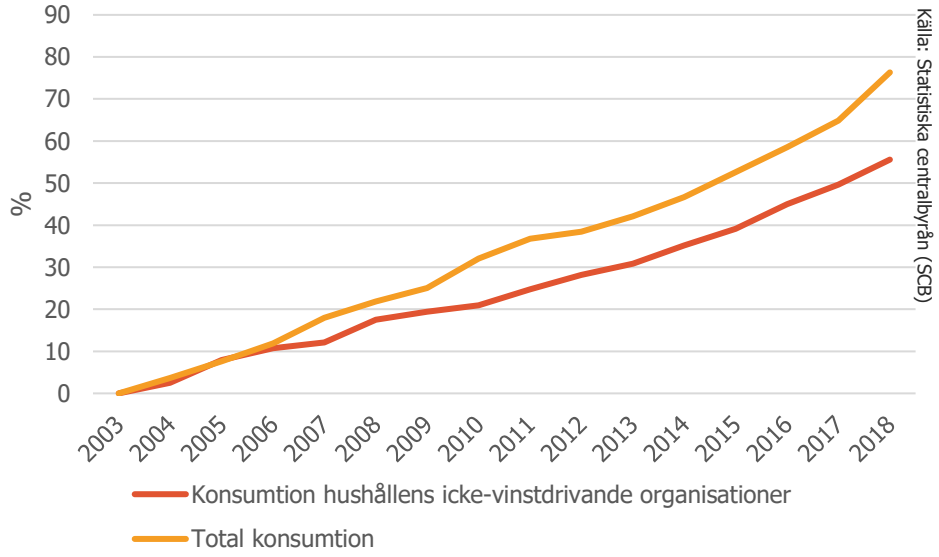
Inkomst av kapital per person



Hushållens konsumtion

Som framgår av diagrammet nedan ökar hushållens totala konsumtion snabbare än den del som går till hushållens icke-vinstdrivande organisationer. Detta tyder på att det finns resurser som skulle kunna användas inom civilsamhället som hushållen istället väljer att lägga på annan konsumtion. En möjlig förklaring är att hushållen varken har ett större eget behov av civilsamhällets "tjänster" eller tror att deras medel kan göra nytta för andra via civilsamhället. Det vill säga hushållen har god tillgång till information och har gjort ett rationellt val. Eller så har civilsamhällets organisationer inte lyckats nå ut med sitt budskap på ett sätt som gjort hushållen villiga att lägga mer av sina resurser där.

Utveckling av hushållens konsumtion, basår 2003



Ett minskat utrymme för civilsamhället

En omvärldsfaktor som påverkar civilsamhället allt mer, även i Sverige, är de begränsningar som ideella organisationer och andra aktörer inom civilsamhället utsätts för. För närvarande är sannolikt inverkan störst på de organisationer som bedriver verksamhet i länder där civilsamhällets utrymme stramas åt. Även om det i Sverige inte är i närheten av den utveckling som sker i länder runtom i världen finns det ändå tendenser, ofta i all välvilja om effektiv resursanvändning av skattemedel men också drivet av en rädsla för att göra fel.

Demokrativillkorsutredningen, ökade krav på rapportering för att förhindra penningtvätt och terrorismfinansiering och begränsningar av offentligt stöd till vissa former av kulturutövning är några exempel från den svenska kontexten. Hur detta och andra krav kommer att förändra förutsättningarna för finansieringen av ideell sektor har vi inte fördjupat oss i detta år men det är en omvärldsutveckling som är viktig att bevaka för att civilsamhället i god tid och gemensamt kan behöva hävda sin roll och rättigheter.

2. Civilsamhällets finansieringskällor

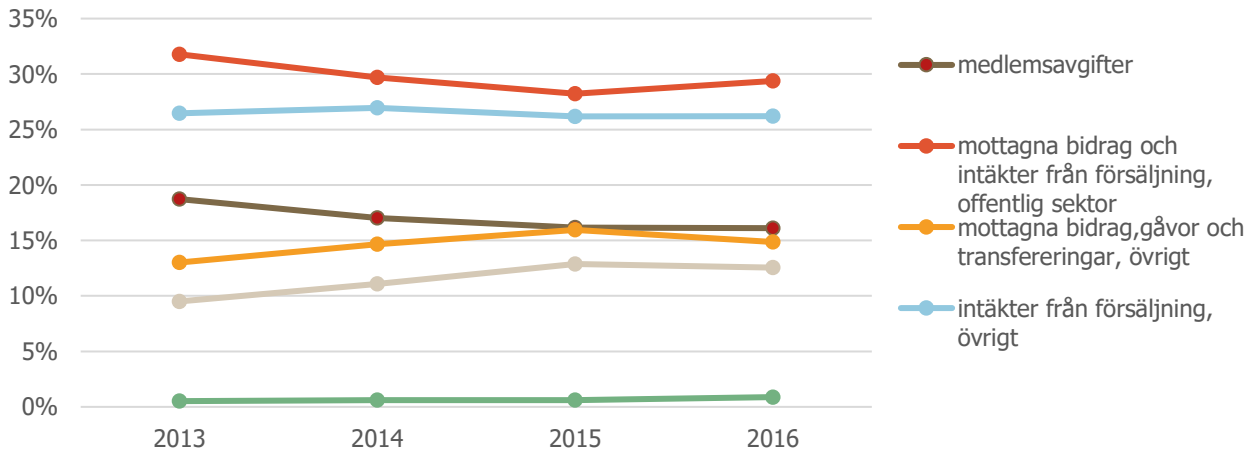
För att få en förståelse för civilsamhällets finansiering som helhet kan vi ta hjälp av statistik som ger en bild av hur utvecklingen hittills har varit. Samtidigt är det viktigt att få en idé om hur sektorns finansiering kan komma att utvecklas framgent. Därför har vi också frågat organisationernas högsta chefer om deras uppfattningar om framtida utveckling och finansiering för ideell sektor och den egna organisationen.

För att får en idé om hur finansiering av civilsamhället ser ut i stort fångar SCB:s undersökning Hushållens ideella organisationer (HIO) den del av civilsamhället som inte utgörs av bolag och olika former av ekonomiska föreningar samt Svenska kyrkan. För de organisationer som helt eller delvis finansieras med insamlade medel kan även statistik från Svensk insamlingskontroll vara intressant.

Medlemsavgifternas andel minskar

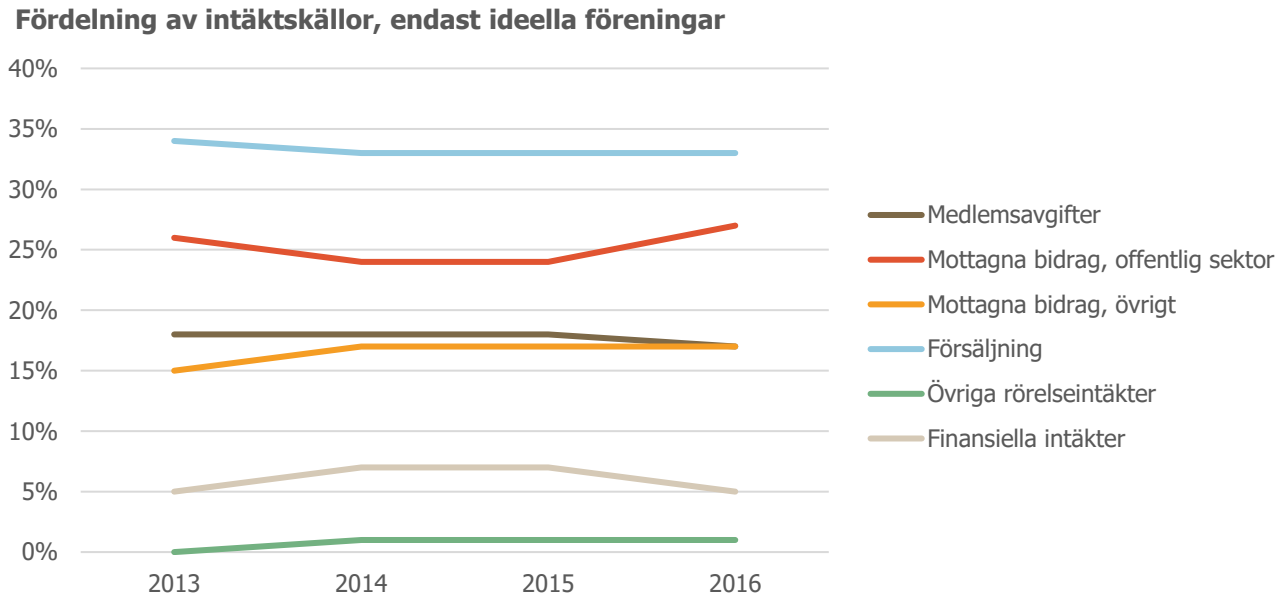
De tydligaste trenderna under de senare åren är att andelen medlemsavgifter sjunkit och att andelen mottagna gåvor och finansiella intäkter ökat. Medlemsavgifterna har sjunkit med ca 1 miljard kronor på fyra år, trots en växande befolkning. Under samma tid har gåvor och transfereringar ökat med 4,5 miljarder kronor och försäljning till privata sektorn med 3,5 miljarder kronor. Är detta ett tecken på att medlemskapet som bas för finansiering håller på att minska i betydelse?

Fördelning av intäktskällor, hela civilsamhället



Källa: Statistiska centralbyrån (SCB)

För att undersöka detta har vi för första gången bett SCB sortera ut associationsformerna ideella föreningar och stiftelser ur HIO. Det är ju främst för ideella föreningar som medlemsavgiften av tradition har betydelse.



Källa: Statistiska centralbyrån (SCB)

Fördelning av intäkter, Ideella föreningar (mkr)

	2013	2014	2015	2016
Medlemsavgifter	15 564	15 924	15 952	15 858
Mottagna bidrag, offentlig sektor	22 813	21 581	22 260	25 260
Mottagna bidrag och gåvor, övrigt	13 239	15 354	15 778	16 252
Försäljning	29 567	29 202	30 267	30 982
Övriga rörelseintäkter	406	679	572	962
Finansiella intäkter	4 714	6 100	6 060	4 543
Totalt	**86 303**	**88 840**	**90 889**	**93 857**

Som framgår av ovanstående diagram ser då bilden lite annorlunda ut. Medlemsavgifterna har visserligen minskat något som andel, men i absoluta tal ligger de i princip på samma nivå. Tillväxten i intäkter för de ideella föreningarna har främst skett i form av en ökning av gåvor och bidrag med 3 miljarder och bidrag från offentlig sektor med ca 2,5 miljarder. Finansiella intäkter utgör en betydligt mindre andel av de totala intäkterna för ideella föreningar 5% jämfört med 13%) medan försäljning till den privata sektorn är en större andel (33% jämfört med 26%).

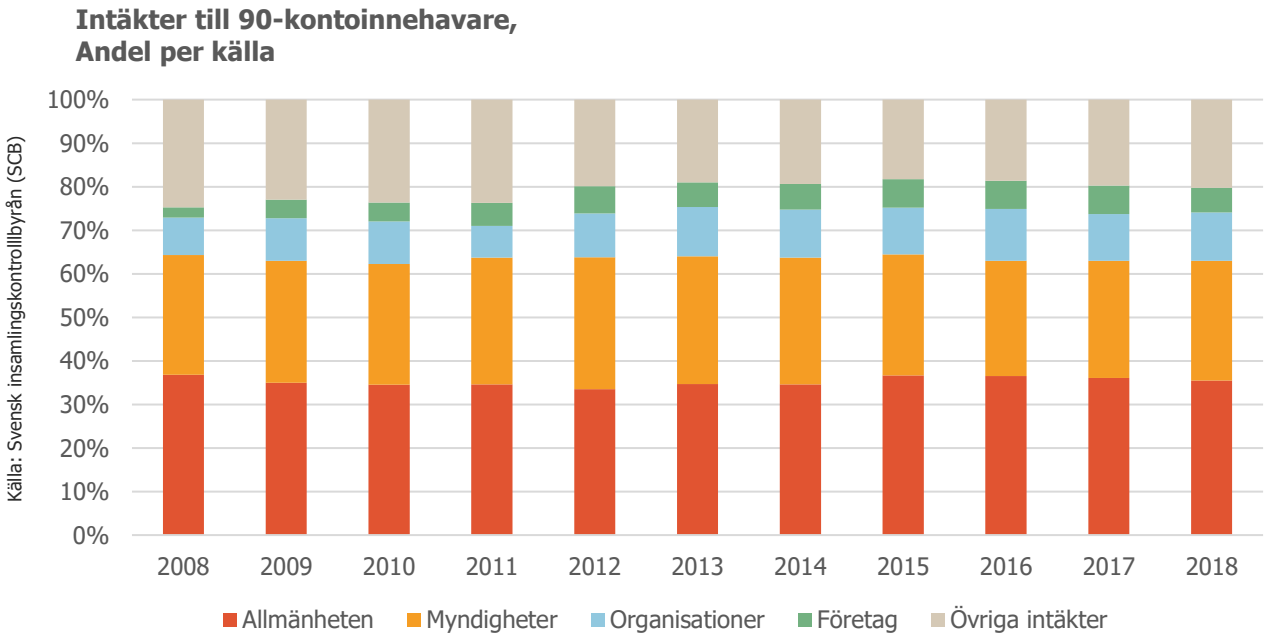
Vi har också bett SCB undersöka posten lämnade bidrag och gåvor **från** de ideella organisationerna. Totalt lämnades 40 miljarder i bidrag från civilsamhället. Man bör då komma ihåg att a-kassorna ingår med betydande belopp. En intressant iakttagelse är att av de ca 15 miljarder som de ideella föreningarna betalade ut, gick ca 10 miljarder till andra ideella föreningar. I en mening finansierar civilsamhället delvis sig självt. Här bör också hänsyn tas till att en del av civilsamhällets organisationer har som uppdrag att vidareförmedla medel till andra organisationer.

I MUCF:s undersökning "De ideella föreningarnas villkor 2018" framträder delvis en annan bild, där medlemsavgifter av föreningarna bedöms som den viktigaste källan följt av offentliga bidrag och försäljning. Noteras bör att undersökningen handlar om en skattning av vikten, de absoluta talen efterfrågas inte. Undersökningen har inte samma syfte som SCB:s.

Det kan finnas flera förklaringar till denna skillnad, För det första präglas svaren i MUCF:s rapport mer av de lokala föreningarnas villkor. De kan naturligtvis vara annorlunda än helheten. För det andra kan det vara så delar av det som i SCB:s statistik, av föreningarna ses som försäljning, uppfattas som en (del av) medlemsavgiften. För det tredje kan det vara så att den bild som respondenterna ger av föreningens intäkter, helt enkelt inte stämmer helt och hållet med den faktiska situationen. Normen om medlemmar och offentligt stöd är så stark att vi tror att det har större vikt än det faktiskt har. Om det skulle vara så, finns det en risk att beslut fattas på felaktiga grunder.

Myndigheter och allmänheten viktigast för insamlingsorganisationer

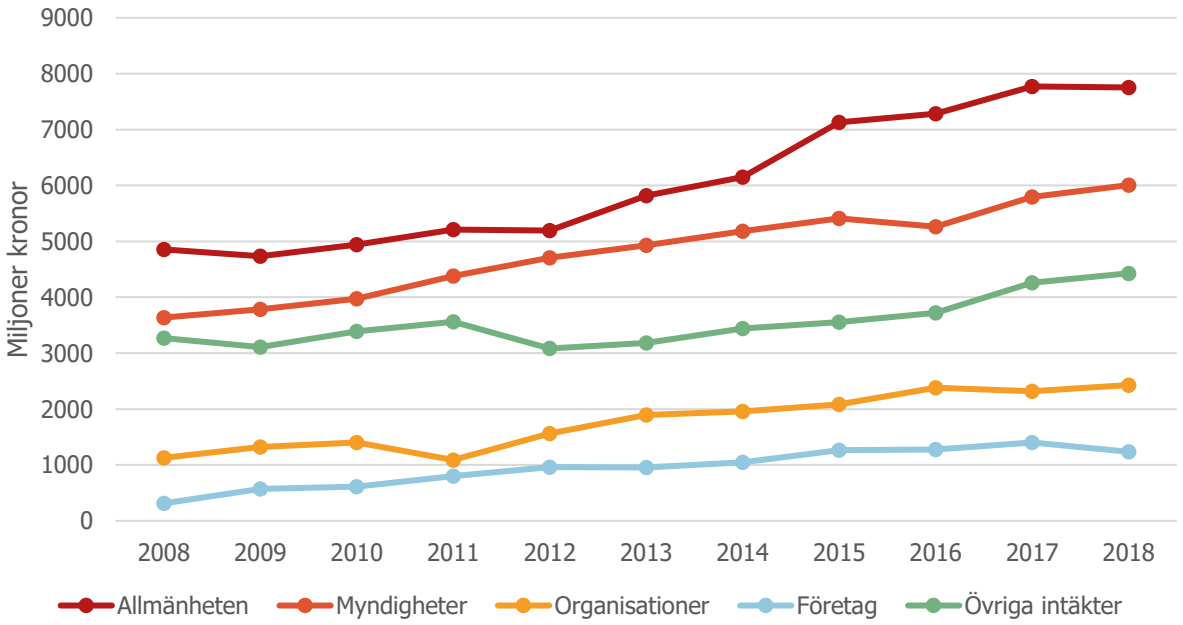
För att få en bild av hur organisationer som finansieras helt eller delvis av gåvor och donationer är statistik från Svensk insamlingskontroll en källa då de redovisar intäktskällor för drygt 430 organisationerna med 90-konto. Som diagrammet till vänster visar är allmänheten och myndigheter fortfarande 90-kontoinnehavarnas främsta intäktskällor. Allmänheten och myndigheter stod år 2018 för knappt 60% av



organisationernas intäkter. Diagrammet visar också tydligt att allmänhetens givande ökat de senaste åren, men också att ökningen avstannat 2018.

De totala intäkterna för 90-kontoorganisationerna har ökat med nästan 8,7 miljarder kronor, eller 66%, under perioden 2008–2018. Diagrammet ovan visar att fördelningen mellan de olika intäktskällorna har varit stabil. Det är mycket små förskjutningar över tid. Allmänhet och myndigheter står för en knapp tredjedel vardera. Resten kommer från företag, organisationer och övriga intäktskällor. Företagen har visserligen haft en kraftig tillväxt i procent räknat med nästan 300%, men det motsvarar inte mer än drygt 920 miljoner kronor. Under samma tid ökade insamlingen från allmänheten med 2,9 miljarder kronor. Alltså mer än tre gånger så mycket som insamlingen från företag. Vi har i år särskilt intresserat oss för just företagens finansiering av civilsamhället och återkommer till det nedan.

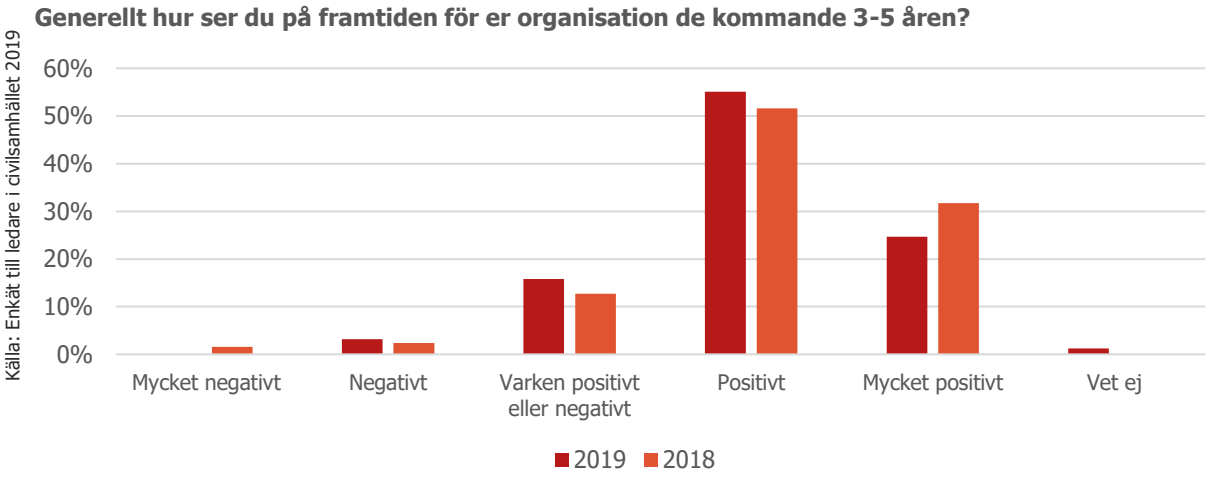
Finansiering per intäktskälla, 90-konto-innehavare

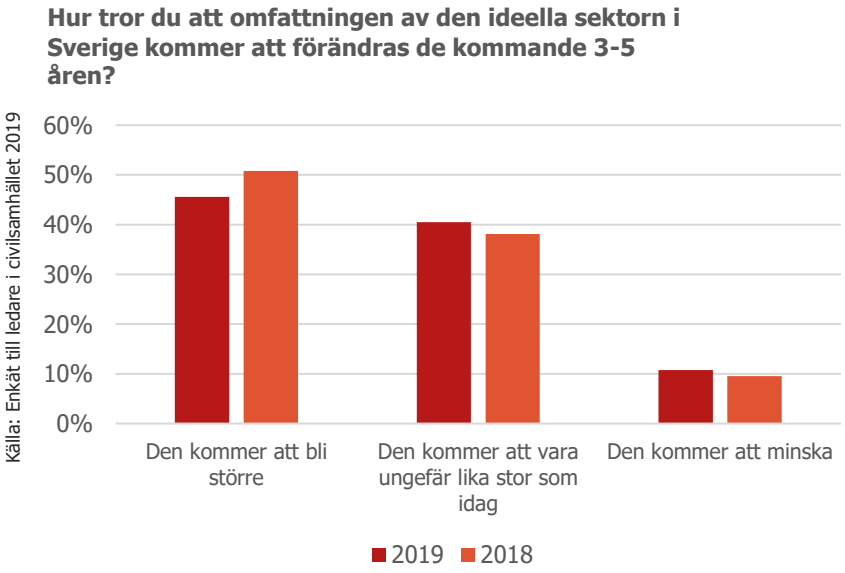


Ledarnas syn på framtida intäkter

För att få en bild av hur organisationerna själva ser på förutsättningarna för civilsamhället i stort och för den egna organisationen har vi tillfrågat högsta cheferna inom sektorn om deras syn. Ideella föreningar har en viss överrepresentation bland de som har svarat vilket kan vara bra att ha i åtanke.

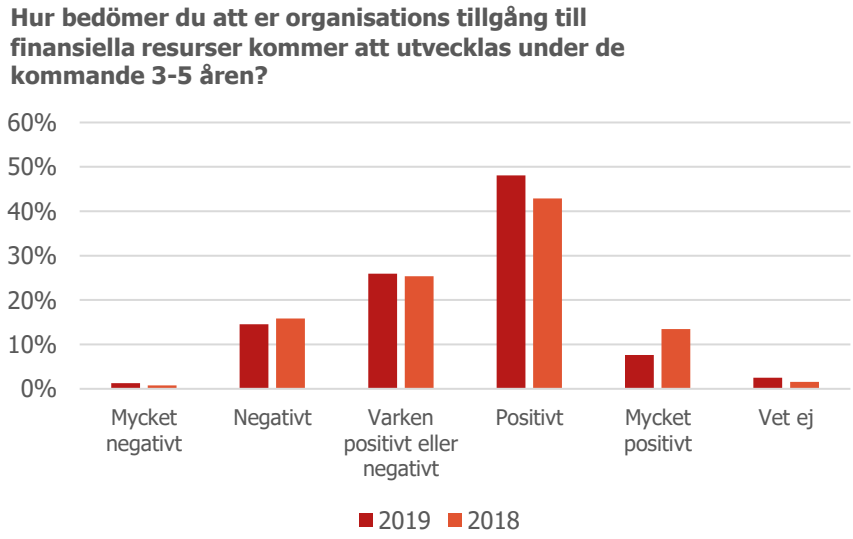
När organisationerna svarar på hur de ser på framtiden för sin egen organisation är det överlag en positiv bild som framträder. Samtidigt är det en liten försämring jämfört med föregående år. Andelen mycket positiva har minskat medan det är fler som är neutrala eller positiva än tidigare.





När det gäller omfattningen av den ideella sektorn i stort de kommande åren visar svaren också på en något mindre optimistisk inställning. Deras bild av framtiden för ideell sektor visar inte på några större förändringar från föregående år men något färre än föregående år tror att sektorn kommer att bli större och något fler tror att sektorn kommer att minska.

Diagrammet till höger visar hur organisationerna själva bedömer att organisationens tillgång till finansiella resurser kommer utvecklas under de kommande tre till fem åren. Jämfört med 2018 svarar något fler att de bedömer att organisationens tillgång till finansiella resurser kommer utvecklas positivt.

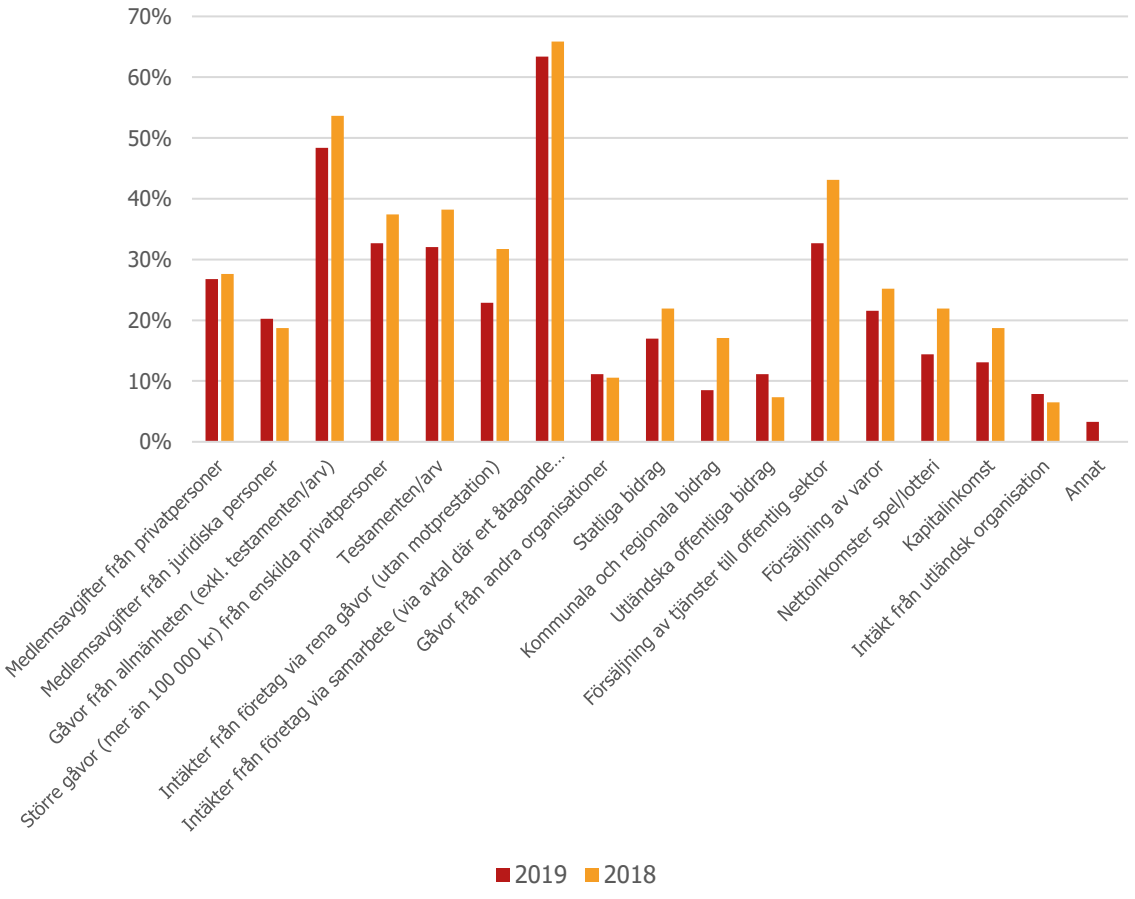


Undersökningen visar att ledarna är något mindre optimistiska inför framtiden än vad de var för ett år sedan oavsett om det gäller sektorn, den egna organisationen eller tillgång till finansiella resurser.

MUCF:s undersökning om de ideella föreningarnas villkor ger en positiv bild. 9 av 10 respondenter bedömer att deras förening haft goda ekonomiska förutsättningar att driva sin verksamhet och att de också kommer att ha det i framtiden. Nästan 8 av 10 tror dessutom att de kommer att ha resurser att utveckla verksamheten vidare.

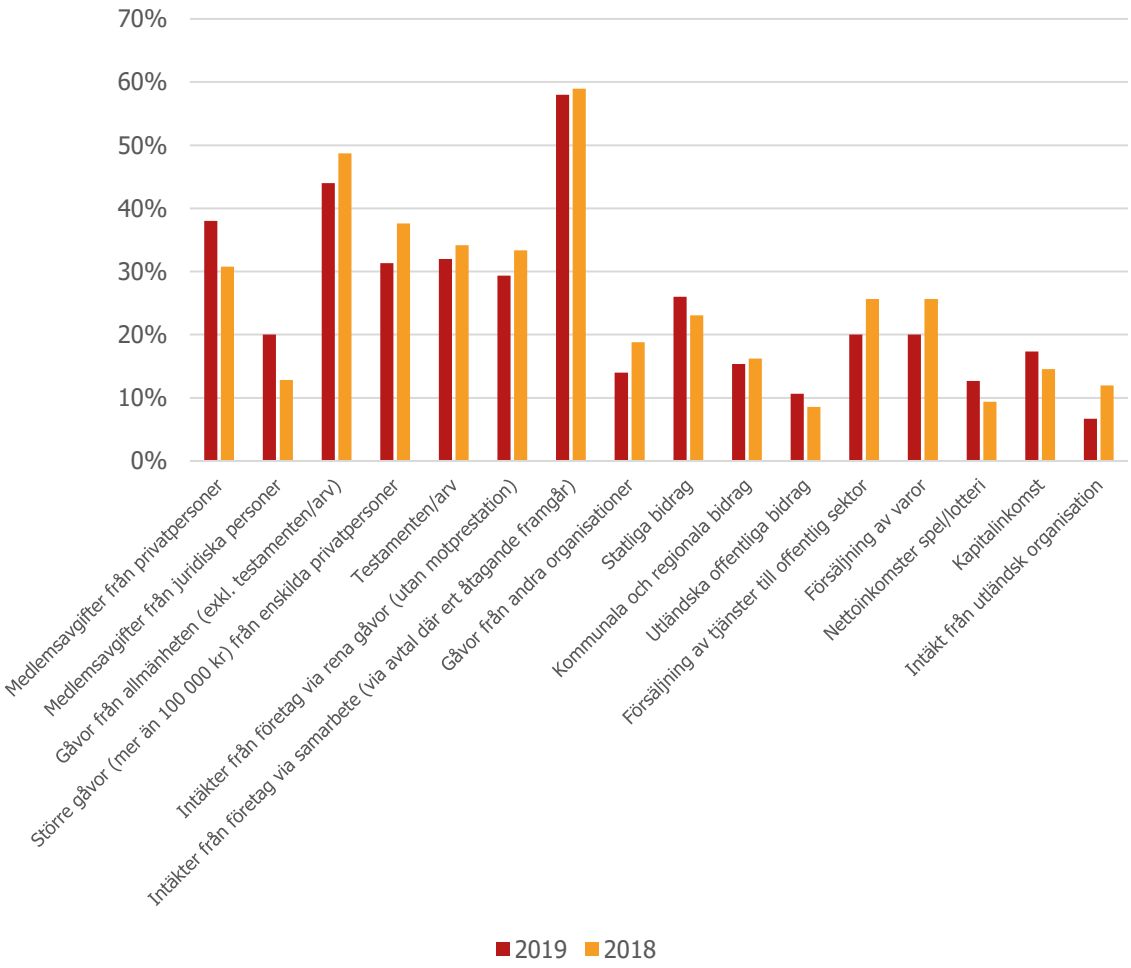
Ledarna inom civilsamhället fick i vår undersökning ge sin uppskattning avseende hur de tror att följande intäktskällor kommer att utvecklas för ideell sektor i Sverige de närmaste två åren. Nedan ser vi andelen som anger att de tror på ökningar.

Andel som uppger att följande intäktskällor kommer öka



Andelen som uppger att intäkterna inom ideell sektor kommer öka har generellt minskat från förra året. Ledarna tror mest på att inkomster från företag via samarbete kommer att öka, på andra plats kommer gåvor från allmänheten och på delad tredje plats tror man på försäljning av tjänster till offentlig sektor och på större gåvor från enskilda privatpersoner. Alla dessa har dock minskat från förra året, det vill säga det är en mindre andel som tror att dessa intäktskällor kommer öka i år än vad det var förra året.

Andel som uppger att följande intäktskällor kommer öka i den egna organisationen

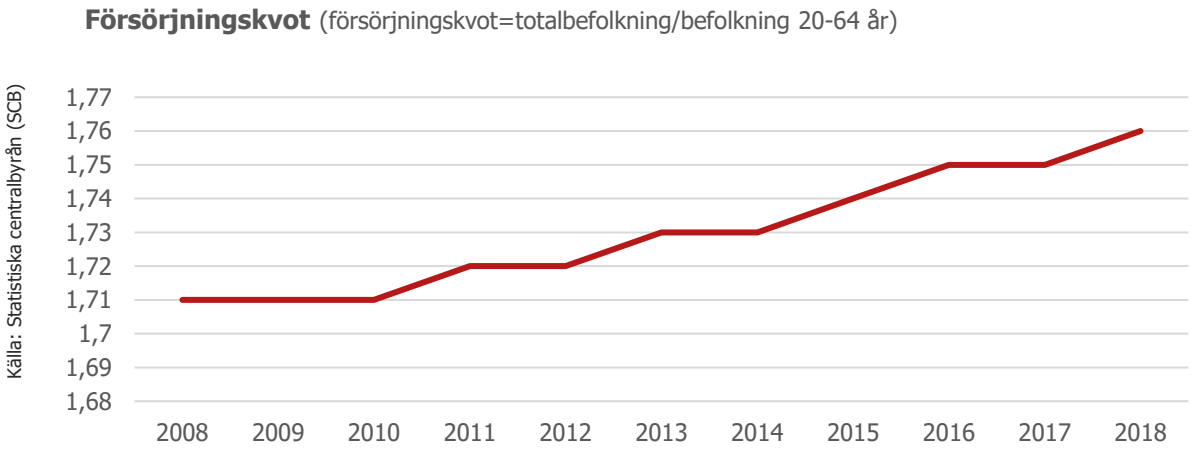


När ledarna uppskattar hur de tror att intäktskällorna kommer att utvecklas i den egna organisationen är de mest positiva till intäkter från företag via samarbeten, gåvor från allmänheten och medlemsavgifter från privatpersoner. Andelen som tror att intäkterna från medlemsavgifter från privatpersoner kommer öka är större i år än förra året, och även när det kommer till medlemsavgifter från juridiska personer tror fler i år att de kommer öka än vad man trodde förra året. I rapporten visar vi i tidigare avsnitt hur andelen medlemsavgifter sjunkit de senaste åren, vilket är något som organisationerna borde ha märkt av, och därför kan det tyckas märkligt att ledarna tror att just den intäktskällan kommer öka. En förklaring till det kan vara att ideella föreningar i denna undersökning utgjorde 76% av de svarande och att medlemsavgifter har större betydelse för dem än vad de har för stiftelser och registrerade trossamfund. Tittar vi på medlemsavgifterna i kronor framgår dock att medlemsavgifterna legat ganska stabilt de senaste åren. Varför ledarna tror på en ökning av medlemsavgifter framgår inte av denna undersökning, men kanske har man satsat mer på att öka medlemsantalet i år än man gjorde förra året?

3. Staten

Sammanställningen av intäktskällor för civilsamhället visar att bidrag från offentlig sektor står för knappt 30%. Organisationerna verkar också ha viss tilltro till att de offentliga resurserna kommer att öka men är det ett rimligt antagande? I det här kapitlet ges en närmare bild av hur den offentliga finansieringen, framför allt ur ett kommunalt perspektiv, kan komma att utvecklas.

Enligt SCB:s befolkningsprognos kommer befolkningen i Sverige att öka från drygt 10 miljoner idag till drygt 11 miljoner 2030. De är framförallt de äldre och de yngre som ökar vilket leder till en ökad försörjningskvot. De i förvärvsarbetande ålder ökar också men inte i samma utsträckning.



Genom att göra prognoser för befolknings-utvecklingen kan man ta reda på något som kallas för försörjningskvot. Försörjningskvoten tar endast hänsyn till förändringar i befolkningens sammansättning och inte hur arbetsmarknaden ser ut. Försörjningskvoten har under de senaste tio åren ökat.

En växande befolkning innebär på sikt både ökade inkomster och utgifter för den offentliga sektorn. Praktiskt taget alla i befolkningen bidrar i någon mån till skatteinkomsterna, antingen direkt som inkomstskatt på arbete eller indirekt via moms och andra former av indirekta skatter. Samtidigt innebär fler invånare ett större behov av välfärdstjänster i form av utbildning, vård och omsorg men också ökade offentliga utgifter för sociala transfereringar, såsom barnbidrag, sjukersättning och pensioner.

Kostnaden för kommuner och landsting för att upprätthålla dagens personaltäthet kommer enligt flertalet bedömare (SKL, Finansdepartementet, Konjunkturinstitutet) överstiga de resurser som finns att tillgå givet dagens skattesatser.

För att möta finansieringsbehovet kommer det krävas åtgärder både på utgifts- och intäktssidan. Verksamheten kan effektiviseras genom digitalisering och nyttjande av så kallad välfärdsteknik. Troligtvis måste det också ske en prioriteringsdiskussion - vad ska det offentliga erbjuda? På intäktssidan kan det handla om att antalet arbetande timmar måste öka eller att skatterna måste förändras. Att öka antalet arbetade timmar kan ske genom ett tidigare inträde (komprimera studietiden) och ett senare utträde (höjd pensionsålder). Det handlar också om att höja förvärvsfrekvensen i de grupper som har en svag koppling till arbetsmarknaden.

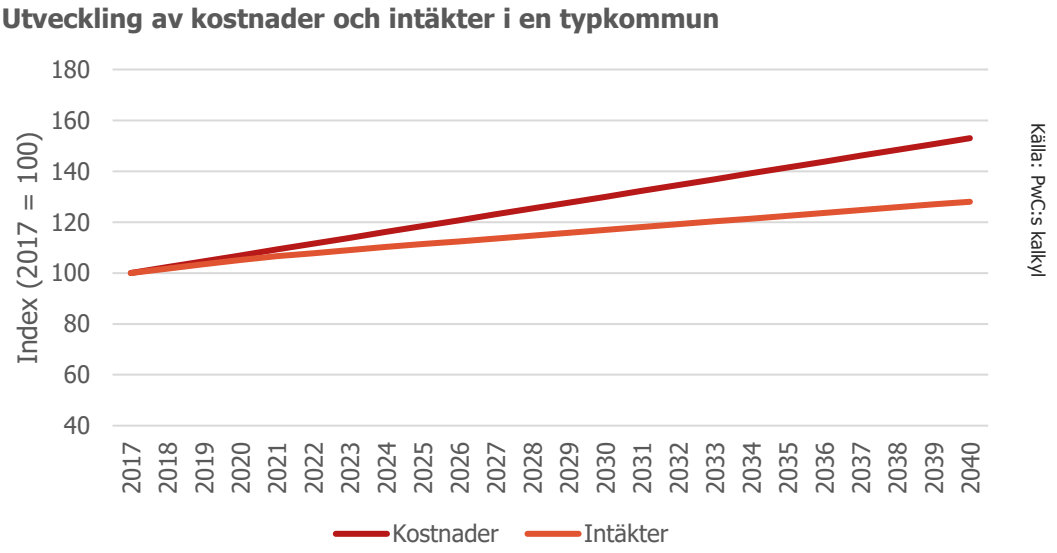
PwC har under de fem senaste åren arbetat tillsammans med ett femtiotal kommuner i syfte att ta fram långsiktiga analyser av ekonomin. Målsättningen har varit att lyfta ned den nationella diskussionen till den lokala nivån. Arbetet har gjorts i flera olika typer av kommuner och alla kommuner har självklart sin speciella situation men man kan ändå hitta vissa gemensamma nämnare.

Kommunernas osäkra framtid

Kommuner i tillväxtregioner har att hantera en kraftig utbyggnad av den kommunala servicen vilket leder till stora investeringar i nya lokaler och anläggningar. De investeringar som görs idag belastar kommunens budget i många år framöver. Samtidigt med denna expansion finns det ett stort behov av upprustning av befintliga skolor och fritidsanläggningar.

Kommuner med minskande folkmängd måste hantera en minskad total efterfrågan tillsammans med en kraftig omfördelning mellan verksamheterna. Kommunens intäkter anpassar sig tämligen direkt till den mindre befolkningen. Kan inte kommunen anpassa verksamheten riskerar kommunen stora underskott alternativt skattehöjningar.

Gemensamt för alla de kommuner som PwC arbetat med är att det på 10–20 års sikt uppstår ett finansieringsproblem. Det visar sig som ett gap mellan kostnader och intäkter. För att hålla kostnader i nivå med intäkterna kommer det krävas effektiviseringar och/eller omprioriteringar. I de kalkyler som PwC genomfört uppgår detta gap till mellan 1–1,3 procent årligen av kommunens omsättning.



Eftersom stora delar av civilsamhället är åtminstone delvis beroende av bidrag och stöd från den offentliga sektorn är det viktigt för organisationerna att följa hur förutsättningarna för offentliga sektorn utvecklas.

En ansträngd ekonomi för kommunerna kan få negativa konsekvenser för civilsamhället på flera sätt. Dels finns det risk för att kommunerna prioriterar den verksamhet som de enligt lag är skyldiga att arbeta med, medan mycket av den finansiering som civilsamhället får del av på kommunal nivå är kopplat till kommunernas frivilliga åtagande inom kultur och fritidsområdet. Dels kan en lågkonjunktur leda till att efterfrågan på civilsamhällesorganisationernas verksamhet kan förändras.

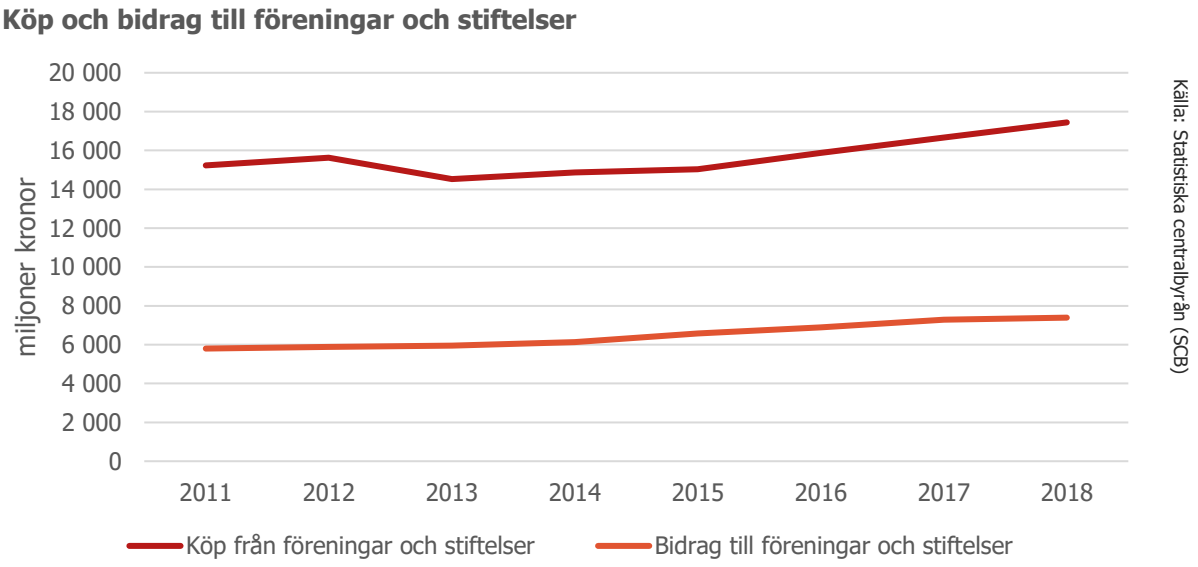
SKL:s prognoser visar att vi är på väg mot en lågkonjunktur och att arbetslösheten kommer öka. Den åldrande befolkningen sätter samtidigt press på kommunernas ekonomi. Kostnaderna för barn och äldre är högre än för befolkningen i arbetsför ålder och när andelen människor i arbetsför ålder minskar uppstår ett gap. Kommunerna måste hitta ett sätt att lösa det här gapet mellan intäkter och kostnader för välfärden. 2019 har varit ett tufft år för många kommuner och SKL beräknar att cirka 90 kommuner kommer redovisa ett underskott, samt att många kommuner kommer ha det fortsatt ansträngt under 2020.

Mer affär än bidrag på den lokala nivån

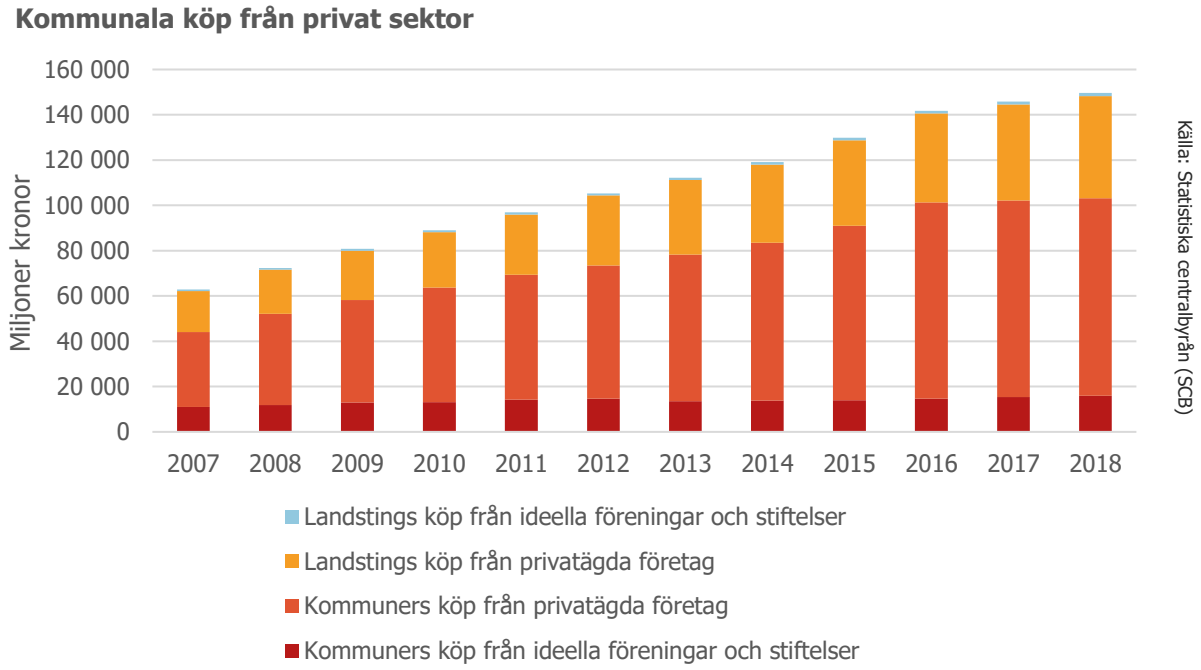
Tabellen nedan visar att ekonomiska transaktioner från kommuner och landsting till civilsamhället för det mesta sker genom köp av tjänster. Det intressanta här är att både köp från föreningar och stiftelser och bidrag till föreningar och stiftelser ökar. Dessutom sker ökningen av köp och bidrag i samma takt, andelen bidrag har därmed legat stabilt på 30% de senaste åren.

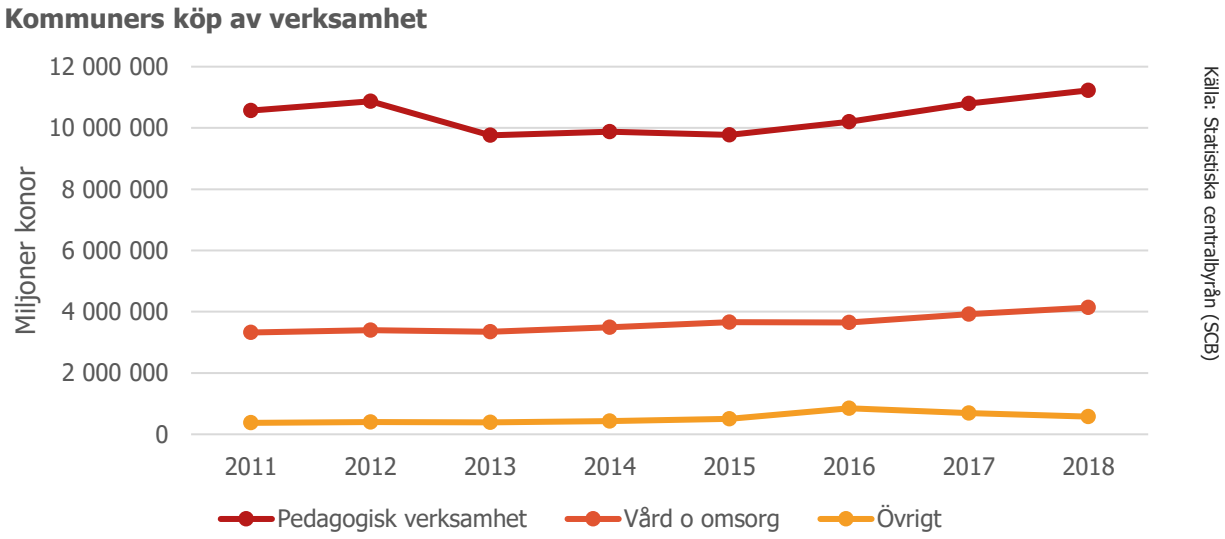
Mkr	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Köp från föreningar och stiftelser	15 229	15 624	14 526	14 867	15 033	15 869	16 660	17 444
Bidrag till föreningar och stiftelser	5 800	5 884	5 959	6 128	6 571	6 896	7 282	7 392
Andel bidrag	28%	27%	29%	29%	30%	30%	30%	30%

Källa: Statistiska centralbyrån (SCB)



Diagrammet nedan visar att kommuners och landstings köp från privat sektor blivit allt större. Även om ökningstakten avtagit de senaste åren är det en omfattande privatisering av välfärdstjänster som skett. I denna utveckling har dock civilsamhället inte hängt med, antingen för att organisationerna inte velat det, eller för att de inte haft förmåga att ta tillvara på möjligheterna. Det kan också vara så att upphandlingar och valfrihetssystem som ofta används inte passar för den ideella sektorns organisationers sätt att arbeta.





Som framgår av diagrammet ovan är det framför allt inom skola och förskola som civilsamhället utför uppdrag inom välfärdssystemet. Förändringen är delvis demografiskt betingad, större barn och ungdomskullar ökar efterfrågan oavsett utförare. Den gula linjen som visar övrigt innehöll 2016 och 2017 en hel del tjänster som hängde samman med den så kallade "flyktingkrisen". Där har kommunernas behov minskat, likaledes av demografiska skäl, antalet asylsökande har helt enkelt minskat.

4. Kapitalet

Den inledande statistiken över civilsamhällets finansieringskällor i rapporten visar att företagens bidrag till organisationer med 90-konton har gått från 313 miljoner kronor 2008 till 1 237 miljoner kronor 2018. Som andel av den totala finansieringen utgör företagens gåvor och bidrag fortfarande en relativt liten andel. Samtidigt är företag en viktig finansiär och partner för många organisationer inom civilsamhället, och ofta är de särskilt betydelsefulla för mindre organisationer.

Stödet från företag kan se ut på många vis. Det kan handla om allt från penninggåvor till långsiktiga samarbeten där kompetens- och kunskapsutbyte är en viktig ingrediens. Det finns indikationer på att företagens samhällsengagemang växer och därför har vi i årets rapport valt att fördjupa oss i företagens finansiering av civilsamhället.

Av Giva Sveriges medlemmar uppger 66% att de har märkt av ett ökat engagemang och intresse från företag. FN:s globala hållbarhetsmål och nya krav på företagens hållbarhetsredovisningar verkar vara en bidragande orsak till förändringar och ett ökat ansvarstagande. Företagens samhällsengagemang verkar växa och deras relation till ideella organisationer kanske i och med det utvecklas.

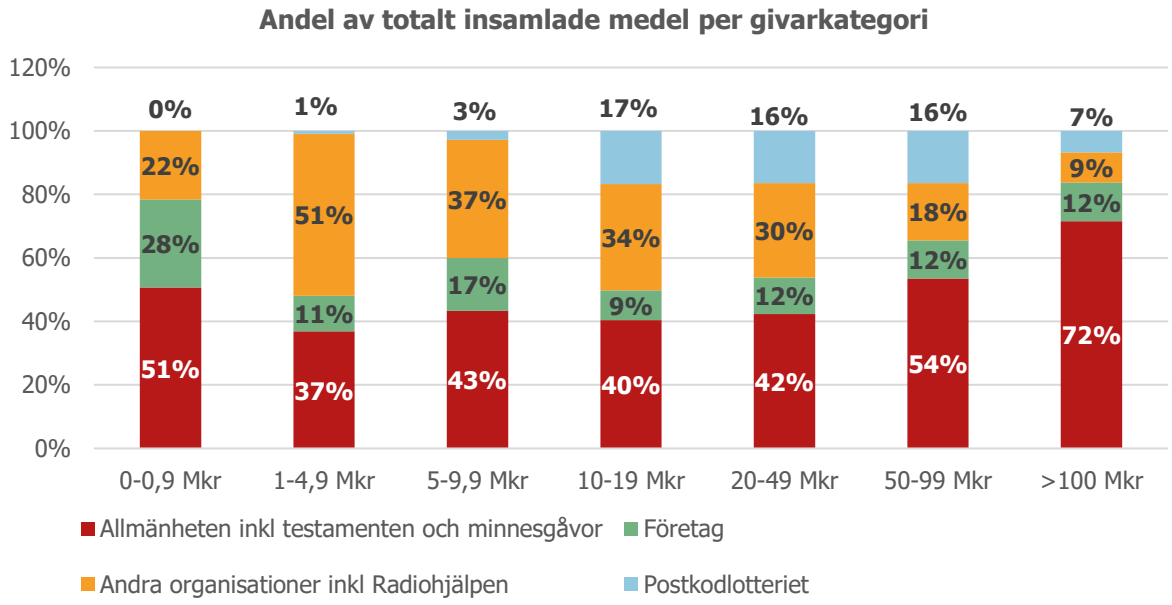
”Vi får fler förfrågningar och de partners vi redan har vill göra mer och fler saker ihop med oss. Agenda 2030 engagerar och företagen vill jobba med flera av målen.”

Insamlingsansvarig på organisation

Statistik över insamlade gåvor från företag till Giva Sveriges medlemmar, visar att företagens gåvor och bidrag har legat relativt stabilt runt knappt 1,1 miljard kronor årligen sedan 2013. Drygt 8 av 10 av medlemsorganisationerna uppger att de har tagit emot gåvor från företag. Men det här ger oss sannolikt inte hela bilden. Redovisningen av företagens gåvor och bidrag kan ha felkällor och är möjligen inte helt konsekvent. Ett exempel på möjlig felkälla är t ex att gåvor från stiftelser som är nära knutna till företag redovisas som bidrag från stiftelser istället för från företag. Dessutom vet vi också att företagens engagemang kan se ut på många sätt och att alla former av bidrag inte fångas in i statistik över gåvor. Företagen verkar vilja ta ansvar på flera vis och även involveras i högre grad i samarbeten med ideella organisationer.

81%

av Giva Sveriges medlemmar har tagit emot gåvor från företag



Källa: Giva Sveriges insamlingsstatistik 2018

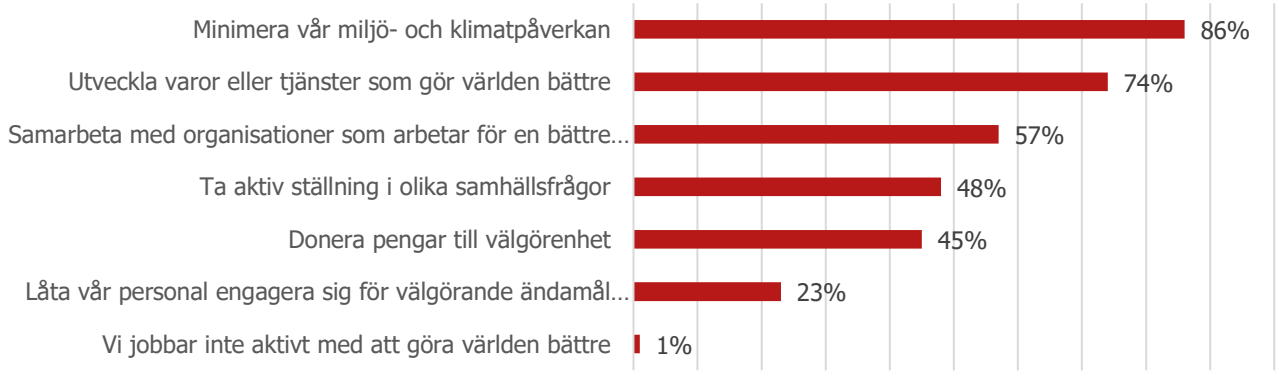
Diagrammet ovan som baseras på statistik från Giva Sveriges medlemsorganisationer visar att företagens och organisationernas bidrag är viktiga för organisationerna av alla storlekar. Men särskilt betydelsefulla är de för de de mindre organisationerna.

”Allt fler företag vill genomföra någon typ av aktivitet eller kampanj med syfte att samla in pengar till välgörenhet jämfört med tidigare då företagen kanske enbart skänkte en gåva. Det här gör att vi kan skapa större nivåer av insamling då upplägget även gynnar företaget.”

Insamlingsansvarig på organisation

Sätten som företag kan engagera sig på varierar och när de själva får frågan om hur de anser att de kan bidra till att göra världen bättre är det framförallt genom sin egen verksamhet man ser sina påverkansmöjligheter. Men närmare två av tre anser också att företaget kan bidra till en bättre värld genom att samarbeta med organisationer och nästan hälften att de kan bidra genom att donera pengar till välgörenhet.

På vilket eller vilka av följande sätt, om något, anser du att ditt företag bidrar till att göra världen lite bättre? Genom att...

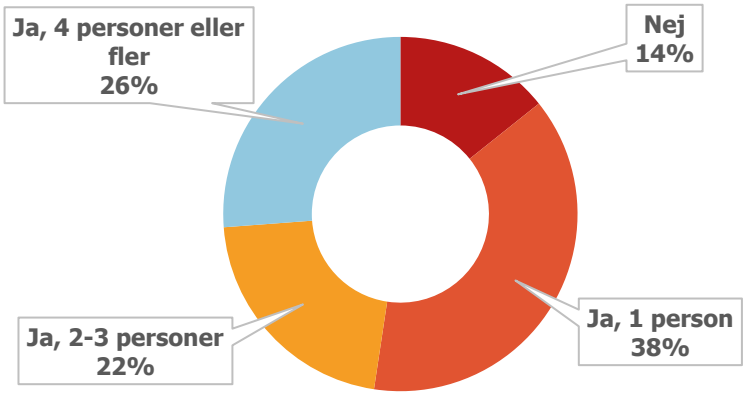


Respondenterna kan ange flera svarsalternativ

Källa: Novus undersökning på uppdrag av Reach for Change, maj 2019

När vi frågar insamlingsansvariga/ansvariga för företagssamarbeten på Giva Sveriges medlemsorganisationer ser vi att de allra flesta organisationer har dedikerad personal för att arbeta med företagssamarbeten. Endast 14% uppger att de inte har det.

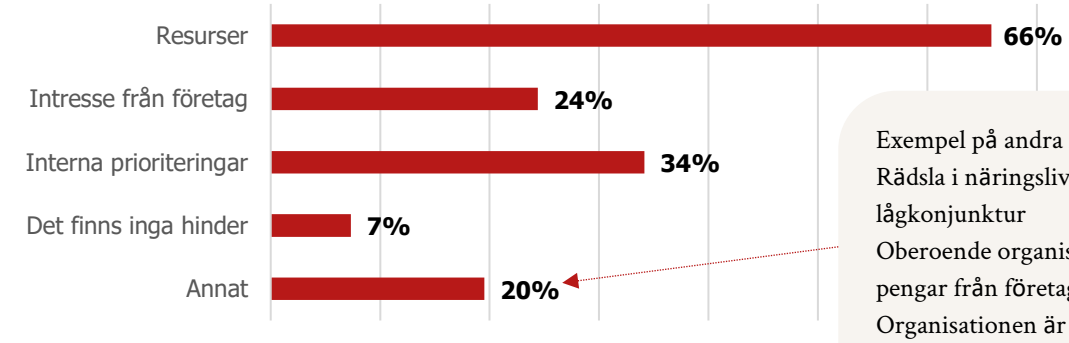
Har ni personal som är dedikerad att arbeta med företagssamarbeten?



Källa: Giva Sveriges enkätundersökning okt 2019

Den mest avgörande faktorn för att kunna få till fler eller större samarbeten med företag uppger organisationerna är resurser. Ett par organisationer uppger också att en kommande lågkonjunktur kan komma att vara ett hinder. Interna prioriteringar anges av en tredjedel som ett hinder. Det kan tyda på att det finns ett behov av att även internt visa på vad nya typer av samarbeten kan leda till och bidra med.

Vilka hinder finns det för att era samarbeten ska bli fler eller större?



Källa: Giva Sveriges enkätundersökning okt 2019

Exempel på andra hinder:
Rädsla i näringslivet för en kommande lågkonjunktur
Oberoende organisation som inte tar emot pengar från företag.
Organisationen är inte mogen att möta företagen i deras förväntningar och krav på att involveras i verksamheten.

Motiv och drivkrafter för företagen

I intervjuer med företag som Novus gjort uppger 65% av företagen att orsaken till att de engagerar sig i samhällsfrågor är att de har ett ansvar att bidra till en positiv samhällsutveckling. Det är också en stor andel som gör det för att attrahera arbetskraft eller stärka varumärket.

Varför engagerar sig ditt företag i olika samhällsfrågor?



Respondenterna kan ange flera svarsalternativ

Källa: Novus undersökning på uppdrag av Reach for Change, maj 2019

De djupintervjuer vi har gjort med huvudsakligen VD eller hållbarhetsansvariga på företag har gett ytterligare förståelse för vad som främjar, hindrar och driver företagen i sitt engagemang. Utifrån djupintervjuerna har vi identifierat fyra insikter som är viktiga att lyfta för att skapa större förståelse för utmaningar och möjligheter med samarbeten mellan företag och ideella organisationer.

1. Ledningen möjliggör

Initiativ till engagemang kan komma från flera håll inom företaget eller genom externa förslag. Men för att engagemanget ska bli långsiktigt och leda till verkliga satsningar krävs att beslutsfattare inom företaget är ombord. Ledningens eller ägarnas inställning är avgörande för att satsningar ska inledas och prioriteras.

> *”Med de tidigare ägarna som också var grundare kunde det ske rätt adhoc men de var också väldigt engagerade personer. Nu med nya ägare är det ett mer systematiskt. Du måste presentera idén på ett ledningsgruppsmöte för godkännande osv. ”*
>
> Hållbarhetsansvarig företag

2. Eldsjälen – en nyckelspelare

Att det finns en eller flera personer som driver och inte ger upp vid eventuella hinder är en viktig faktor för att både starta upp och driva långsiktiga samarbeten och initiativ. Eldsjälen kan vara en del av ledningsgrupp men den kan också finnas på annan position och ges mandat att driva engagemanget. Signifikant för eldsjälen är att den har ett personligt engagemang, ett driv och en envishet. Eldsjälen brinner och stannar inte för eventuella hinder. Eldsjälen är en nyckelspelare. Eldsjälens intressen verkar kunna styra företages satsningar inom hållbarhet och företagets samhällsengagemang. Även om beslut i frågor om hållbarhetssatsningar fattas på andra mer formella platser verkar eldsjälens påverkan kunna vara stor.

> *”Ja men du vet hur det kan vara. Vi kommer på en god idé men sen händer något på vägen. Förutsättningarna förändras och det blir inte lika enkelt som vi tänkt oss. Då behövs jag, för att se till att det ändå blir av och driva på både internt och externt.”*
>
> Hållbarhetsansvarig företag

”Min pappa var sjuk och självklart ville jag bidra på något vis. Jag la fram idén för ledningsgruppen att vi borde haka på rosa bandet och på den vägen var det.”

Hållbarhetsansvarig företag

3. Engagemang som smittar – alla vill vara en del av förändringen

Att relationen med den ideella organisationen fungerar bra kan vara avgörande. Att kontakterna fungerar smidigt, att företaget upplever sig hörda och har inflytande och att det ger positiv energi är av stor vikt. Här lyfts de mindre organisationernas potential av företagen. De ser att de små organisationerna kan vara mer anpassningsbara och företagen kan därmed få sina behov mötta på ett enklare vis.

”Jag blir så himla glad när vi träffar organisationen inför kampanjstart. De kommer hit och peppar igång oss och de brinner för sin sak. Det smittar liksom av sig.”

Hållbarhetsansvarig företag

Det är den ideella organisationen som är experten på sitt område och företagen vill ta del av såväl kompetens, kunskap och engagemang. Företagen vill vara en del av förändringen.

4. Hållbarhet, en del av affären

Företagens engagemang verkar ta nya former. Företagen ser i större utsträckning till helheten och hur de kan ta ansvar i sin egen kontext. Verksamheten anpassas för att bli mer hållbar och långsiktig. Engagemang och ansvarstagande integreras i affären. Engagemanget ligger inte utanför, varken budget- eller verksamhetsmässigt.

”Företagen vill i högre utsträckning vara med och påverka utformningen av stödet, inte bara stå för finansieringen. Ställer krav på oss som organisation att vara flexibla och anpassningsbara. ”

Insamlingsansvarig organisation

De globala hållbarhetsmålen spelar en viktig roll

FN:s globala hållbarhetsmål har snabbt fått fäste och verkar ha en stor inverkan på företagens engagemang. De globala målen är den mest ambitiösa agendan för hållbar utveckling som världens länder någonsin antagit och finns till för att uppnå fyra fantastiska saker till år 2030. Att avskaffa extrem fattigdom. Att minska ojämlikheter och orättvisor i världen. Att främja fred och rättvisa. Att lösa klimatkrisen. Sedan målen antogs av FN:s generalförsamling 2015 verkar de fått ordentligt fäste i det svenska näringslivet.

”SDG:erna är ingen ledstjärna men de är viktiga globalt som något att samlas kring. Fungerar också som dörröppnare i dialogen med många NGO:s – vilka annars ofta är skeptiska, ibland rent fientliga, till näringslivet.”

Hållbarhetsansvarig företag

”Det handlar om hur man kan kroka arm på bästa sätt. För stora samarbeten måste man hitta en gemensam idé där båda parter kan nå sina mål via samarbete. Annars blir det svårt att motivera insatser rent budgetmässigt.”

Hållbarhetsansvarig företag

Skulle du säga att FN:s globala hållbarhetsmål har någon betydelse för ditt företag? Vad av följande stämmer bäst...



Källa: Novus undersökning på uppdrag av Reach for Change, maj 2019

Mindre än 10 % uppger i Novus undersökning att de inte känner till FN:s globala hållbarhetsmål. 45% säger att de har en strategi för hur de kan bidra till målen och 22% att målen har en viss relevant. De globala målen verkar ge bränsle till företagens hållbarhetsarbete samtidigt som de också förenar och skapar bryggor. Att målen är tydligt formulerade och har en deadline verkar bidra till handling. I djupintervjuerna med företag kommer de globala målen snabbt och ofta på tal. Medvetenheten och förhållandet till dem varierar. För en del är de redan idag ett konkret verktyg som dels används för att strukturera upp hållbarhetsarbetet, dels för att agera brygga till partners. Det beskrivs att målen i sig överbygger skillnader mellan företag och ideella organisationer och hjälper till att sätta gemensamma mål och vägar för att ta sig dit.

Tydligt är också att de globala hållbarhetsmålen bidrar till att fler företag vill ta ansvar. Fler inser vikten och angelägenheten av att agera hållbart. Även förväntningarna från kunder, anställda och andra i omvärlden ökar. Att fler företag vill vara med och bidra och arbeta hållbart kommer möjligen leda till att ideella organisationer blir uppvaktade i högre grad. I och med det är det än viktigare att organisationerna har beredskap och har tänkt igenom vilka typer av partnerskap de vill ingå och även vilka gåvor eller samarbeten de säger nej till. Att de ideella organisationerna själva tydligt har formulerat hur de arbetar med de globala målen kan bidra till proaktivitet.

”En utmaning är att företag inte lever upp till de krav som kan och bör ställas på företags ansvar för hållbar produktion och verksamhet kopplat till både miljö och mänskliga rättigheter. Det är alltför mycket green och white washing som sker i samband med ideella sektorns samarbeten med företag.”

Insamlingsansvarig organisation

Novus på uppdrag av Reach for Change i maj frågade allmänheten om hur de anser att företag borde bidra till att göra världen bättre ser vi att enbart fem procent svarar att företagen inte aktivt behöver arbeta med det. Drygt 60% svarar att de bör arbeta med sin miljö och klimatpåverkan samt att de kan bidra till att göra världen bättre genom att utveckla varor och tjänster som gör världen bättre. Ungefär 30% anser att företagen bör bidra till en bättre värld genom att samarbeta med organisationer.

Två röster om företagens engagemang

Sofia Breitholtz, VD Reach for Change

Vi ser flera trender vad gäller företagens engagemang. För det första ser vi att engagemanget för hållbarhetsfrågor har ökat. Vi upplever en större förståelse för vikten av att sätta och genomföra strategier inom social hållbarhet. Inom vissa företag och branscher ser vi även att dessa frågor lyfts på ledningsgruppsnivå. Särskilt utifrån ett riskperspektiv. Vi ser samtidigt ett fortsatt behov av att öka förståelsen för att detta arbete måste vara mätbart och hållbart. Det kan inte heller vila på ett antal sponsorer i företaget, utan bör genomsyra affärsstrategierna. Vi ser dock också en trend att företag börjar jobba med dessa frågor internt, istället för i partnerskap med den ideella sektorn, och detta är en tråkig utveckling. Framförallt är den inte så effektfull och arbetet riskerar att inte prioriteras.

Särskilt intressant är att nya medarbetare och yngre talanger efterfrågar tydliga kopplingar med samhällsengagemang och detta kommer driva på ett ökat fokus. SDG- och ESG-ramverket har även gjort det tydligare för bolagen och gör att frågorna ökar i betydelse.

I takt med att bolagen efterfrågar tydliga sätt att engagera sig i samhällsfrågor som inte enbart innebär att ge pengar, kommer kraven på ideell sektor när det gäller paketering och kommunikation öka. Framöver kommer det krävas ännu tydligare beskrivningar av ROI. Vi se också flera aktörer som kommer in på dessa områden, allt från sociala entreprenörer till impact investerare. I grund och botten ser vi detta som mycket positivt eftersom vi behöver en ökad innovation och fler samarbetsformer med olika typer av investeringar för att lösa de samhällsutmaningar vi står inför idag. Däremot kommer det kräva en tydlighet där respektive aktör kommer få ompröva och hitta sin plats i ekosystemet.

Reach for Change hittar och stöttar sociala entreprenörer som har lösningar på de främsta utmaningarna som barn står inför idag. Vi hjälper entreprenörerna att utveckla sina verksamheter genom kapacitetsbyggande stöd. Reach for Change grundades 2010 av en social aktivist och Kinnevik-koncernen, och finns i 15 länder på tre kontinenter.

Olof Hugander, Senior rådgivare, Brakeley Nordic

Företagen, och de stiftelser som ibland finns anknutna, arbetar numera mycket mera strategiskt med samhällsengagemang. För några år sedan såg de flesta företag på samhällsansvar ur ett ganska passivt välgörenhetsperspektiv, utifrån en CSR-policy. Numera integrerar många företag ansvarstagande i kärnverksamheten och ser det som en självklarhet att bidra till en bättre värld. Det finns också en ökad press på företagen från ägarhåll att arbeta med hållbarhetsfrågor och det är något som anställd personal alltmer efterfrågar. Således är hållbarhet numera en konkurrensfråga i näringslivet.

Vi tror att utvecklingen kommer att fortsätta gå i en riktning mot mer strategiska partnerskap, till skillnad från passivt gåvogivande på relativt blygsamma nivåer. Dels saknas skattemässiga incitament för företagen att skänka pengar och företagen kommer i allt högre utsträckning att integrera hållbarhet i sina visioner och strategier. Detta medför att dialogen, den ömsesidiga förståelsen och respekten mellan ideella organisationer och företag måste utvecklas. För att partnerskap ska realiseras och fungera i praktiken behöver man förstå varandras verksamheter och värdesätta hur olika perspektiv och kompetenser kan komplettera varandra för att skapa ömsesidiga fördelar. De stora utmaningar vi står inför kan inte lösas av enskilda aktörer eller sektorer – mer samarbete över traditionella gränser är nyckeln.

Brakeley Nordic hjälper icke-vinstdrivande organisationer utveckla sitt arbete med fundraising, resursmobilisering och externa partnerskap. Våra uppdragsgivare är oftast universitet och högskolor, ideella organisationer och kulturinstitutioner. Brakeley har arbetat med dessa frågor i 100 år. Företagets grundare anlitades 1919 av Harvard för att driva den första moderna fundraisingkampanjen.

En framtidsblick

Både de ideella organisationerna och företagen berättar om ett ökat engagemang. Fler vill vara med och utforma en hållbar värld för framtiden. Det erbjuder nya möjligheter men också nya förväntningar på varandra. Organisationerna kan genom att ingå i större och mer djupgående samarbeten få tillgång till resurser som tidigare inte funnits men fångas inte alltid upp med dagens sätt. De nya former av partnerskap som utvecklas ställer nya krav på hur organisationerna mäter företagens engagemang. All finansiering från företag kommer inte att gå via gåvor och bidrag utan kommer möjligen in andra vägar.

”Möjligheter med tätare samarbeten med företag är ett ytterligare genomslag för vår fråga genom att nå och engagera företagets personal och företagets leverantörer. Vi får också ofta tillgång till företagets kompetens vilket är fördelaktigt för oss.”

Insamlingsansvarig företag

Att stödja ideella organisationer med enbart med gåvor är en relativt liten del av engagemanget för de företag som vi har intervjuat.

”Vad gäller pengar är det bara den traditionella julgåvan vi arbetar med. Det är inte det som är prioriterat inom hållbarhetsarbetet. Prio är snarare in-kindbidrag och att man jobbar i samarbeten utifrån respektive styrkor. Det är vägen framåt.”

VD företag

Det är dock viktigt att understryka att det framför allt är stora eller medelstora företag som har deltagit i djupintervjuerna. För mindre företag kan direkta gåvor spela en större roll. I Novus undersökning ser vi att 45% av företagen säger att de genom att skänka pengar till organisationer kan förändra världen. Större samarbeten mellan företag och organisationer där flera parter går samman för att lösa gemensamma utmaningar kan givetvis ha flera ingredienser. Samarbeten kan innehålla såväl kompetens och kunskap samtidigt som det också ingår penninggåvor men möjligen syns detta inte i den ekonomiska redovisningen över insamlade gåvor. Förändrade former av företagsengagemang bidrar sannolikt till att de ideella organisationerna behöver tänka nytt.

Pitcha oss!

”Vi saknar uppvaktning från ideell sektor. Om någon skulle läsa vår hållbarhetsredovisning och visa på var de kan komma in och hjälpa oss så välkomnar vi det. Kom och pitcha oss.”

Hållbarhetsansvarig företag

I och med de globala hållbarhetsmålen och företagens ökade engagemang ställs högre krav på de ideella organisationerna som en professionell partner. Både organisationerna och företagen ger uttryck för en ökad professionalisering av engagemanget. Den ideella organisationen måste förstå sin del i företagets affär. Företagen vill bli bemötta där de är och vill förstå hur den ideella organisationen kan bidra. Företagen ger i intervjuerna uttryck för att de saknar proaktivitet från ideell sektor vilket visar på stora möjligheter för organisationerna att bidra i företagens ansvarstagande.

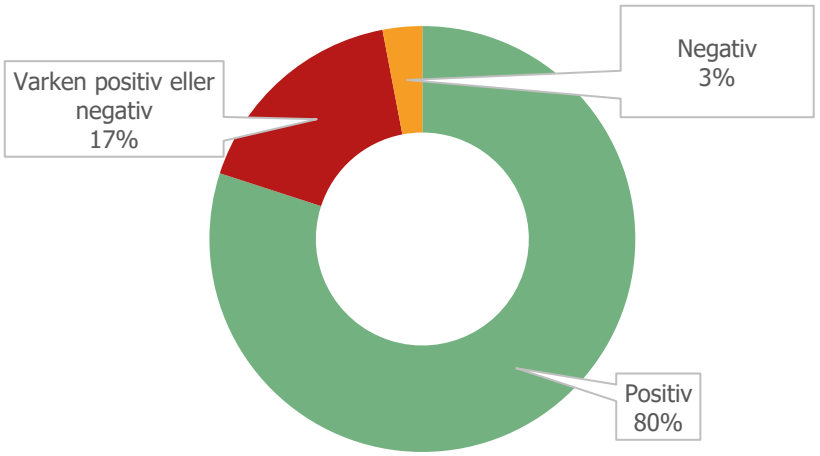
5. Medborgaren

Medborgarens betydelse för civilsamhället kan ses ur tre olika perspektiv som direkt och indirekt har betydelse för organisationernas finansiering. Som givare och medlem bidrar allmänheten direkt till finansieringen medan medlemmen och volontären bidrar till genomförande av olika verksamheter.

Statistiken i tidigare avsnitt visar att allmänheten sannolikt står för närmare 67% av intäkterna för civilsamhället i stort genom medlemsavgifter, gåvor, bidrag samt försäljning. Men vi ser också att den konsumtion som kan relateras till civilsamhället, definierat som den icke-vinstdrivande organisationer, har halkat efter i relation till konsumtionen totalt. Det indikerar att även om gåvor och bidrag från allmänheten ökar i absoluta tal, liksom att medlemsavgifterna till ideella organisationer ligger kvar på samma nivå som för fyra år sedan, har civilsamhället inte lyckats ta ”andelar” från annan konsumtion.

Den generella inställningen till ideella organisationer är fortsatt positiv enligt den undersökning som Giva Sverige med hjälp av Novus genomförde i januari 2019. Andelen som är mycket eller ganska positiva till ideella organisationer har ökat något jämfört med tidigare år och är nu 79%. Denna positiva inställning bör ge ideella organisationer förutsättningar för att också skapa tillit och förtroende vilket i sin tur är en grund för både givande och engagemang.

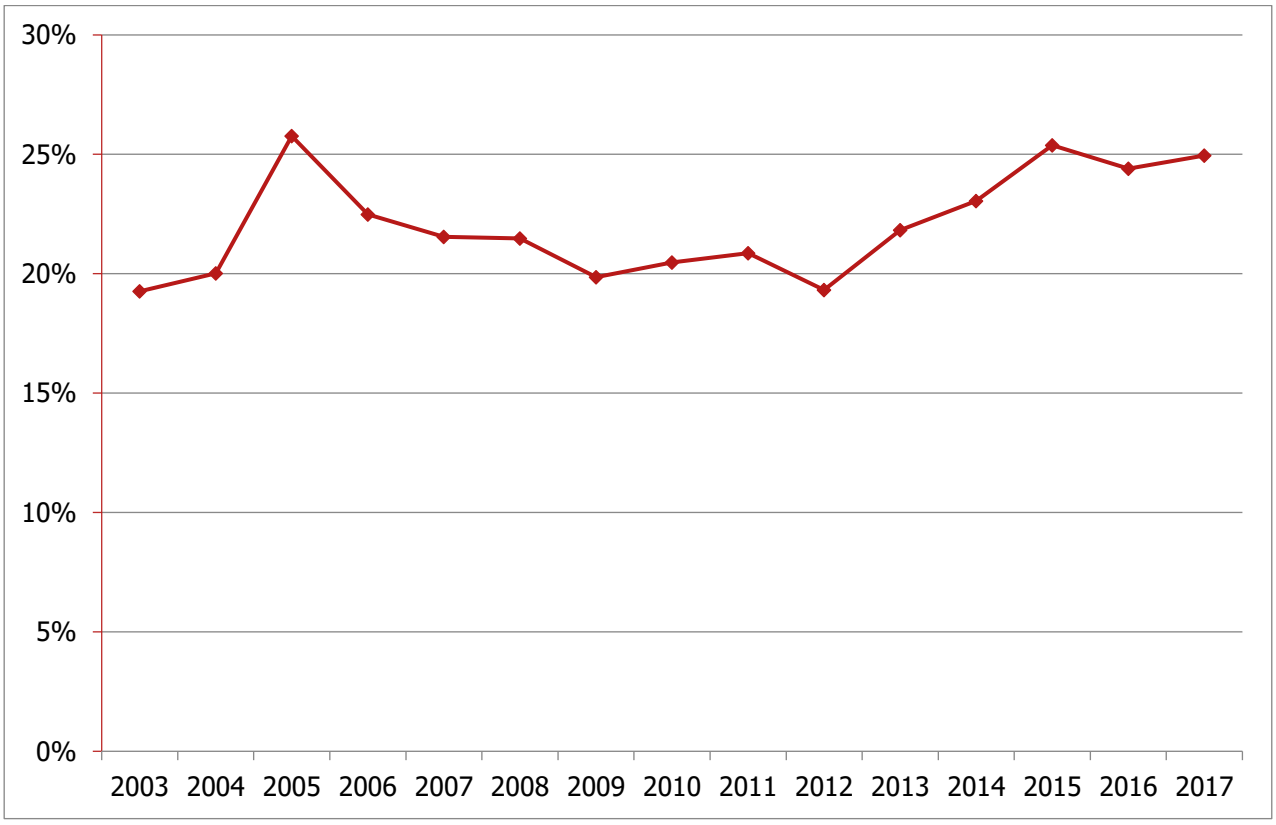
Vilken är din allmänna inställning till ideella organisationer?



Källa: Novus undersökning jan 2019

Glassindex är stabilt

Med glassindex jämför vi allmänhetens givande till 90-kontoorganisationer med hushållens konsumtion av sötsaker, glass, sylt, marmelad och konfekt. Glassindex är framtaget för att på ett tydligt sätt visa hur vi väljer att prioritera mellan två typer av konsumtion som inte är ”nödvändig” konsumtion. Efter 2005, då tsunamin i Sydostasien bidrog till kraftigt ökat givande, har givandet i relation till konsumtion av sötsaker minskat. Mellan 2012 och 2015 förbättrades glassindex med drygt 5 procentenheter till att nästan motsvara 2005 års nivå, men den positiva trenden bröts 2016. Det året minskade insamlingen av gåvor från allmänheten något jämfört med 2015, och tydligen valde vi samtidigt att i högre grad konsumera sötsaker och glass.



Källa: Statistiska centralbyrån (SCB) och Svensk insamlingskontroll

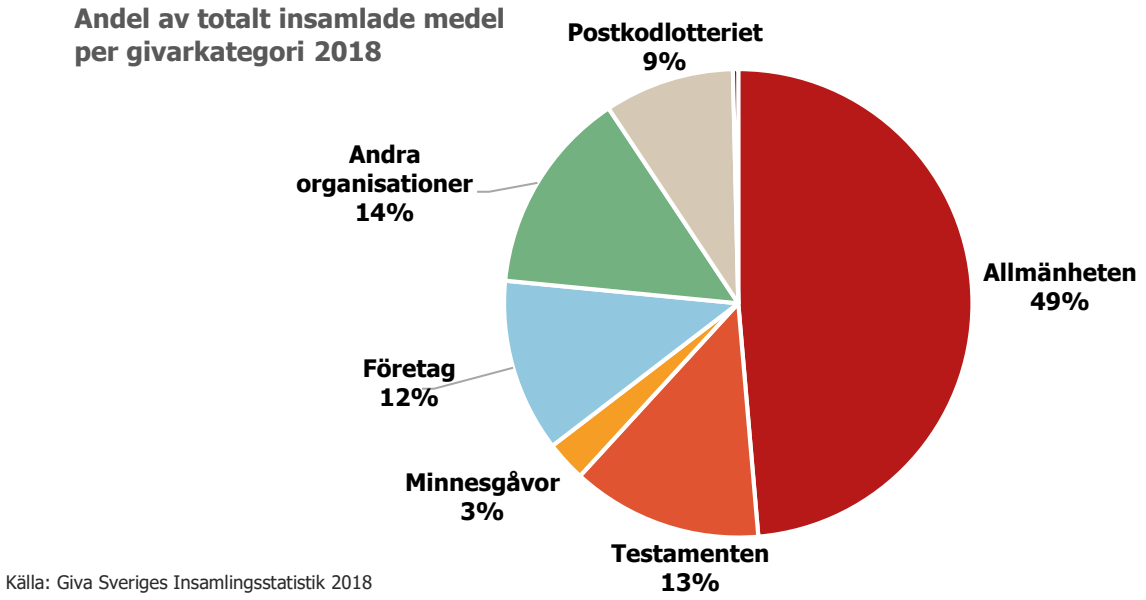
För 2017 har givandet förbättrats något i relation till vår konsumtion av sötsaker då vi lade 7,7 miljarder kronor på gåvor (och medlemsavgifter) till 90-kontoinnehavare och 31 miljarder kronor på sötsaker.

Glassindex visar dock att det potentiellt finns ett stort utrymme för ökat givande, men att det sannolikt handlar om att i högre grad än hittills kunna motivera enskilda medborgare till att avstå t ex sötsaker och glass till förmån för gåvogivande.

Givaren

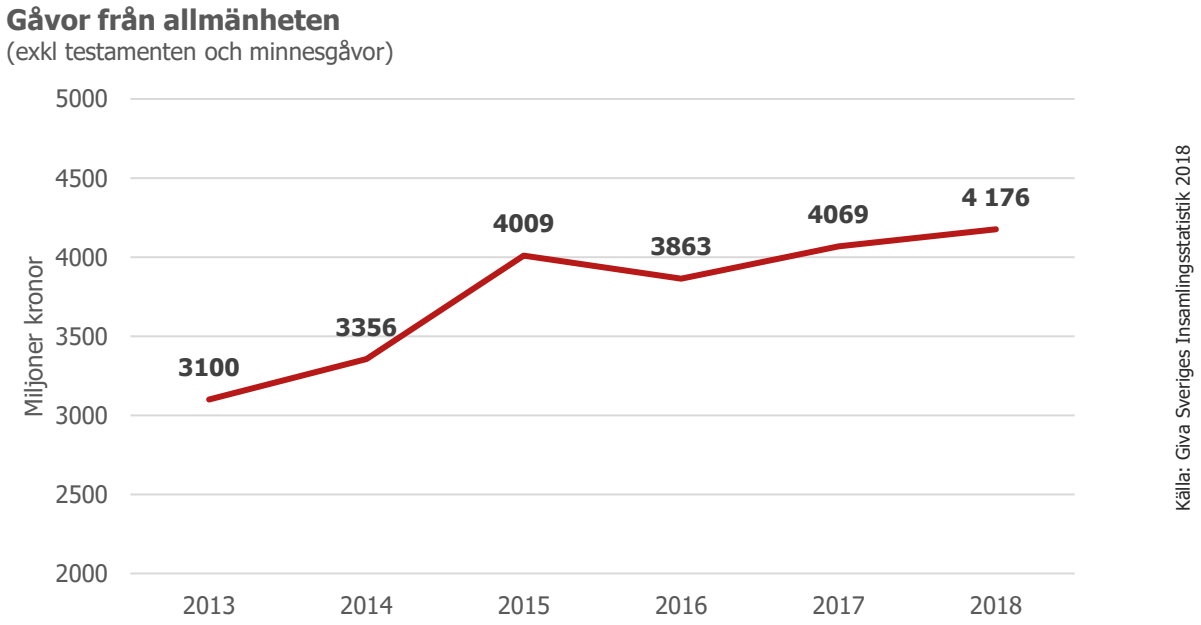
Allmänhetens gåvogivande, oavsett om det omfattar alla 90-kontoinnehavare eller Giva Sveriges medlemmar, står för huvuddelen av gåvorna till ideella organisationer. För Giva Sveriges medlemmar utgör

allmänheten gåvor inklusive testamenten och minnesgåvor 65% av totalt insamlade medel 2018. Företagens gåvor och bidrag, stiftelser och organisationer samt Postkodlotteriet fördelas relativt jämnt mellan de kvarvarande 35%.



Källa: Giva Sveriges Insamlingsstatistik 2018

Giva Sveriges statistik över insamlade medel visar på en ökning om 3% i allmänhetens givande jämfört med föregående år. Totalt skänkte allmänheten 4,2 miljarder kronor. Inkluderas även testamenten och minnesgåvor blir totalsumman 5,5 miljarder kronor.

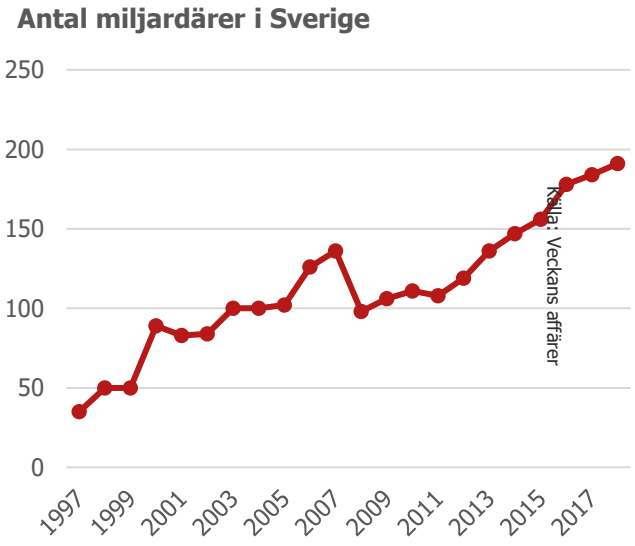




Närmare 60% av svenskarna har skänkt en gåva de senaste 6 månaderna och knappt hälften av dem uppger att de ger regelbundet till en eller flera organisationer. Denna andel har varit stabil under de senaste 7 åren vilket tyder på att den ökning av insamlade medel från allmänheten som skett inte kommer från att fler motiveras att ge utan att de som ger, ger mer. I undersökningen, som Novus gjort på uppdrag av Giva Sverige, uppskattar respondenterna att de i genomsnitt har skänkt 186 kr/månad per person. Generellt är kvinnor mer benägna att ge en gåva medan männen uppger i genomsnitt något högre gåvorbelopp.

Miljardärerna blir allt fler

Som det framkom i avsnittet om inkomstfördelningen har de med högre inkomster fått ännu högre inkomster de senaste åren. Här tittar vi närmare på hur utvecklingen ser ut för de som sitter på mycket stora resurser, nämligen miljardärerna. Antalet miljardärer i Sverige fortsätter att öka, 2018 fanns 191 svenska miljardärer. Deras genomsnittsåldern låg på 59,1 år och av dessa 191 miljardärer är 29 stycken kvinnor. De flesta bor i Stockholmsområdet eller i södra delen av Sverige. 44 stycken bor utanför Sverige där de flesta bor i Schweiz (14 st) och London (12 st). Om dessa personer väljer att delta i civilsamhället kan det betyda mycket för en ideell organisation, oavsett om det gäller kapital eller kompetens. Utifrån svaren från undersökningen bland ledare i civilsamhället svarar 33% av ledarna att de tror att större gåvor (100 000 kr eller mer) från enskilda privatpersoner kommer att öka i framtiden.

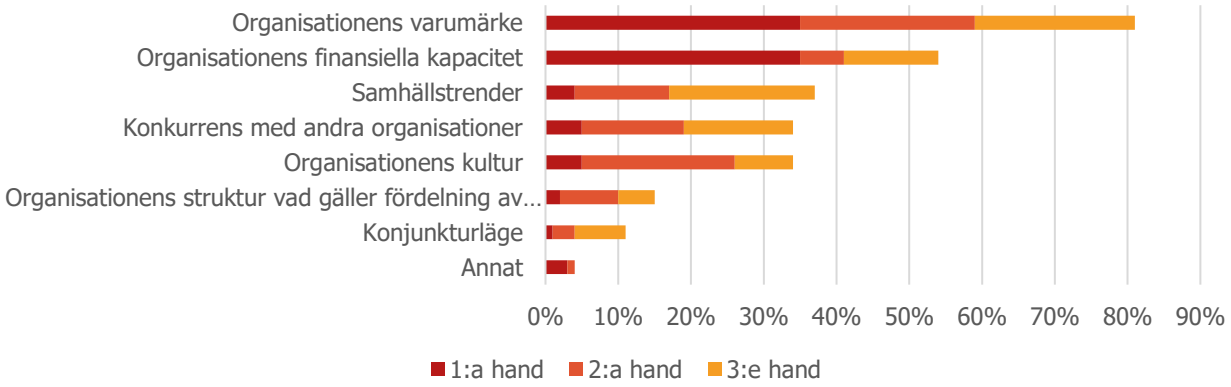


En utmaning och en möjlighet kan vara att dessa och andra kapitalstarka givare, kan ha andra önskemål om hur man vill utforma sitt givande. Det kan kräva en anpassning av organisationernas sätt att arbeta, men det kan också leda till att nya organisationer bildas för att möta nya givarbeteenden.

Vad kan öka insamlingen av gåvor?

När ledarna i civilsamhället fick frågan om vilken faktor de anser ha störst påverkan på förmågan att öka organisationens insamling svarade de flesta att organisationens varumärke är den viktigaste faktorn. Organisationens finansiella kapacitet och samhällstrender var också viktiga faktorer för insamling. Ledarna fick rangordna de tre alternativ de anser har störst påverkan på förmågan att öka insamlingen. Förra året hamnade konkurrens med andra organisationer som den tredje viktigaste faktorn, men i år har samhällstrender placerat sig som den tredje viktigaste faktorn.

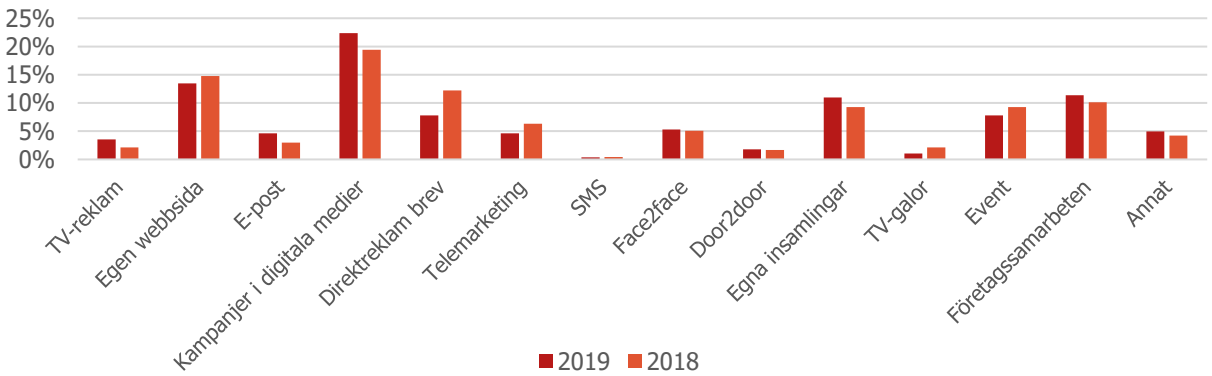
Vilken faktor anser du har störst påverkan på er förmåga att öka er insamling?



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2019

I diagrammet nedan kan vi se hur organisationerna får in nya givare. Flest givare får man in genom kampanjer i digitala medier, egen webbsida och via företagssamarbeten. Egna insamlingar hamnar på fjärde plats. Den största förändringen från 2018 till 2019 är att allt färre organisationer får in nya givare genom direktreklam med brev. Kampanjer i digitala medier blir däremot ett allt vanligare sätt att få nya givare. I övrigt är svaren väldigt lika mellan de två åren.

På vilket sätt får ni in flest nya givare?
Diagram enligt respondenternas prioritering 1-3 totalt



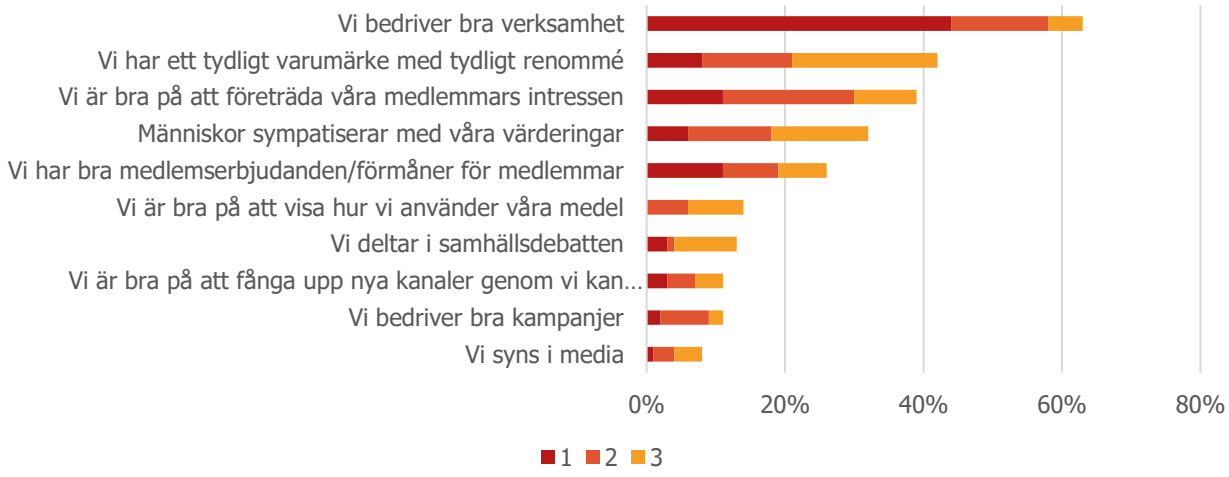
Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2019

Medlemmen

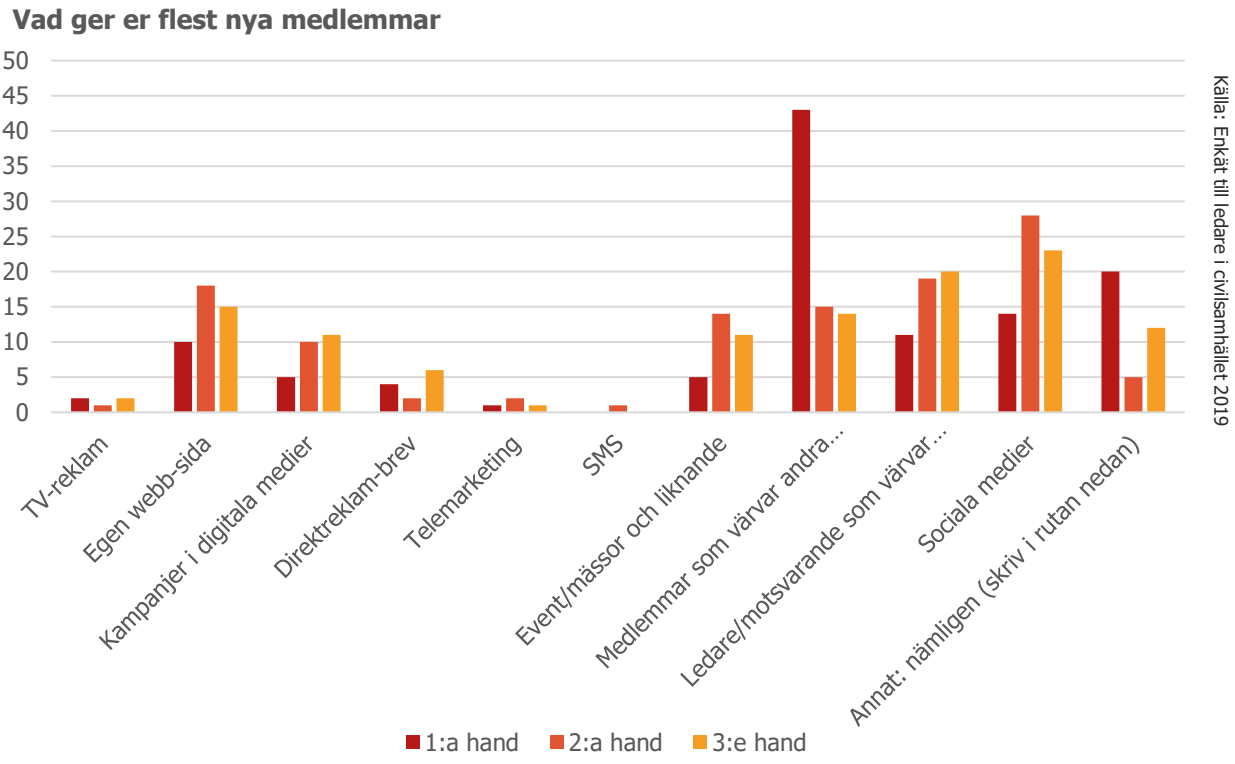
Som det framgår i statistiken över intäkter till civilsamhället minskar medlemsavgifter som relativ andel av finansieringen och utgör nu 16% totalt sett, även om det i absoluta tal är i huvudsak är oförändrat när det gäller de ideella föreningarna. Men medborgarens roll som medlem handlar förstås inte bara om finansiering, medlemskapet är grunden för den ideella föreningens demokratiska struktur men många medlemmar ger också en starkare röst. Rekrytering av medlemmar är därför centralt för alla ideella föreningars överlevnad. Det har varit en tendens till minskat antal medlemmar men eftersom vår undersökning till chefer i ideella organisationer visade på att man ändå har tilltro till medlemsavgifter som en stabil intäktskälla i relation till andra intäkter kan det vara ett tecken på att organisationerna har gjort eller har för avsikt att göra satsningar på rekrytering av medlemmar.

Att bedriva bra verksamhet, företräda medlemmarnas intressen och erbjuda förmåner för medlemmarna är ledarnas svar på varför människor väljer att vara medlemmar i deras organisation, se diagram nedan. Tre alternativ skulle rangordnas.

Varför tror ni att medlemmar väljer att vara medlemmar i er organisation?

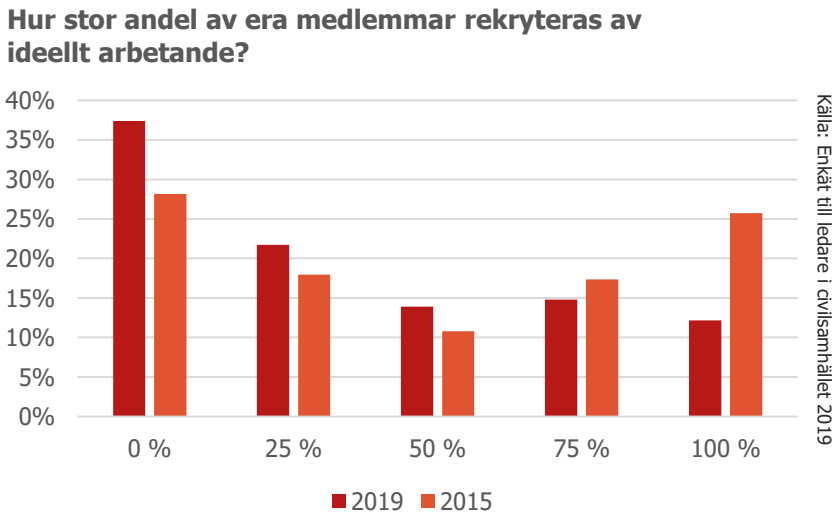


Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2019



Vi bad också ledarna att rangordna hur de nya medlemmarna kommer in till organisationen. Medlemmar som värvar andra medlemmar är markant mycket vanligare följt av sociala medier. Att få nya medlemmar via SMS, telemarketing och TV-reklam är i princip inte aktuellt.

Trots att medlemmar som värvar andra medlemmar är det vanligaste svaret på hur organisationerna värvar nya medlemmar kan vi här till höger se tydligt att allt färre rekryterar medlemmar med hjälp av ideellt arbetande när 2019 jämförs med 2015. En egen medlem definieras möjligen inte som ideellt arbetande.



Volontären

Att som volontär eller frivillig engagera sig i en organisation är en tredje viktig roll för medborgaren att bidra till ideella sektorns verksamhet och har en ekonomisk betydelse långt större än både givande och medlemsavgifter.

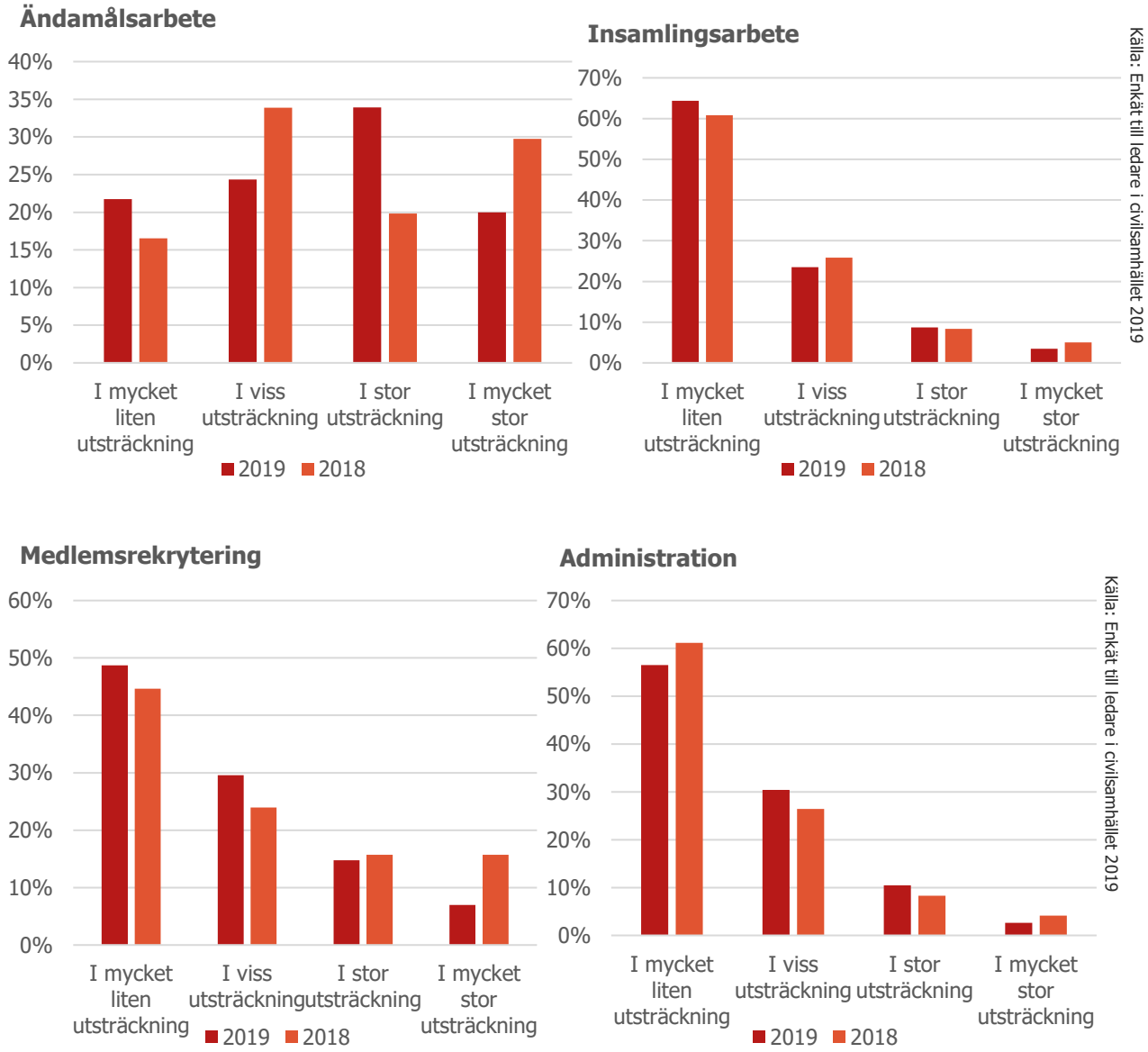


Ungefär hälften av den svenska befolkningen uppger att de har arbetat ideellt under de senaste tolv månaderna enligt Folk i rörelse – medborgligt engagemang 1992 - 2014, Ersta Sköndal Bräcke högskola. Detta engagemang har varit stabilt under lång tid, eller i vart fall sedan den första mätningen gjordes 1992.

Med utgångspunkt i Ersta Sköndal Bräcke högskolas undersökning och SCB:s data om befolkningen mellan 16 och 74 år kan vi beräkna att antalet heltidstjänster som de ideellt arbetande utförde 2014 är närmare 400 000. I en studie från 2018 av Mats Wangdal och Ola Segnestam-Larsson värderades det ideella arbetet år 2014 till 131 miljarder kronor. Med tanke på att de totala intäkterna till civilsamhället enligt SCB:s undersökning Hushållens ideella organisationer uppgår till drygt 88 miljarder kronor 2014 förstår vi hur viktigt det ideella arbetet är. Wangdal & Segnestam-Larssons rapport beräknar att det ideella arbetets (teoretiska) bidrag till BNP är ungefär lika stort som hela detaljhandels, eller ca 3,3 %.

Vi har bett cheferna inom civilsamhället besvara frågor om hur organisationerna använder ideellt arbete. Cheferna fick skatta i vilken utsträckning organisationerna använder ideellt arbetande inom fyra olika områden; ändamål, medlemsrekrytering, insamlingsarbete och administration. Det som framstår som stabilt är att ideellt arbete i större omfattning används för ändamålsarbete och medlemsrekrytering än för administration och insamling.

I vilken utsträckning används ideellt arbetande för:



Kontakt

Giva Sverige är en branschorganisation som arbetar för tryggt givande. Våra drygt 155 medlemmar representerar en bredd av ideella organisationer med olika ändamål, av olika storlek och på olika platser i landet. Giva Sverige arbetar för ökat givande i Sverige därför att vi tror på ett starkt civilsamhälle. Genom att förbättra förutsättningarna för insamling av gåvor vill vi bidra till en positiv samhällsutveckling.

Charlotte Rydh, Generalsekreterare
Telefon: 08-677 30 93 E-post:charlotte@givasverige.se

Josefiina Ben Azzouz, Analytiker
Telefon: 08-677 30 91 E-post: josefiina@charlotte.se

PwC Sverige är marknadsledande inom revision, redovisning, skatte- och affärsrådgivning med 2 800 medarbetare och 34 kontor runt om i landet. PwC Sverige utvecklar värden för 45 000 kunder vilka utgörs av stora, medelstora och mindre företag samt ideella organisationer och offentlig sektor.

Johan Sverker, Senior Rådgivare
Telefon: 010-213 39 17, E-post: johan.sverker@pwc.com

Sara Karlberg, Rådgivarassistent
Telefon: 0728-809 163, E-post: sara.karlberg@pwc.com

Ladda ner rapporten på www.givasverige.se/kunskap/rapporter