Tillit och fördom 2020

Om allmänhetens syn på ideella organisationer, engagemang och givande



giva SVERIGE

Branschorganisationen
för tryggt givande

Innehållsförteckning

1. Förord
2. Sammanfattning
3. Förtroende och engagemang
4. Vad är viktiga verksamhetsområden?
5. Givandet och givarna
6. Kontakt

Kort om rapporten

Bakgrund

Giva Sverige har med hjälp av Novus undersökt allmänhetens inställning till ideella organisationer och givande under sex år.

Målgrupp och urval för undersökningen

Målgrupp är allmänheten i åldersgruppen 18-79 år. Undersökningen är genomförd i Novus riksrepresentativa Sverigepanel som är slumpmässigt rekryterad. Totalt omfattar undersökningen 1008 intervjuer. Deltagarfrekvensen är 61%.

Tid

Undersökningen har genomförts som en webbenkät 20-27 januari 2020.
(Notera att undersökningen genomfördes innan spridningen av Corona viruset i Sverige.)

Rapportupplägg

Rapporten bygger på undersökningen genomförd av Novus enligt ovan. Resultaten kompletteras av annan information. Särskild källa anges i de fallen.

1. Förord

För ideella organisationer är förtroendekapitalet både bland allmänhet och beslutsfattare avgörande för all verksamhet men särskilt för att kanalisera människors breda engagemang och vilja att bidra med både tid och pengar. Hur människor ser på sin egen roll och engagemang är också centralt för att ideella organisationer ska kunna motivera till delaktighet som medlem, volontär eller givare. Liksom att få en insikt om vilka verksamhetsområden allmänheten tycker är viktiga. I årets undersökning har vi för första gången ställt frågor som rör just det egna engagemanget och uppfattningar om olika verksamhetsområdens betydelse.

Rapporten bygger i huvudsak på en undersökning genomförd av Novus i januari 2020, dvs innan coronavirusets spridning i Sverige och världen, men den mobilisering som nu sker av enskilda eller grupper av personer för att hjälpa andra ligger i linje med de resultat som svaren indikerar. Resultaten visar nämligen att det verksamhetsområde som uppfattas som viktigast är forskning om sjukdomar som kan drabba mig eller mina anhöriga tätt följt av vård och omsorg om äldre. Och att engagemang underlättas av enkelhet och låga trösklar, gärna också med någon form av egennytta eller närhet till min egen vardag.

Så för ideella organisationer som behöver stöd både i form av pengar eller tid, kan det vara mycket värt att vara än mer fokuserade på att identifiera för vem just ert ändamål uppfattas som nära men framför allt, hur enkelt är det att engagera sig.

Charlotte Rydh
Generalsekreterare

81%

har tagit beslut i vardagen för att leva mer miljövänligt

Forskning om sjukdomar som kan drabba mig eller mina anhöriga
anges av 9 av 10 som ett viktigt verksamhetsområde.

2. Sammanfattning

Den här rapporten tas fram för att ge en bild av allmänhetens inställning till ideella organisationer och givande. För första gången undersöks också allmänhetens inställning till olika organisationers ändamål samt hur människors engagemang tar sig uttryck.

Undersökningen visar att knappt 8 av 10 har en positiv inställning till ideella organisationer vilket är en i nivå med tidigare år. Även tilltron till det egna engagemangets betydelse är relativt högt där 6 av 10 tror att deras egen insats har betydelse för samhällsutvecklingen.

Viljan att bidra till minskad klimatpåverkan toppar de aktiva livsvalen. Hela 81% svarar att de har tagit beslut i vardagen för att leva ett mer miljövänligt liv. Det finns också en stark vilja att bidra och engagera i samband med konsumtion. För engagemang som kräver investering av sin egen tid t ex ideellt arbete i en idrottsförening eller engagemang i kulturell verksamhet är det färre som anger detta. Människor som skänker gåvor är överlag mer engagerade än övriga.

De verksamhetsområden som skattas som viktigast är forskning om sjukdomar som kan drabba mig eller mina anhöriga, hjälp och skapande av trygghet för barn i Sverige samt vård och omsorg av äldre i Sverige.

Skattningen av olika verksamhetsområden visar tydligt att alternativ som handlar om insatser i Sverige föredras framför insatser i andra länder. Dock skiljer sig givare från icke-givare genom att givare i högre grad uppfattar verksamhet i andra länder som viktig.

Knappt 6 av 10 uppger att de har skänkt en gåva det senaste halvåret och av dem är det närmare 50% som uppger att de skänker månadsvis. Totalt sett är det något färre som skänkt medan andelen månadsgivare är konstant. Det kan vara ett tecken på att de lojala givarna har stannat kvar medan de spontana givarna har minskat.

Det ska vara enkelt att ge en gåva! Swish fortsätter växa som föredragen betalmetod men även automatiska dragningar via till exempel autogiro står sig starkt. Att ge i samband med en begravning är liksom tidigare år det mest föredragna betalsättet men där har skett en kraftig minskning. Katastrofer motiverar till givande och möjlighet att skänka i samband med konsumtion uppskattas också av givaren.

Närmare 6 av 10 bedömer att ideella organisationers projekt eller verksamhet bidrar till samhällsnytta vilket är i linje med tidigare år. Däremot framkommer en ökning av de som i ganska låg grad bedömer att ändamålen och projekten gör nytta. Det har alltså skett en förflyttning i negativ riktning som är mycket viktig att bevaka utvecklingen av.

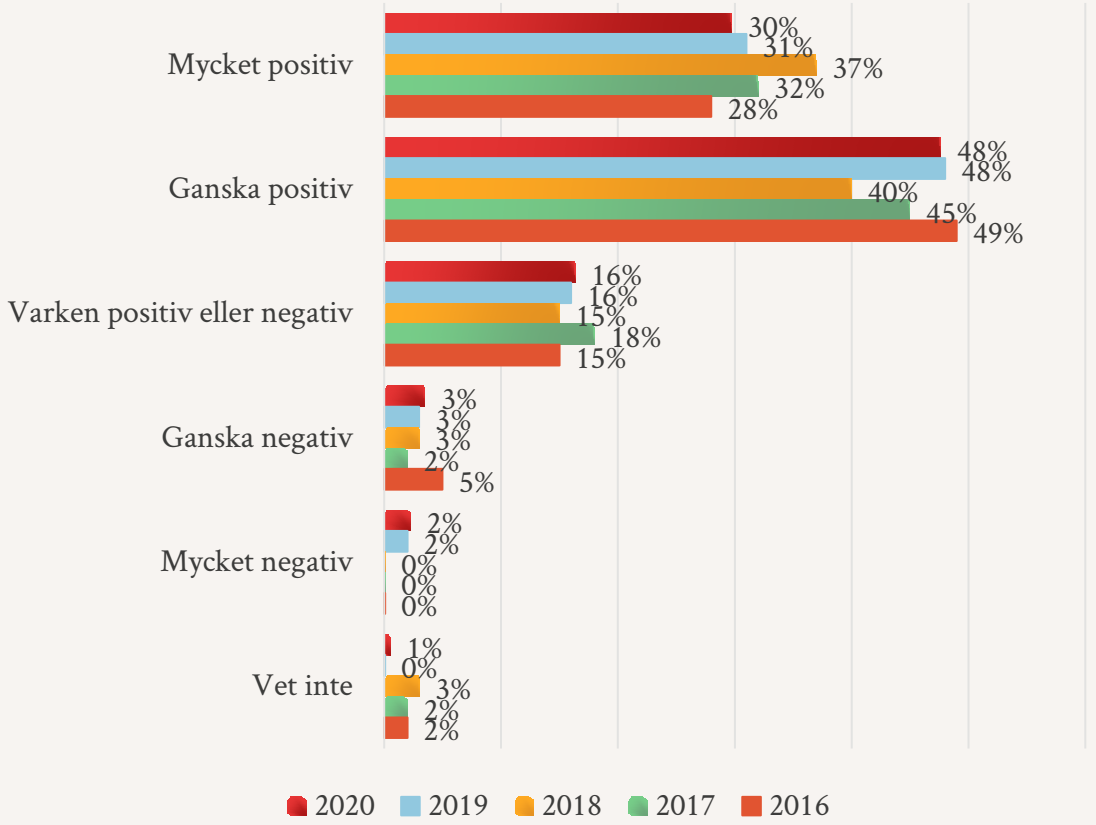
3. Förtroende och engagemang

Knappt 8 av 10 är positiva

Det finns en god och stabil grund för ideella organisationer att arbeta från. Den allmänna inställningen till ideella organisationer ligger kvar på samma nivå som tidigare år där nästan 8 av 10 har en mycket eller ganska positiv inställning.

Kvinnor har i högre utsträckning än män en positiv inställning. 82% av kvinnorna har en ganska eller mycket positiv inställning, jämfört med 73% för männen. Även personer med hög utbildning och hög hushållsinkomst är i större utsträckning mer positiva till ideella organisationer.

Vilken är din allmänna inställning till ideella organisationer?



Bas samtliga 2020 (n=1008) 2019 (n=1071) 2018 (n=1011) 2017 (n=1028) 2016 (n=1031)

Källa: Novus undersökning jan 2020

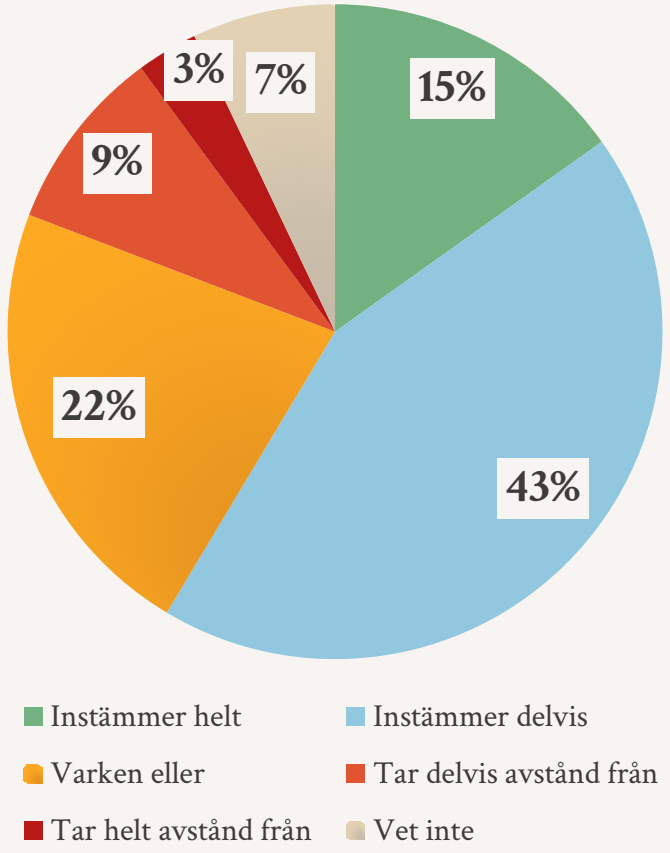
Många tror på betydelsen av eget engagemang men stor grupp är osäkra

Ideella organisationer har viktiga uppgifter och ändamål. Utöver ändamålsarbete är ideella organisationer också en plats för att ta tillvara på engagemang i olika former. Ideell sektor är och har länge varit en viktig arena för att kanalisera människors önskan och vilja att vara med och bidra.

Knappt 6 av 10 tror att deras eget engagemang har betydelse för att lösa samhällsutmaningar, medan det bland de yngre (18-29 år) är en mer positiv inställning där 7 av 10 har tilltro till sin egen roll. I övrigt ser vi att personer med hög utbildning och inkomst i större utsträckning tror på kraften i sitt eget engagemang. Dock är det samtidigt drygt en femtedel, 22%, som uppger att det inte spelar någon roll och 7% som inte vet alls.

Det är positivt att mer än hälften tror att det är viktigt att bry sig, och att det är en större tilltro bland yngre. Men, samtidigt är det oroande att nästan var tredje svensk inte har en aning om ifall det är viktigt att engagera sig och påverka och drygt var tionde helt tar avstånd från att det egna engagemanget spelar roll.

Jag tror att jag genom mitt eget engagemang kan vara med och bidra till att lösa gemensamma samhällsutmaningar?



Källa: Novus undersökning nov 2019

Bas samtliga 2019 (n=1014)

Miljö, ”god konsumtion” och idrott toppar engagemanget

För att få större förståelse för engagemangets olika uttryck har vi i årets undersökning ställt en fråga om hur människor har engagerat sig under det senaste halvåret. Resultatet visar att engagemanget bland allmänheten i Sverige är stort.

Viljan att bidra till minskad klimatpåverkan toppar de aktiva livsvalen. Hela 81% svarar att de har tagit beslut i vardagen för att leva ett mer miljövänligt liv. Kvinnor liksom personer med hög utbildning har gjort detta i högre utsträckning än övriga. Det framgår också tydligt att det finns en vilja att bidra och engagera i samband med konsumtion. 73% uppger att de har handlat en vara där en del av vinsten går till välgörenhet och 69% har handlat eller skänkt saker till second-handbutik som ger en del av överskottet till välgörande ändamål. Det är dock fler som anger att de handlat eller skänkt till second-hand flera gånger (38% jämfört med 24%).

För engagemang som kräver investering av sin egen tid t ex ideellt arbete i en idrottsförening eller engagemang i kulturell verksamhet är andelen som uppger att de gjort detta mycket lägre (33% respektive 21%). Ideellt engagemang i en idrottsförening är samtidigt det som 20% ändå uppger att de har gjort flera gånger vilket stämmer överens med andra undersökningar kring svenskarnas ideella engagemang. Den engagemangsform som minst andel svarat att de utfört är arvoderat frivillig uppdrag (kontaktfamilj, stödfamilj, jourhem eller liknande).

Svaren visar dels att det är viktigt med en bredd av olika engagemangsformer för att kunna möta många människor, dels att det som ligger oss själva nära och är enkelt att utföra är också det som är lätt att göra.

81%

har tagit beslut i vardagen för att leva mer miljövänligt

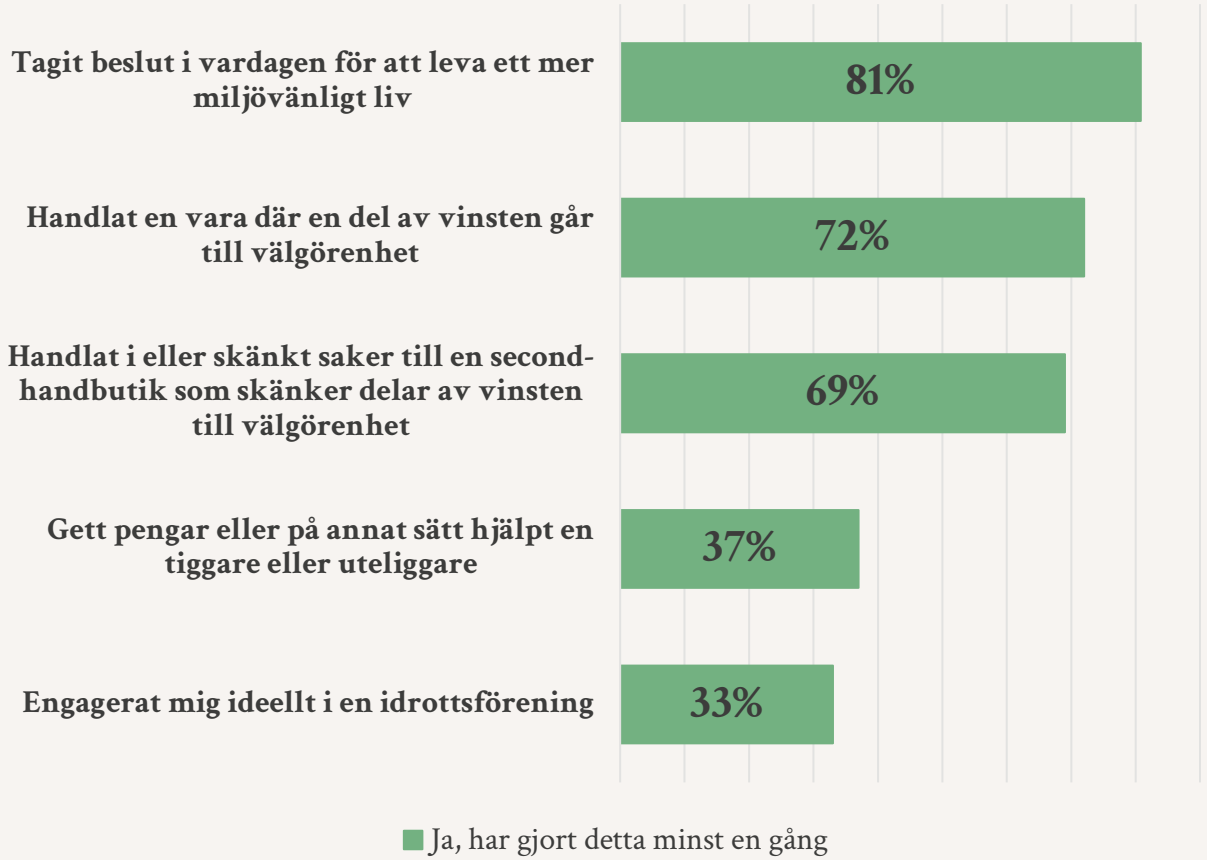
33%

har engagerat sig ideellt i idrottsförening

10%

har engagerat sig i religiös verksamhet

Egennytta driver engagemang



Källa: Novus undersökning jan 2020

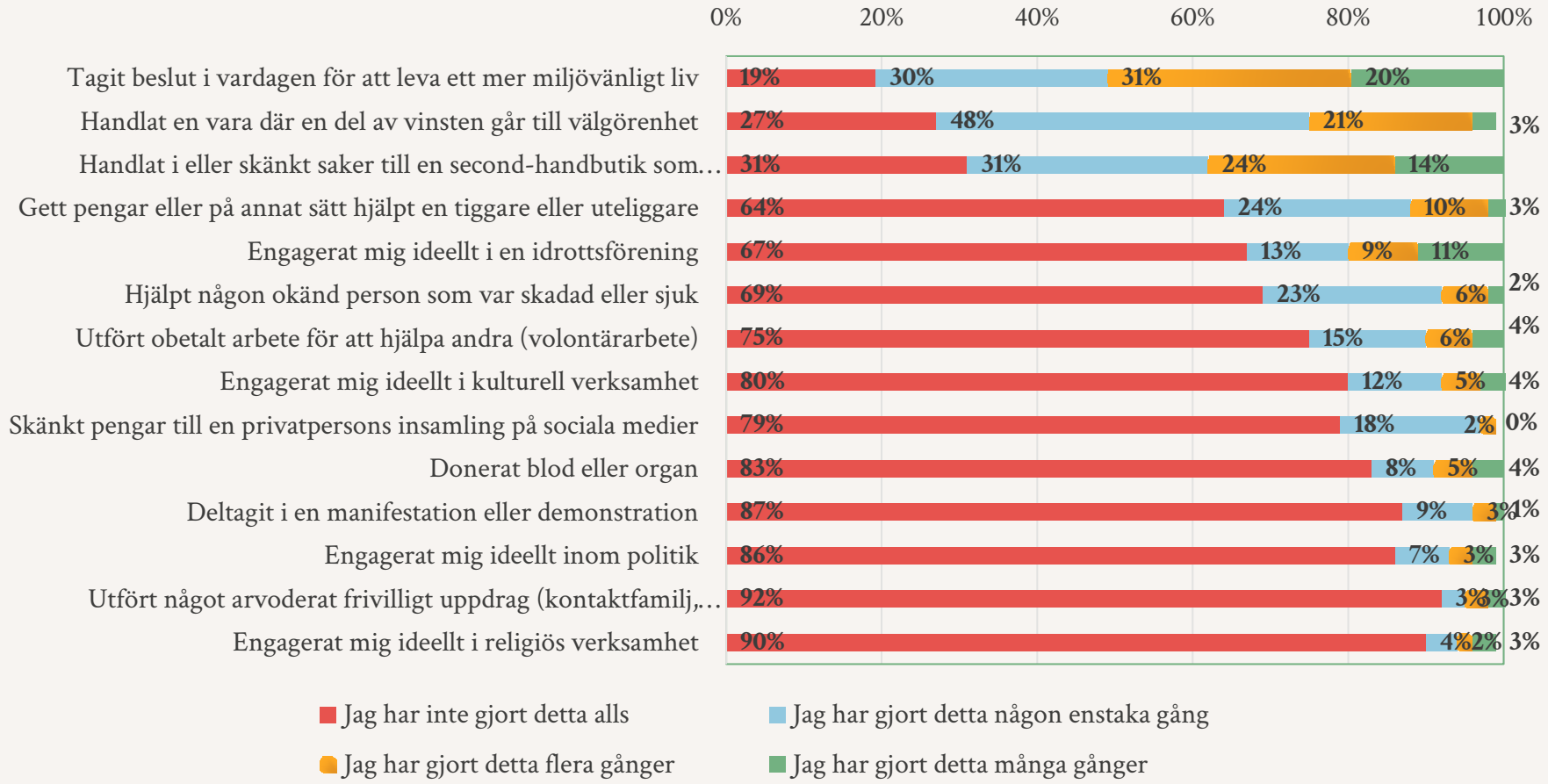
Arvid Erlandsson, doktor i Psykologi vid Linköpings universitet, om resultatet:

När det gäller de tre prosociala handlingar som flest säger att de har gjort någon gång under de senaste 6 månaderna bör man ta i beaktande att dessa skiljer sig från de andra beteendena då de oftare än de andra utförs av helt eller delvis egenintresserade motiv.

Det är fullt möjligt att välja en elbil eller byta glödlampor för att minska sina egna utgifter även om man är medveten om att det dessutom är bra för miljön. På samma sätt så kan man handla eller skänka till en secondhandbutik för att det är bra priser där eller för att alternativet är att köra till soptippen och slänga grejerna.

Engagemangets olika former

Markera i vilken grad du har gjort följande handlingar under de senaste sex månaderna.



Bas samtliga 2020 (n=1008)

Källa: Novus undersökning jan 2020

Demografiska skillnader i engagemang

Skillnad i mäns och kvinnors engagemang

Kvinnor har i högre utsträckning än män utfört alla engagemangsformer. Detta är särskilt tydligt när det gäller *hjälpt eller skänkt till en tiggare* där hela 70% av män svarar nej medan det är 57% av kvinnorna som svarar nej.

De enda engagemangsformer som en högre andel män än kvinnor uppger att de har utfört är engagemang inom idrottsförening eller politik.

Unga är mer engagerade

Delas respondenterna in i två grupper, en yngre (18-49 år) och en äldre (50-79 år) har den yngre kategorin för nästan samtliga engagemangsformer svarat ja i högre utsträckning.

Bland annat uppger 24% av de yngre att de har skänkt till en privatpersons insamling på sociala medier medan det endast är 15% av de äldre som gjort detta. Yngre uppger också i högre utsträckning att de har hjälpt okänd skadad eller sjuk, 35% av de yngre jämfört med 25% av de äldre.

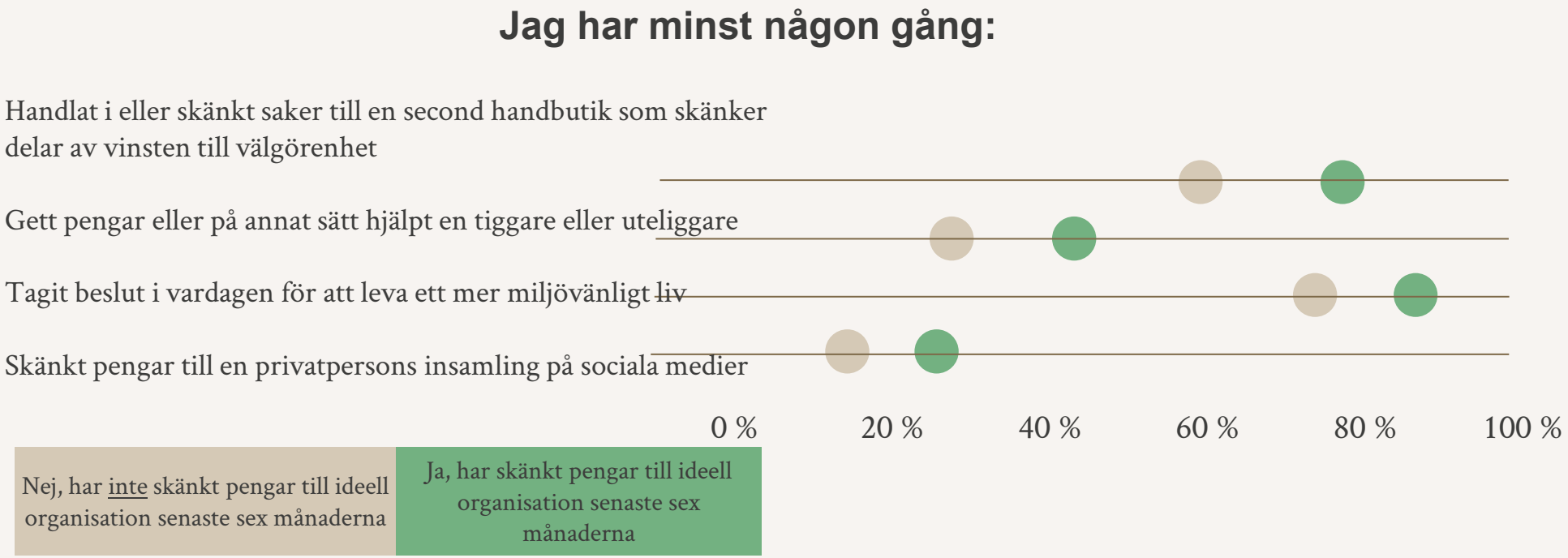
Givarna gör mer än att ge

I undersökningen ställs också frågan om du har skänkt en gåva de senaste sex månaderna, vilket vi återkommer till i kapitel 5, och vid en jämförelse mellan de som uppger att de är givare och de som inte är det, framgår en tydlig skillnad också i andra former av engagemang.

För samtliga engagemangsformer svarar gruppen givare i högre utsträckning att de minst en gång har utfört handlingen. För några engagemangsformer syns denna skillnad tydligt. Bland givare har 43% hjälpt eller skänkt till en tiggare jämfört med 28% bland övriga. Av givare har 86% tagit beslut i vardagen för att leva mer miljövänligt jämfört med 74% för icke-givare.

Resultatet visar att givare verkar vara engagerade på mer än ett vis och givare uppger i högre utsträckning än icke-givare samtliga engagemangsformer.

Givande och andra former av engagemang går hand i hand



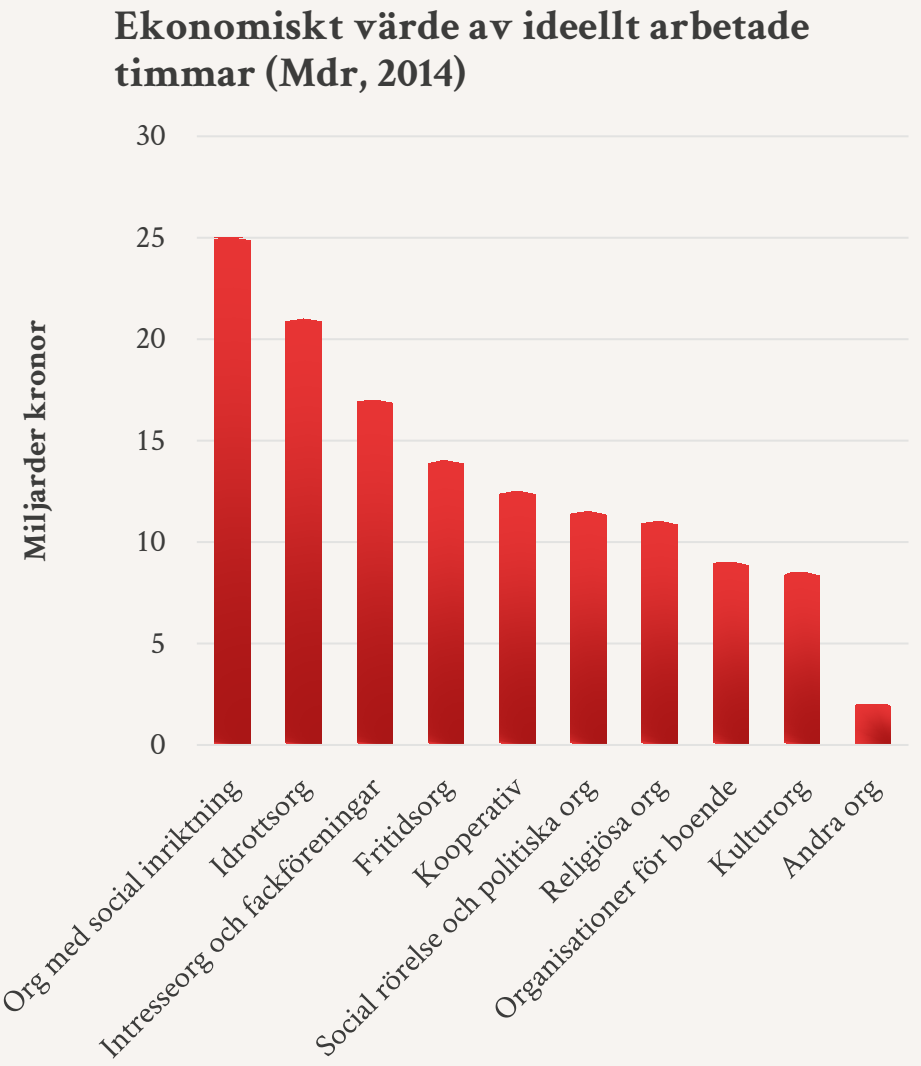
Illustrationen ovan visar skillnader i svar mellan de som uppger att de har skänkt pengar till en ideell organisation det senaste halvåret och de som inte har gjort det. Andelen som svarat att de minst någon gång har gjort någon av handlingarna senaste halvåret har plottats ut på en linje för att tydligare visa hur grupperna skiljer sig åt. Grafen visar fyra handlingar där grupperna skiljer sig mest åt.

Källa: Novus undersökning jan 2020

Det ideella engagemanget i kronor

Ett sätt att mäta det ideella engagemanget är att översätta det till ekonomiskt värde. Grafen till höger visar det ekonomiska värdet av ideellt arbetade timmar i miljarder kronor år 2014 utifrån organisationskategori.

Totalt uppgick det ekonomiska värdet av det ideella engagemanget enligt denna studie till 131 miljarder kronor. Detta motsvarar 3,3% av BNP, vilket är något större än detaljhandelns värde samma år. Mest bidrog organisationer med social inriktning och idrottsorganisationer till detta.



Källa: SCB och Ersta Sköndal Bräcke högskola, Befolkningsstudien 2014

4. Vad är viktiga verksamhetsområden?

Ideella organisationers uppgift

I årets undersökning försöker vi också för första gången få en bild av allmänhetens inställning till organisationers olika ändamål eller verksamhetsområden. Respondenterna får här skatta hur viktiga de anser att olika verksamhetsområden är.

Grunden för givande är att allmänheten har förtroende för ideella organisationer och tror att organisationerna gör nytta. Genom att ställa frågor om vilka verksamhetsområden allmänheten anser är viktiga kan vi få ledtrådar till hur allmänheten bedömer olika ändamål inom ideell sektor, och kanske i förlängningen, var ideella organisationer gör mest nytta.

Man ska dock vara medveten om att frågorna ställts i sammanhang med frågor om givande, vilket kan påverka valet av viktiga ändamål.

Forskning om allvarliga sjukdomar som kan drabba mig eller mina anhöriga

är det verksamhetsområde som anses vara viktigast

Mest viktiga verksamhetsområden:

1. Forskning om allvarliga sjukdomar som kan drabba mig eller mina anhöriga
2. Vård och omsorg av äldre i Sverige
3. Hjälp och skapande av trygghet för utsatta barn i Sverige
4. Vård och behandling av människor med sjukdom i Sverige
5. Mänskliga rättigheter

Det som är nära är viktigast

Det område som värderas som viktigast av allmänheten är forskning om allvarliga sjukdomar som kan drabba mig eller mina anhöriga. Drygt 9 av 10 anger att detta är mycket eller ganska viktigt för dem. Hjälp och skapande av trygghet för utsatta barn i Sverige värderas också högt, 89% uppger att det är mycket eller ganska viktigt.

De verksamhetsområden som handlar om att hjälpa här i Sverige skattas högt av många medan flera av verksamhetsområdena som handlar om insatser i andra länder värderas som mindre viktiga. Till exempel är det 19% som tycker att det är mycket viktigt med vård och behandling av människor med sjukdom i andra länder medan 50% tycker att motsvarande i Sverige är mycket viktigt. Även hjälp och skapande av trygghet för utsatta barn i Sverige respektive andra länder visar samma mönster. De stora skillnaderna ligger främst inom vad allmänheten väljer som ”mycket viktigt” medan det som skattas som ”ganska viktigt” visar mindre skillnader. Det säger på ett sätt att den generella solidariteten som visas är hög men när det kommer till prioriteringar verkar det som ligger nära, dvs en själv och/eller i Sverige, skattas som viktigare.

Sedan 1974 har Sida låtit genomföra attitydundersökningar kring utvecklings- och biståndsfrågor och den senaste mätningen genomfördes i oktober 2019*.

Resultaten visar på ett minskat stöd för det statliga biståndet. Fler personer uppger att de anser att anslaget till bistånd bör minska och färre uppger att de bör öka.

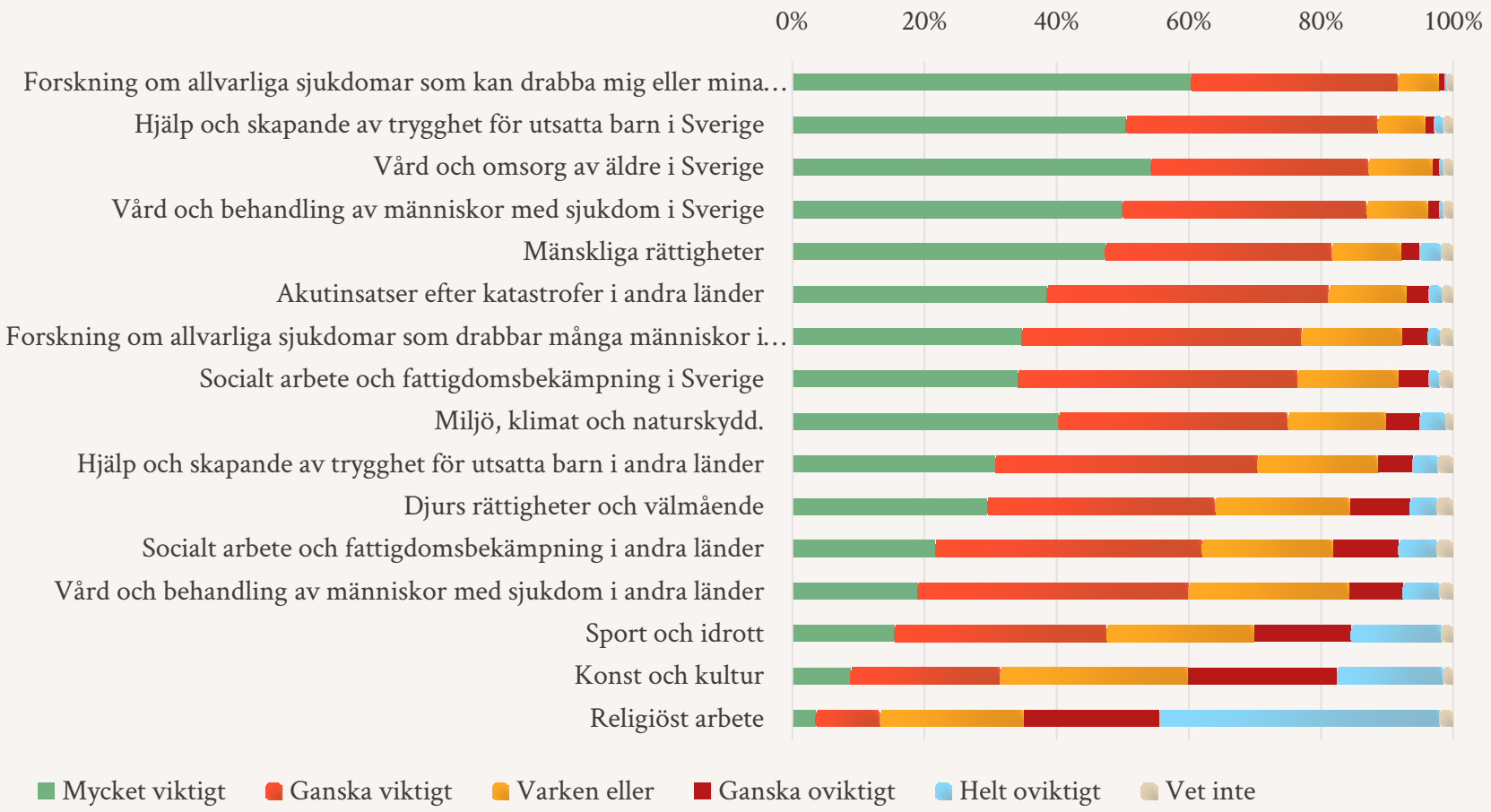
I undersökningen får allmänheten också ta ställning till påståendet ”Sverige har nog med egna problem som borde lösas först, sedan kan vi börja tänka på andra länder”. Majoriteten av allmänheten, 53%, tar avstånd från detta påsteående men sett över tid ser vi en tydlig utveckling av gruppen som håller med helt och hållet. Det är alltså en ökande grupp som tycker att vi har nog med egna problem.

Forskning om givande från flera andra länder** har tidigare visat att många föredrar att skänka gåvor till det som ligger nära hellre än det som är långt bort. I Sverige har däremot bland annat Arvid Erlandsson på Linköpings universitet visat att det är annorlunda med en större uppslutning för internationella ändamål. Slutsatsen har varit att det beror på vårt starka välfärdssystem där inhemska problemställningar hanteras via skatter och transfereringar. Då en jämförelse mellan givare och icke-givare görs i den här undersökningen visar det sig dock att just givarna fortsatt är de som i hög grad uppfattar verksamhetsområden i andra länder som viktiga.

*Opinion 19
**Zagefka et al, University of London

Vad är viktigt?

Vänligen markera hur viktiga följande verksamhetsområden är för dig personligen.

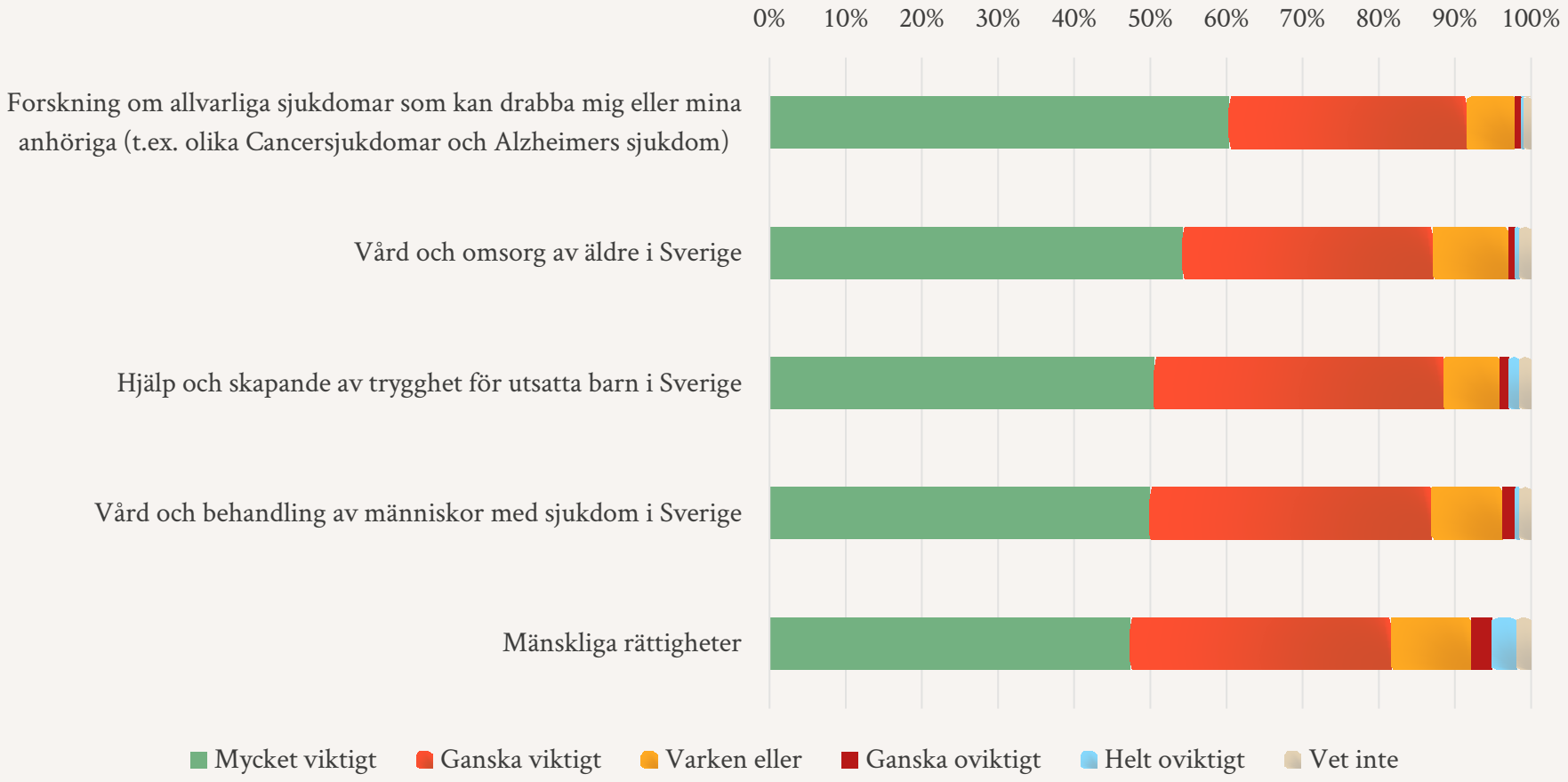


Bas samtliga 2020 (n=1008)

Källa: Novus undersökning jan 2020

Topp-5 Mycket viktigt

Vänligen markera hur viktiga följande verksamhetsområden är för dig personligen.



Källa: Novus undersökning jan 2020

Forskaren om resultaten

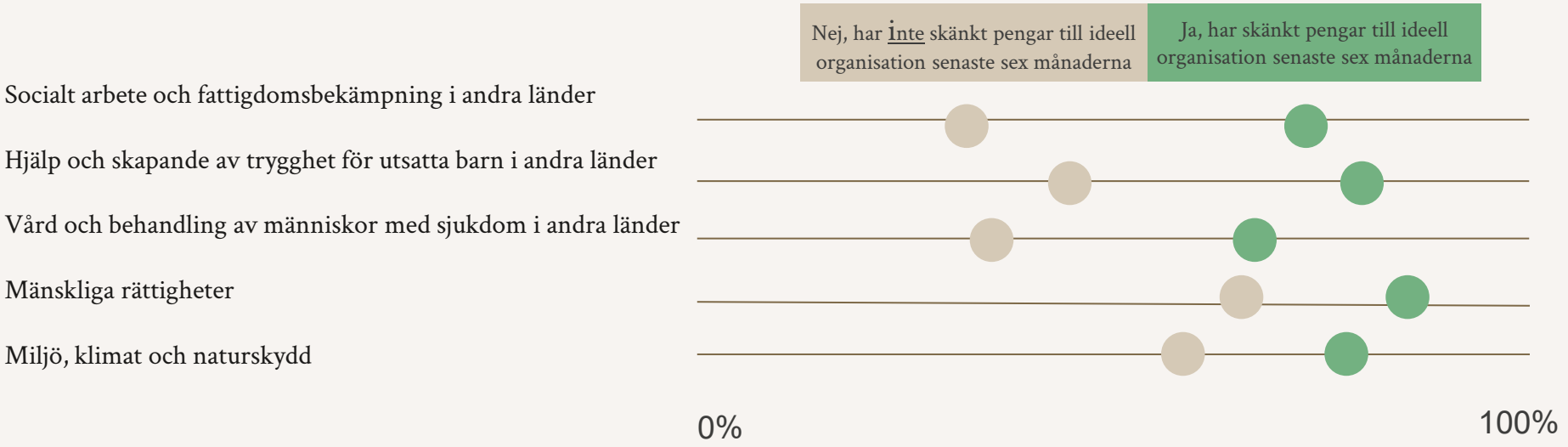
Arvid Erlandsson, doktor i psykologi som bedriver forskning inom området beslutsfattande i hjälpsituationer säger så här om undersökningsresultaten.

Det man tydligt kan ta med sig av dessa resultat är att det finns en positiv korrelation mellan nästan samtliga verksamhetsområden och att vissa verksamhetsområden har en så kallad takeffekt, alltså att väldigt många skattar det högsta möjliga. När man undersöker vilka verksamhetsområden som samvarierar bäst med varandra är det dels de olika verksamhetsområdena som fokuserar på människor i andra länder, dels verksamhetsområden som fokuserar på inhemska problem som bildar två övergripande ”kluster”.

Med andra ord tycks de flesta svenskar vara överens om att det är viktigt med t.ex. cancerforskning eller att hjälpa utsatta barn i Sverige, medan det finns klart större individuella skillnader i hur viktigt man tycker det är med t.ex. sjukdomsbekämpning utomlands och djur och miljörelaterade verksamhetsområden.



Givare lägger större vikt vid ändamål utanför Sverige



Precis som i frågan om engagemang har vi här satt svaren i relation till om de angett att de skänkt pengar eller inte de senaste sex månaderna. Illustrationen ovan visar skillnader i svar om hur viktiga olika verksamhetsområden är mellan de som har skänkt pengar till en ideell organisation det senaste halvåret och de som inte har gjort det. Grafen visar fem verksamhetsområden där grupperna skiljer sig mycket åt. För samtliga områden gäller att andelen givare som uppger att de tycker att det är viktigt är högre än icke-givarna.

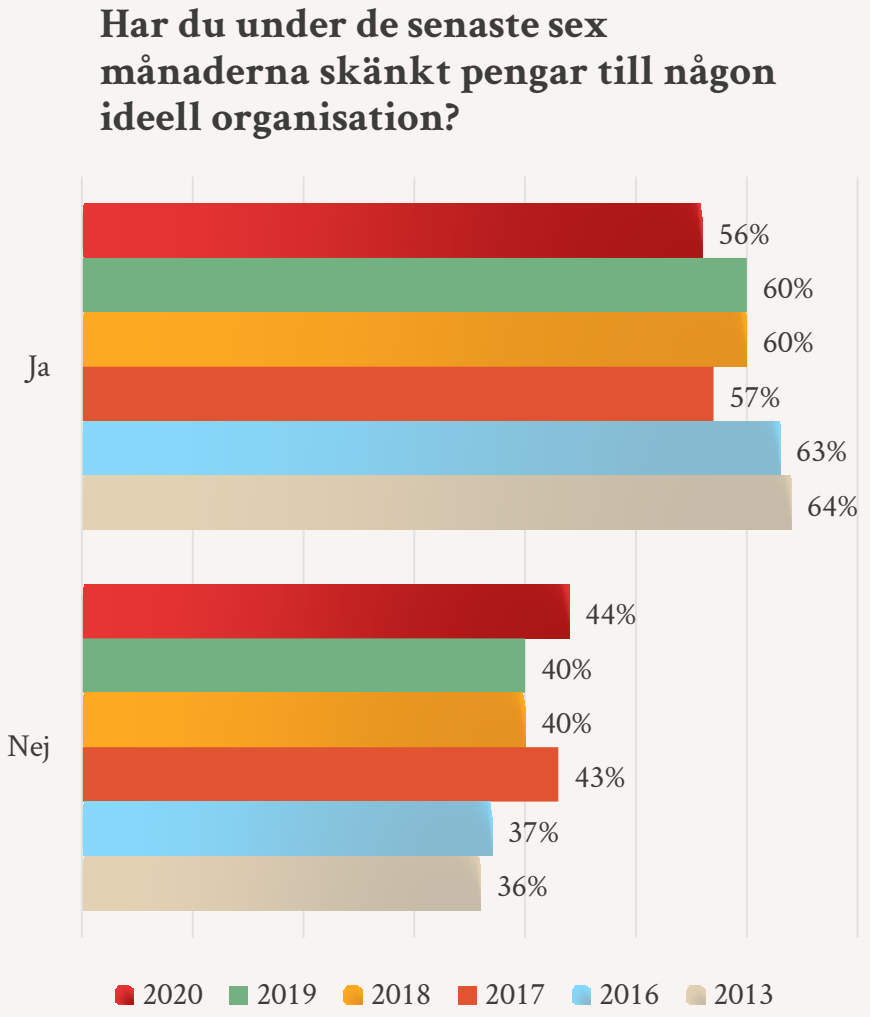
5. Om givandet och givarna

Knappt 6 av 10 uppger att de har gett en gåva

I år är det 56% som uppger att de har skänkt en gåva under det senaste halvåret. Det är en minskning med några procentenheter jämfört med de två föregående åren men ligger på samma nivå som 2017.

Vem är det som ger?

Vissa grupper är mer benägna att ge gåvor än andra. Undersökningen visar, liksom tidigare år, att kvinnor (61% jmf 51%), personer 65-79 år (71%), högutbildade (64%), hög hushållsinkomst (66%), gifta eller sammanboende (62%), samt storstadsbor (62% jmf 50%) i högre utsträckning uppger att de skänkt pengar de senaste sex månaderna.



Bas samtliga 2020 (n=1008) 2019 (n=1071) 2018 (n=1011)

Källa: Novus undersökning jan 2020

Hur mycket ger vi?

Ungefär hur mycket uppskattar du att du har skänkt till ideella organisationer de senaste sex månaderna? Ange i kronor

	2020	2019	2018
Medelvärde	1 236 kr	1 116 kr	1 375 kr
Median	600 kr	600 kr	600 kr

I genomsnitt uppskattar respondenterna att de skänkt 1 236 kronor till ideella organisationer de senaste sex månaderna. Det är en liten minskning av antalet som säger att de har skänkt en gåva de senaste sex månaderna samtidigt som medelvärdet visar att de som ger, ger lite mer.

Bas: har skänkt pengar de senaste sex månaderna 2020 (n=565) 2019 (n=638) 2018 (n=606)

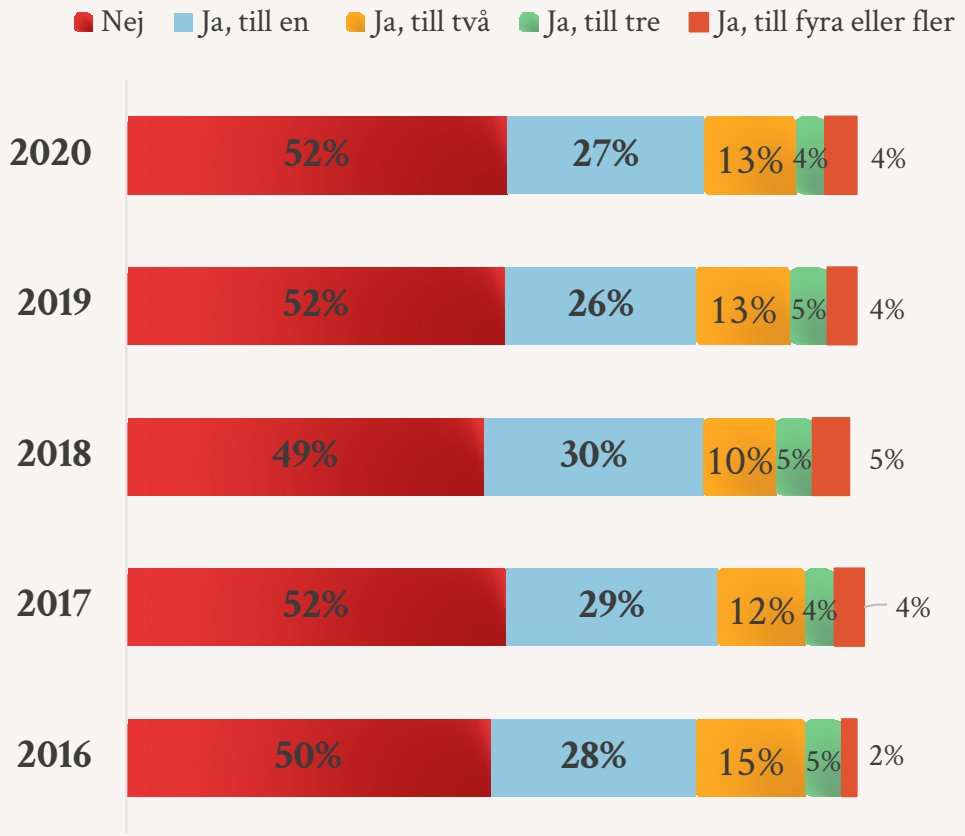
Källa: Novus undersökning jan 2020

Varannan ger regelbundet

Av de 56% som anger att de har gett en gåva uppger närmare hälften (48%) att de skänker månadsvis till en eller flera organisationer. Det är 27% som skänker månadsvis till en organisation och drygt en femtedel som skänker till flera organisationer månadsvis.

Detta har varit stabilt och utvecklingen över tid visar små förändringar. En reflektion är att i årets undersökning uppger färre (56% jmf 60%) att de har skänkt en gåva men de regelbundna givarna fortsatt är knappt hälften. En möjlig tolkning är att det är de spontana givarna som har minskat men att de lojala, regelbundna givarna kvarstår.

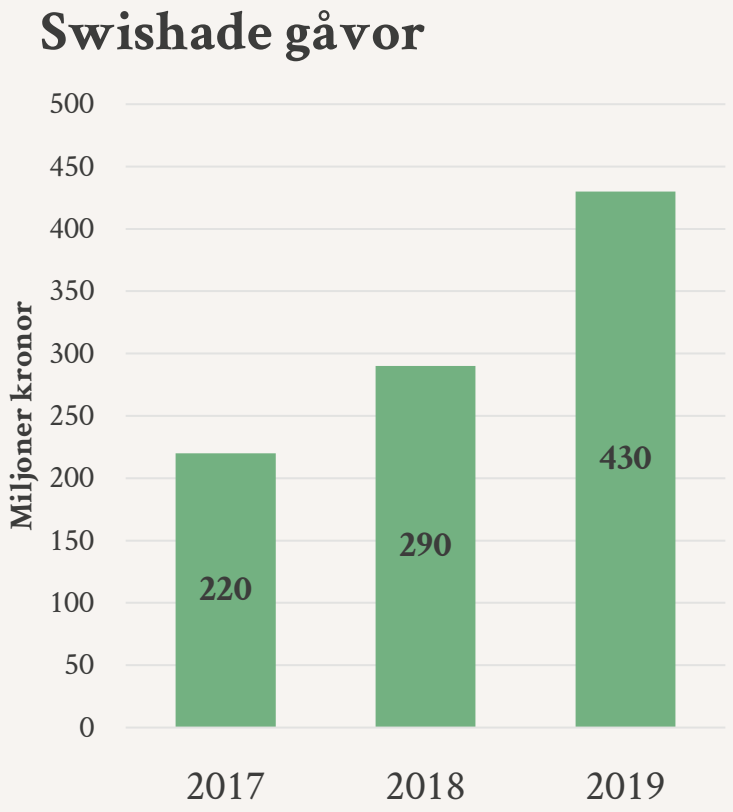
Skänker du idag pengar månadsvis, via exempelvis autogiro, till någon ideell organisation?



Bas: har skänkt pengar de senaste sex månaderna 2020 (n=565) 2019 (n=638) 2018 (n=606) 2017 (n=585) 2016 (=644=)

Källa: Novus undersökning jan 2020

Det ska vara enkelt att ge en gåva



Diagrammet ovan visar belopp som swishats till organisationer med 90-konto

Källa: Getswish mars 2020

Respondenterna får i undersökningen ta ställning till hur de föredrar att skänka sin gåva. Resultaten följer tidigare års utveckling.

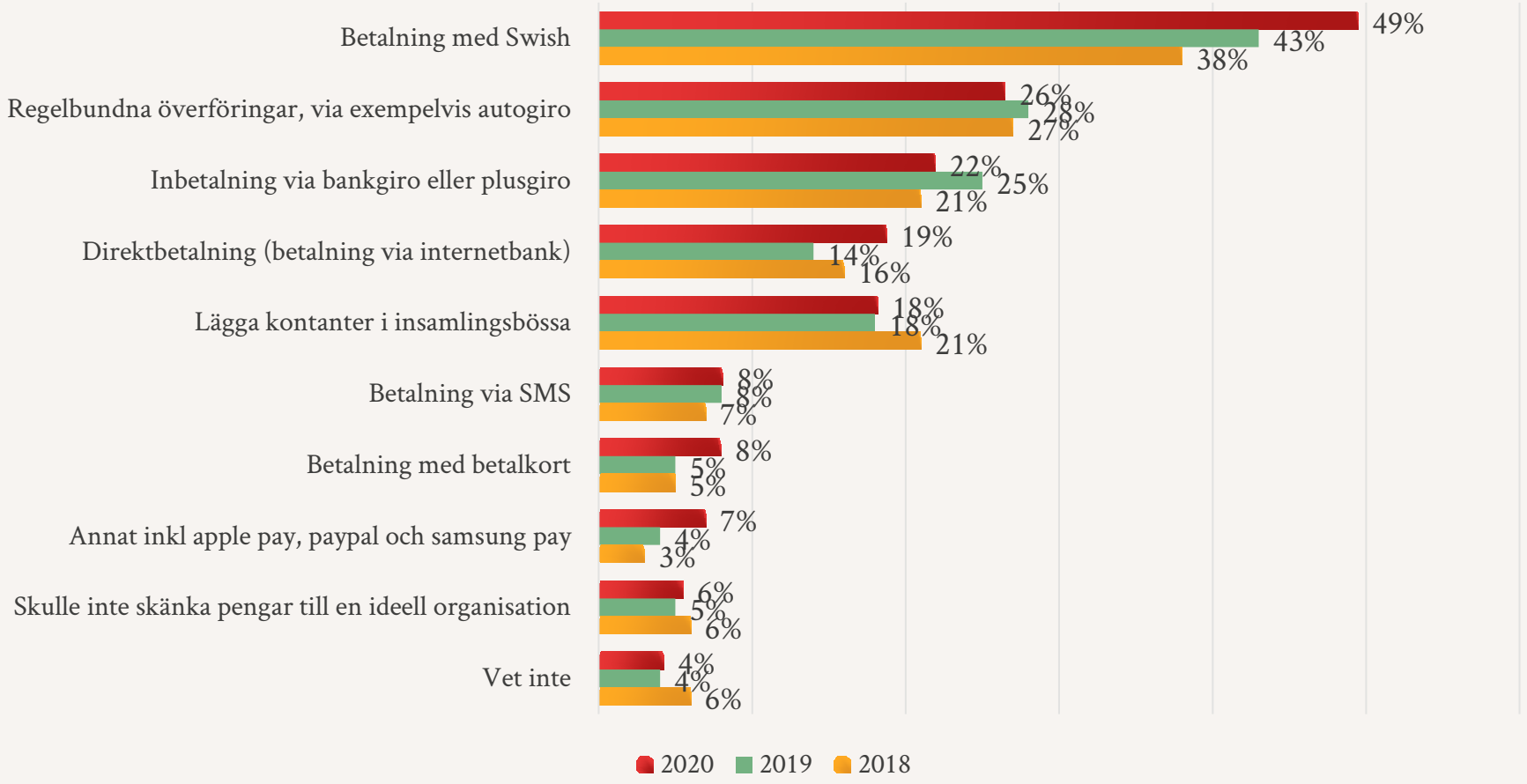
Swish är det mest föredragna sättet att skänka där nu närmare hälften (49%) uppger att det är ett betalsätt de föredrar. Bland personer i åldrarna 18-29 år är siffran hela 79%. Men även bland äldre ökar andelen som föredrar swish. Det vanligaste beloppet när en gåva swishas är 100 kronor enligt statistik från Getswish.

Regelbundna överföringar via till exempel autogiro är fortsatt populärt, där närmare var tredje person uppger att de föredrar det. Kvinnor, höginkomsttagare och personer i storstäder uppger i större utsträckning att de föredrar autogiro.

Att autogiro och swish är två föredragna betalsätt visar att givaren vill ha enkelhet i sin betalningsmetod, antingen i genomförande eller i det återkommande.

Swish drar ifrån

Om du skänker/skulle skänka pengar till en ideell organisation, hur skulle du föredra att göra det?



Flera svarsalternativ är möjliga. Bas samtliga 2020 (n=1008) 2019 (n=1071) 2018 (n=1011)

Källa: Novus undersökning jan 2020

Minnesgåvor, katastrofer och konsumtion gör det lättare att ge

Respondenterna får i undersökningen också besvara frågan om vid vilka tillfällen de föredrar att skänka gåvor. Begravningar och i samband med särskilda händelser fortsätter att vara tillfällen då många skulle föredra att ge en gåva. Minnesgåvor i samband med begravning visar dock en kraftig nedgång* jämfört med föregående år. Eftersom nedgången än så länge bara syns ett år är det för tidigt att säga om det är en längre utveckling där färre föredrar det här gåvotillfället eller om det är ett enstaka år. Äldre väljer i större utsträckning än yngre minnesgåvor vid begravning som föredraget gåvotillfälle. Vad gäller att skänka gåvor i samband med testamente syns en liten ökning. Den yngsta åldersgruppen (18-29 år) väljer detta alternativ i högre utsträckning än övriga.

Katastrofsituationer är också ett tillfälle då människor är beredda att skänka pengar vilket är i linje med tidigare år.

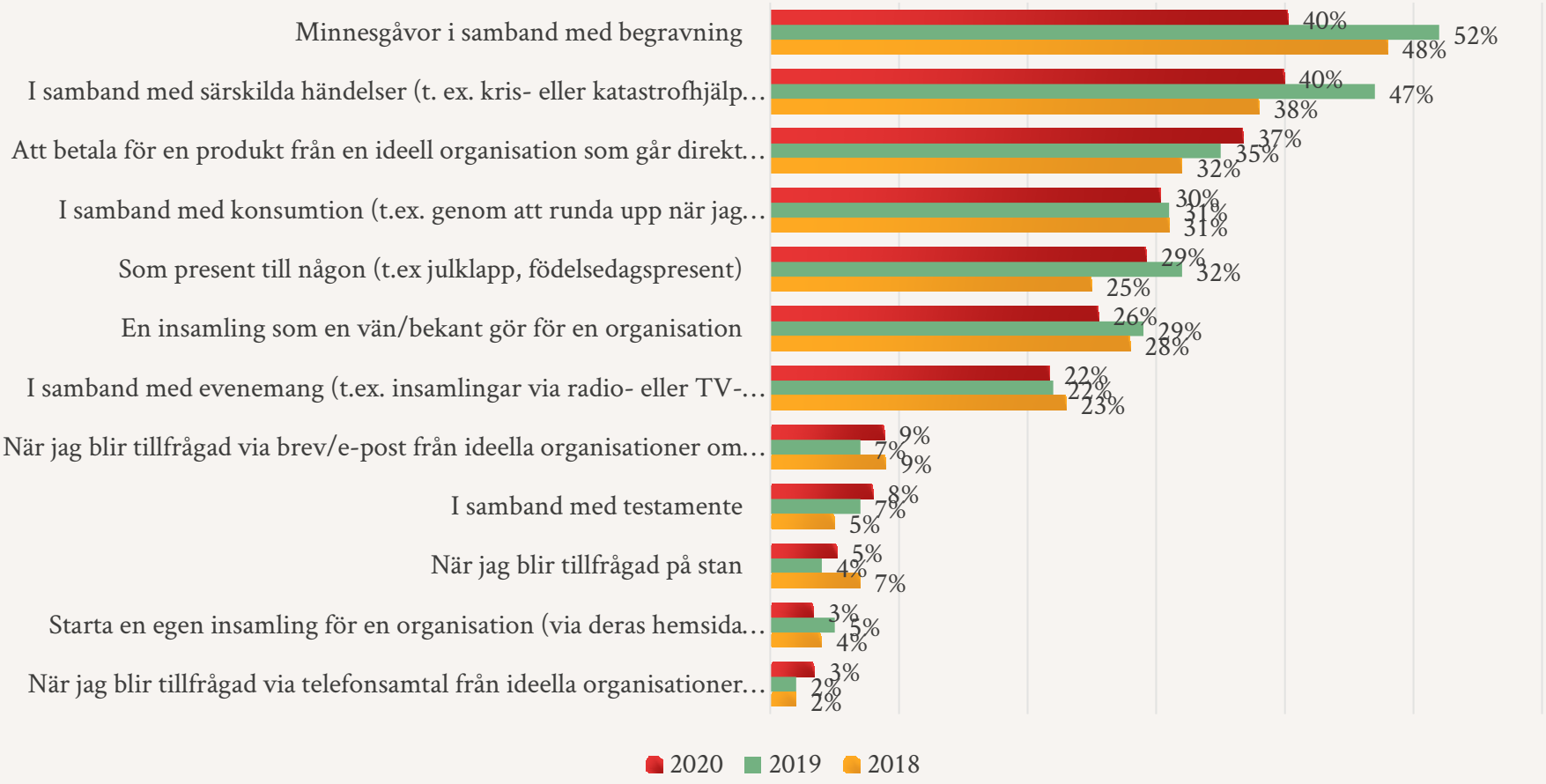
*Eftersom flera svarsalternativ är möjliga kan andelen som väljer respektive svarsalternativ gå ner utan att andelen som uppger att de inte skulle skänka går upp.

Givande i samband med någon form av konsumtion är fortsatt former som många respondenterna föredrag. Detta inkluderar att köpa en produkt från en organisation (37%), att skänka i samband med konsumtion (30%) samt att skänka som en present till någon (29%). Bland de yngre åldersgrupperna är det runt 40% som väljer de två senare tillfällen. Detta stämmer också väl överens med de sätt man främst väljer att engagera sig.

Likt tidigare år kan vi se att de tillfällen som handlar om att mottagande organisation ber om en gåva (tillfrågad via telefon, e-post eller på stan) föredras endast av en liten del av allmänheten. Andelen som föredrar dessa är relativt oförändrad över tid. Undersökningen visar att den äldsta åldersgruppen 65-79 år är något mer positiva till att skänka efter fråga via brev eller e-post från organisationen. Dessa svar är intressanta att jämföra med hur gåvor faktiskt kommer in till mottagande organisationer där vi kan se att en betydande del kommer in efter en konkret fråga till givaren.

Tillfällen att skänka en gåva

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



Flera svarsalternativ är möjliga. Bas samtliga 2020 (n=1008) 2019 (n=1071) 2018 (n=1011)

Källa: Novus undersökning jan 2020

Tillit och givande

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.

Insamlingsorganisationer kan sägas hamnat i ett dilemma där vi genom att själva använda uttryck som att ”pengarna når fram” eller ”XX% av pengarna når fram” undermedvetet skapar en bild av att pengarna **inte borde nå fram**.

Att enbart visa på att pengarna når fram räcker dock inte, för vad händer med pengarna om organisationen gör helt fel saker och därmed faktiskt inte når sitt ändamål. Att visa på effekten av verksamheten är därför oerhört viktigt både för att vara en effektiv organisation och för att göra största möjliga nytta per givarkrona.

Samhällsnyttan eller effekten är också en faktor som har betydelse för givarnas förtroende. Vi ställer för fjärde året en fråga om allmänhetens uppfattning om projekt eller ändamål som bedrivs av insamlande organisationer gör nytta.

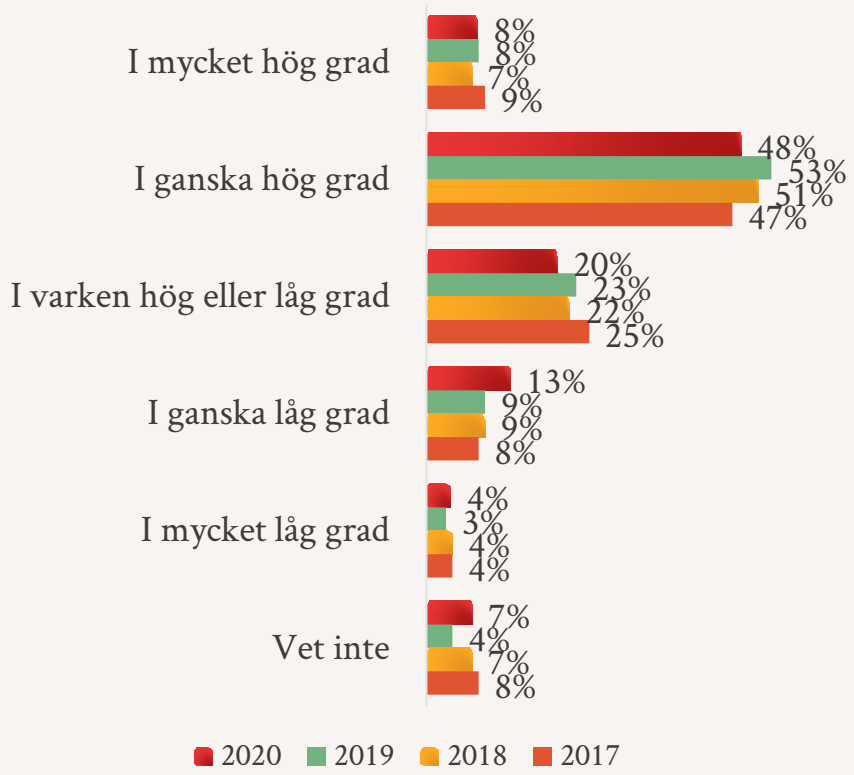
56% bedömer att de projekt eller ändamål som ideella organisationer samlar in pengar till gör nytta vilket är en minskning jämfört med 2019 men i linje med de tidigare åren. Kvinnor och äldre (65-79 år) har större tillit till nyttan (60% och 65%).

Andelen som i ganska låg grad bedömer att ändamålen och projekten gör nytta har däremot ökat jämfört med alla föregående år. Det har alltså skett en förflyttning i negativ riktning som är mycket viktig att bevaka utvecklingen av.

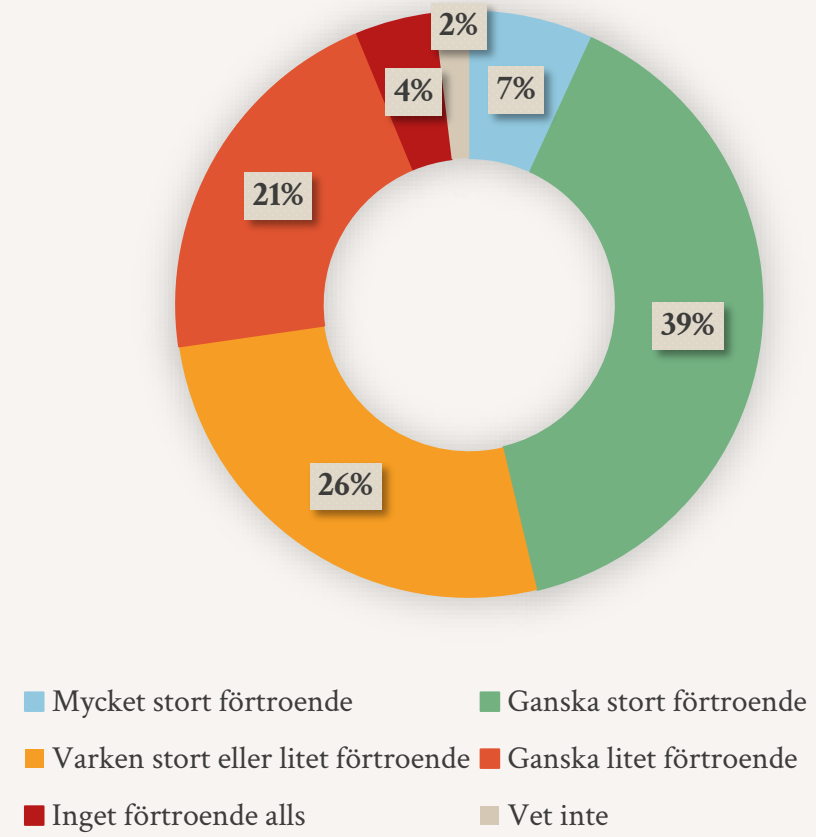
Knappt hälften tror att pengarna når fram, vilket är en liten minskning jämfört med 2019. Det finns en skiljelinje mellan olika grupper i tilltron till att pengarna når fram och det följer samma mönster som i vår undersökning i övrigt där kvinnor och äldre i högre grad (50% resp 54%) har förtroende för att pengarna når fram. Av de som uppger att de har skänkt en gåva är förtroendet för att pengarna når fram betydligt högre än för icke givarna, 64% jämfört med 23%.

Förtroende och nytta

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



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 de är avsedda för?



Bas samtliga 2020 (n=1008) 2019 (n=1071) 2018 (n=1011) 2017 (n=1028)

Källa: Novus undersökning jan 2020

6. Kontakt

Giva Sverige är en branschorganisation som arbetar för tryggt givande. Våra knappt 160 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 människors möjlighet att engagera sig. Vi verkar för etisk, transparent och professionell insamling av gåvor.

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@givasverige.se