

Svensken mer givmild för varje jul

I NOVEMBER OCH DECEMBER SAMLAR HJÄLPORGANISATIONER IN EN MILJARD KRONOR TILL BEHÖVANDE

När julen står för dörren vaknar den lille välgöraren i oss. Plötsligt börjar vi engagera oss och skänka gåvor till behövande på ett sätt som vi annars inte finner vare sig tid, ork eller råd till.

Svenskarnas vilja att ge pengar till välgörande ändamål växer stadigt. På tio år har värdet av det som samlats in från allmänheten mer än tredubblats och i fjol uppgick det till drygt 3,2 miljarder kronor. Och allra mest benägna att öppna plånboken är folk månaden före jul.

ERIK ZACHRISON, generalsekretär för Frivilligorganisationernas insamlingsråd (FRIL), bedömer att 25-30 procent av alla insamlade medel, det vill säga bortåt en miljard kronor, kommer in under slutet av november och december.

– Jag är ingen anhängare av teorin att folk skänker för att de har dåligt samvete. Visst, det förekommer säkert att man tänker att "jag k per julklappar för 5 000 spänn, då ska jag också skänka lite grann", men jag vill hellre se det som att människor har ett engagemang och vill hjälpa till, och då tycker de att det här är en lämplig tid.

HJÄLPORGANISATIONERNA är väl medvetna om svenskens julfryntlighet och satsar stort på annonser, radio- och TV-reklam och brevkampanjer i november och december. Aldrig ser vi så många bilder på uteliggare och flyktingbarn som under tiden före jul.

Det har också blivit lättare att skänka pengar. Man beh ver inte längre gå till posten eller använda postgiro, utan kan sitta hemma framför datorn och knappa iväg donationen via Internet.

– Vi i insamlingsbranschen försöker att haka på den nya tekniken så att det ska vara lätt för fru Svensson att ge, säger Erik Zachrisson.

Det är ingen slump att han kallar den typiska givaren "fru



Susanne Hanqvist har på egen hand startat en insamling till förmån för Stockholms hemlösa. Jan Morelius får en av de många gåvopåsar med nödvändigheter Susanne Hanqvist delat ut på Sergels Torg.

Svensson". Sju av tio givare är nämligen kvinnor.

– Jag vet inte vad det beror på. Kanske att kvinnor känner mer för att hjälpa till och ta ett st

ansvar för sina medmänniskor.

Ett vanligt argument mot insamlingarna är att pengarna går till saker som borde finansieras skattevägen. Risken är att

myndigheterna lämnar ver allt större del av det sociala ansvaret till ideella organisationer. Det skulle kunna få förödande konsekvenser när tiderna blir sämre

och de frivilliga bidragen minskar.

– Självklart ska de grundläggande behoven uppfyllas av samhället, men jag tror ändå att den

ideella sektorn måste ta ett stort ansvar. Det finns många angelägna behov som samhället inte klarar av i dag, säger Erik Zachrisson. **ANDERS GÖRANSSON**

Företag skänker pengar i stället för att

Det blir ingen julklapp till personalen i år. Och ingen jullunch. I stället skänker företaget pengarna till en hjälporganisation. Så låter det på allt flera arbetsplatser.

– I stället för att köpa lax och julblomma till personalen och kunderna ger man pengarna till en humanitär organisation, säger Bitte Gernandt, insamlingsansvarig för Röda korset i Sverige.

F retagens andel av de insamlade medlen är fortfarande relativt låg, mellan 5 och 10 procent, enligt FRIL, Frivilligorganisationernas insamlingsråd. Men den

ökar, både i form gåvor och sponsring.

Ett vanligt motiv är att den egna personalen ska känna att de arbetar i ett företag som tar samhällsansvar. Icke desto mindre vill bolaget gärna sprida information om sina goda gärningar till så många som möjligt.

– Men om man börjar slå sig för bröstet och säga att man är ovanligt god, då kan man ge sig sjutton på att man snabbt blir föremål för extra granskning från journalister och andra. Har man då inte riktigt rent mjöl i påsen så slår det obönhörligt tillbaka, säger docent

Tomas Brytting vid stiftelsen Akademien för etik i arbete.

Han tycker att det är viktigt att granska bolagens motiv när de donerar pengar. Ett företag som exempelvis sysslar med import från låglöneländer, där det finns stor risk för barnarbete, ska inte kunna kamouflera detta genom att bekosta en julgran på stadshuset.

Moraliska motiv

Sponsring är en uttalad marknadsföringsåtgärd, men med donationerna är det annorlunda. Det beh ver inte alltid handla

ge klappar

om pengar och företagets goodwill. Det kan också finnas moraliska motiv hos de individer som arbetar i företagen. Men godhet är inget argument som biter i marknadsekonomiska sammanhang. Den som drivs av sin moral kan paradoxalt nog tvingas smussa med sina motiv.

– Internt kanske man måste argumentera för att det här stärker varumärket, därför att det är det språk som går hem. Men jag är inte säker på att det alltid är krassa kalkyler som ligger bakom, säger Tomas Brytting. **ANDERS GÖRANSSON**

Susanne Hanqvist drog i gång egen insamling

Man behöver inte vara rik, kändis eller tillhöra någon stor organisation för att hjälpa andra. Det räcker med ett stort hjärta och lite av sin tid, säger Susanne Hanqvist, ensamstående mamma som på egen hand startat en insamling till förmån för Stockholms hemlösa.

Det började i fjol då Susanne bestämde sig för att de hemlösa inte skulle bli utan julklappar. Hon började ringa runt till företag och bad dem skänka olika saker, framförallt hygienartiklar, som hon sedan delade ut på Sergels torg vid det sista soppköket inför julen.

Det var så uppskattat att hon bestämde sig för att fortsätta med det varje jul så länge hon orkar. I år har hon varit igång sedan september och verksamheten har svällt enormt. Genom att lägga ned ett par timmar om dagen vid telefonen och datorn har hon fått ihop varor för närmare en miljon kronor.

Susanne säger att hon för varje gång hon verräcker en gåva får tusenfalt igen – inom sig. – Glädjen i att få ge till någon som har det sämre – mer beh ver du inte, säger hon. **ANDERS GÖRANSSON**

levnadsår, och dog vid 39 års ålder. Det har bidragit till hennes engagemang.

– Du kan som enskild individ göra så ofantligt mycket för att hjälpa andra människor, om du bara vill. De här människorna kan inte vänta på att vi får tid. Tid har vi, om vi tar oss, säger Susanne.

Får tusenfalt igen

Varorna har nu delats ut på olika jourboenden, natthärbärgen och behandlingshem. F reningen Kris, Kriminellas revansch i samhället, fick en hel flyttbuss full med kontorsmöbler, kläder, handdukar och annat för att starta ett jourboende i Skellefteå. De sista påsarna med kläder, hygienartiklar och telefonkort delades ut till de hemlösa vid soppköket på Sergels torg i onsdags.

Susanne säger att hon för varje gång hon verräcker en gåva får tusenfalt igen – inom sig. – Glädjen i att få ge till någon som har det sämre – mer beh ver du inte, säger hon. **ANDERS GÖRANSSON**

Många vill hjälpa till när Stadsmissionen hjälper

Stadsmissionens julfrände för hemlösa är den kanske mest klassiska formen av välgörenhet. Masor av människor erbjuder sig att hjälpa till.

– Det ringer människor under hela hösten, och det accelererar under december. Många undrar om de kan komma och hjälpa till att servera på julafton och så, säger Thomas Knuthammar, informationschef vid Stockholms stadsmission.

Man tvingas dock tacka nej till de flesta. Stadsmissionen har policyn att de frivilliga som hjälper till vid härbärgen och andra

enbeter först ska ha genomgått vissa kurser. I dag finns 270 så kallade volontärer, män och kvinnor mellan 20 och 75 år, som har fått den utbildningen och därmed anses förberedda för mötet med de beh vande och deras problem. F r nyttillkomna frivilligarbetare, som inte hunnit få någon utbildning, finns det möjlighet att hjälpa till med annat, som att dela ut tidningar.

Julinsamlingen är Stadsmissionens viktigaste kampanj och brukar ge runt 8 miljoner kronor, vilket är drygt 15 procent av vad man totalt får in under ett år. **ANDERS GÖRANSSON**



Gör väl i jul Volontären Malou Wallén säljer bland annat mistlar och julblommor på Stadsmissionens julmarknad på Grilliska husets gård. Stadsmissionens julfrände för hemlösa är den kanske mest klassiska formen av välgörenhet. (Scanpix)

METROFAKTA / INSAMLINGSORGANISATIONER

• De allra flesta insamlingsorganisationer är seriösa, men inte alla. Ett sätt att förvissa sig om att gåvan verkligen hamnar i rätt händer är att sätta in pengarna på ett 90-konto. Då finns en kontroll över vart de insamlade medlen tar vägen. Frivilligorganisationernas insamlingsråd (FRIL) granskar kontinuerligt de 350 organisationer som har 90-konton. Ett krav som ställs är att minst 85 kronor av varje insamlad hundralapp går till ändamålet och inte försvinner på vägen.

• Saker att vara uppmärksam på: Finns det fungerande telefonnummer angivet? Har organisationen uppgivit en gatuadress till sitt kontor, inte bara en boxadress? Vid bossinsamling – kan insamlaren legitimera sig?

• FRIL har upprättat en varningslista, där man namnger ett antal organisationer som gör rikstäckande insamlingar hos allmänheten, men som valt att göra det utan 90-konto. FRIL avråder allmänheten från att ge pengar till eller stödja dessa insamlingar:

Barn & Katastrofhjälpen, Barn i Tredje Världen, Mojahedin Sympatisör Forning – MSF, Naturskyddsfonden, Pilgrimsfolket, Riksföreningen för cancersjuka, Riksföreningen för Trafikskadade, STICO – Insamlingsstiftelsen för Canceromsorg, Stiftelsen Hjälp Barnen – SHB, Stiftelsen Hjälp till medicinsk forskning – SHMF -90, Svenska Hjälpfonden, Telehjälp.